

ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท หรือ กลุ่มบริษัทในภาพรวม

วิสัยทัศน์

"หนึ่งในธุรกิจชั้นนำด้านผลิตภัณฑ์อาหาร ร้านอาหารเครือข่ายและศูนย์อาหาร เพื่อสร้างสรรค์ความสุขให้แก่ผู้บริโภค"

ภารกิจ

- สร้างมาตรฐานคุณภาพของสินค้าและบริการภายใต้กลุ่มธุรกิจของบริษัท
- ขยายธุรกิจใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- สร้างเครือข่ายคู่ค้าทางธุรกิจที่หลากหลาย
- สร้างความสุขแก่พนักงานเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน
- บริหารงานเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสีย โดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

เป้าหมายและกลยุทธ์

การดำเนินธุรกิจที่มุ่งหวังระยะเวลา 3 – 5 ปีข้างหน้า มีกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ไว้ ดังนี้

- เป้าหมายการตลาดและการขาย

เป้าหมายสำคัญของ บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) (PRG) คือ การเป็นกลุ่มบริษัทชั้นนำด้านธุรกิจอาหารและเป็นผู้ดำเนินคุณภาพในตลาดข้าวสารบรรจุถุงตรา “ข้าวมานูญครอง” จากสถานการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา PRG ได้วางกลยุทธ์การขายและการตลาดโดยจะมุ่งเน้นในเรื่องดังนี้เป็นสำคัญ

1. มาตรฐานของสินค้าและบริการภายใต้ตราสินค้าข้าวมานูญครอง จะเป็นมาตรฐานระดับพรีเมียมในการรับรู้ของผู้บริโภค ด้วยการสร้างสรรค์จากระบบการผลิตที่มีคุณภาพ
2. ยึดหลักของการเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวที่ดูแลกัน เพื่อสร้างความแตกต่างในตราสินค้าและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

3. สื่อสารประชาสัมพันธ์ตราสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ทางวิทยุ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) การจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคให้มากขึ้นในยุค 4.0 ที่มุ่งเน้นการเข้าถึงข้อมูลให้ได้มากที่สุด เพื่อเผยแพร่ข้อมูลภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดี ราคายุติธรรมเพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อถือความมั่นใจและมีความไว้วางใจ
4. มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าทางด้านอาหาร นอกจากข้าวให้เพิ่มมากขึ้น และตอบสนองต่อการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ตราสัญลักษณ์ของข้าวมาบุญครอง เป็นหนึ่งในใจผู้บริโภคเมื่อนึกถึงอาหารมื้อหนึ่งมื้อใดในชีวิต
5. สร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภคโดยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภค โดยมีการกำหนดเป้าหมายไว้ว่า ในทุก Modern Trade จะต้องมีการจัดจำหน่ายข้าวมาบุญครอง ในกลุ่ม Traditional Trade โดยเฉพาะพื้นที่ตามหัวเมืองใหญ่ๆ จะต้องมีส่วนของข้าวมาบุญครอง โดยจะขยายตัวเข้าสู่ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นให้ได้มากที่สุด พร้อมทั้งขยายตัวเข้าสู่กลุ่ม HORECA อาทิ มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล ร้านอาหารต่างๆ ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ ในส่วนของตลาดต่างประเทศนั้น ในปี 2562 เป็นต้น ไปจะมุ่งเน้นการขยายตัวในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และบางตลาดของกลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย เช่น ประเทศจีน เนื่องจากสถานการณ์การเติบโตของเศรษฐกิจในกลุ่ม นอกจากนี้ลักษณะการบริโภคยังเป็นกลุ่มที่มีลักษณะวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกับประเทศไทย ดังนั้นพื้นฐานความต้องการของสินค้าจึงไม่แตกต่างจากพฤติกรรมการบริโภคของไทยมากนัก
6. มาตรการทางด้านราคาจะถูกนำมาใช้เป็นตัวประกอบในการดำเนินการส่งเสริมการขายในแต่ละช่วงเวลาที่เหมาะสม โดยดำเนินนโยบายการกระจายความเสี่ยงในเรื่องของราคาวัตถุดิบ การผลิต และควบคุมราคาค่าขนส่ง เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน โดยคำนึงถึง ราคาตลาด สภาพการณ์การแข่งขันของกลุ่มคู่แข่ง ผลกำไรสำหรับบริษัทเป็นหลัก

“ข้าวมาบุญครอง” ยังคงได้รับการรับรองมาตรฐานตราสินค้าที่ผู้บริโภคให้ความเชื่อมั่น โดยรักษาตราสัญลักษณ์รูปมือพนมแบบดีพิเศษ (ติดดาว) จากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายแรกที่ได้รับตราสัญลักษณ์ดังกล่าว เนื่องจาก PRG ได้รับรางวัลการผลิตข้าวสารหอมมะลิบรรจุถุงที่มีคุณภาพสม่ำเสมอเป็นเวลามากกว่า 10 ปีติดต่อกัน ตั้งแต่เริ่มมีรางวัลดังกล่าว ซึ่งรางวัลที่ PRG ได้รับทั้งหมดถือเป็นการตอบย้ำภาพลักษณ์ที่ดีของข้าวบรรจุถุงตรามาบุญครอง และสร้างความเชื่อถือและความมั่นใจแก่ผู้บริโภคได้อีกทางหนึ่งด้วย

● เป้าหมายการผลิตและการควบคุมคุณภาพ

เป้าหมายของ PRG คือผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีโดยมีต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ เป้าหมายนี้ได้สะท้อนให้เห็นในการดำเนินการตามระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 โดยมีการกำหนดนโยบายคุณภาพว่า “สร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่พนักงานตลอดจนพัฒนาประสิทธิภาพองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า” และเพื่อให้นโยบายนี้มีผลสำเร็จในทางปฏิบัติ ทางบริษัทจึงมีวัตถุประสงค์คุณภาพรองรับอีกหลายข้อใช้เป็นดัชนีการวัดประสิทธิภาพในการผลิต และในการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทุกชนิดของบริษัท

PRG มีการดำเนินงานตามระบบ GMP (Good Manufacturing Practice) เพื่อเป็นหลักในการประกันคุณภาพด้านความปลอดภัยของอาหาร และระบบ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) เพื่อเป็นหลักในการควบคุมกระบวนการผลิต โดยเน้นจุดที่สำคัญในการควบคุมอันตรายไม่ให้เกิดไปสู่ผู้บริโภค ทั้ง 2 ระบบได้ผ่านการตรวจประเมินและรับรองโดย บริษัท เอส จี เอส (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งถือว่าโรงบรรจุข้าวถุงของบริษัทเป็นแห่งแรกในประเทศไทยที่ผ่านการรับรองทั้ง 2 ระบบ

ตั้งแต่ปี 2554 เป็นต้นมา PRG ยังคงดำเนินงานตามระบบ BRC (British Retail Consortium) ซึ่งเป็นระบบประกันคุณภาพมาตรฐานสมาคมผู้ค้าปลีกแห่งประเทศอังกฤษสำหรับผู้ผลิตอาหาร สำหรับสินค้าที่จะไปจำหน่ายในตลาดค้าปลีกสำหรับประเทศอังกฤษ ซึ่งระบบดังกล่าวได้รับการยอมรับในกลุ่มประเทศยุโรปด้วย ว่าเป็นมาตรฐานที่จัดทำขึ้นเพื่อให้การรับรองบริษัทผู้ผลิตสินค้าในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย ความสอดคล้องกับกฎหมายต่างๆ และได้เพิ่มนโยบายหลักเป็น “กลุ่มบริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ผลิต จัดหา ส่งมอบสินค้า และงานบริการที่ปลอดภัยตามกฎหมายมีคุณภาพตามมาตรฐานตลอดจนพัฒนาประสิทธิภาพองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า” โดยบริษัทฯ ได้ผ่านการตรวจประเมิน ทั้งสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศ และรับรองมาตรฐานโดย บริษัท เอส จี เอส (ประเทศไทย) จำกัด รวมถึงมีระบบการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานการจัดการด้านแรงงาน ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐาน WCA (Workplace Conditions Assessment) มาตรฐาน มรท. 8001-2553 และมาตรฐาน SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange)

ในปี 2556 PRG ได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นมาตรฐานที่รับประกันกระบวนการผลิตสินค้าว่า มีการผลิตที่ดีสอดคล้องกับสุขลักษณะการผลิตที่ถูกกำหนดจากกระทรวงสาธารณสุข

● เป้าหมายการกระจายความเสี่ยงในธุรกิจ

ธุรกิจอาหารมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สินค้าข้าวถือเป็นสินค้าหนึ่งในหลากหลายประเภทของ Fast Moving Consumer Goods (FMCG) ที่ยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดโลก ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจจะถดถอยหรือเติบโต ผู้บริโภคก็ยังคงต้องบริโภคข้าวอยู่ อาจจะน้อยลงหรือมากขึ้นตามสถานการณ์แต่ไม่เคยหยุดการบริโภคไปเลย ดังนั้นธุรกิจข้าวก็ยังคงยืนหยัดอยู่ได้ ปัจจัยความเสี่ยงของธุรกิจข้าวนี้มาจากปัจจัยแวดล้อมต่างๆ อาทิ การแทรกแซงทางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อราคาวัตถุดิบหรือปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาด หรืออัตราการกีดกันทางการค้าในตลาด ต่างประเทศ ฯลฯ

ดังนั้น เป้าหมายของ บริษัทฯ ที่จะดำเนินการเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงในธุรกิจนั้น คือการกำหนดกลยุทธ์ในการป้องกันความเสี่ยงในด้านต่างๆ ให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นนโยบายการจัดซื้อวัตถุดิบ การกำหนดราคา เพื่อให้สามารถแข่งขันได้และยังคงประโยชน์สูงสุดของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงกระจายความเสี่ยงด้วยการขยายตัวเข้าสู่ธุรกิจการตลาดของสินค้าอาหาร สำหรับตลาดทั้งค้าปลีกค้าส่งและธุรกิจบริการอาหาร โดยเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจในรูปแบบต่างๆ การจัดหาสินค้าอาหารใหม่ๆ อาทิ กลุ่มข้าวอินทรีย์ ข้าวเหนียว ข้าวแบรนด์ใหม่ “ปิ่นสุข” ในทุกช่องทางทางการขายของข้าวมาบุญครอง และเพิ่มสินค้าอุปโภคบริโภคชนิดอื่นๆ ในครัว โดยนำเสนอต่อลูกค้าในช่องทางโรงแรม ร้านอาหารและการจัดเลี้ยง (HORECA) นอกจากนี้ ยังได้ขยายการลงทุนไปในธุรกิจบริการด้านอาหารทั้งในส่วนของการบริหารพื้นที่ร้านอาหารและศูนย์อาหารในพื้นที่ศูนย์การค้า MBK Center และพื้นที่อื่นๆ ที่มีความเหมาะสมและสามารถสร้างกำไรให้กับบริษัทได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระจายความเสี่ยงในธุรกิจ และเพื่อสร้างรายได้และขยายฐานการดำเนินงานของบริษัท ให้ครอบคลุมต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด

1.2 การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญ

1.2.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญ

- พ.ศ. 2522 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นภายใต้ชื่อ “บริษัท มาบุญครองไรซ์มิล จำกัด” เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2522 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10 ล้านบาท โดยกลุ่มของนายศิริชัย บุญกุล มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อเป็นโรงสีข้าวที่ใหญ่และทันสมัยที่สุดในทวีปเอเชีย

- พ.ศ. 2523 เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 10 ล้านบาท เป็น 40 ล้านบาท เพื่อลงทุนในอาคารสิ่งก่อสร้างเครื่องจักร และได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

- พ.ศ. 2524 บริษัทฯ ได้เริ่มเปิดดำเนินการกิจการครั้งแรกเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2524 โดยโรงสีเริ่มดำเนินการผลิตด้วยเครื่องจักรที่มีกำลังการผลิต 1,000 ตันต่อวัน ผลิตและจำหน่ายข้าวสารทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ ในรูปแบบบรรจุกระสอบ โดยเริ่มส่งไปยังฮ่องกงเป็นประเทศแรก

● พ.ศ. 2527 บริษัทฯ ได้ให้บริษัท มานูญครองมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำหน่ายข้าวสารบรรจุถุงพลาสติก ขนาด 2 และ 5 กิโลกรัม โดยมุ่งเน้นตลาดผู้บริโภคภายในประเทศภายใต้เครื่องหมายการค้า “ข้าวมานูญครอง” ซึ่งเป็นข้าวถุงตราแรกที่ประสบความสำเร็จและผู้บริโภคให้ความเชื่อถือ

● พ.ศ. 2529 ได้รับรางวัลที่ 1 ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค การตลาดดีเด่นจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

● พ.ศ. 2530 ได้รับรางวัลที่ 1 ประเภทผลิตภัณฑ์ดีเด่นจากหนังสือพิมพ์เส้นทางเศรษฐกิจ และได้รับรางวัลที่ 1 ประเภทส่งเสริมวัฒนธรรม จากการประกวดการโฆษณายอดเยี่ยมจากสมาคมนักโฆษณาแห่งประเทศไทย

● พ.ศ. 2530 – พ.ศ. 2532 กลุ่มบริษัท มานูญครองที่มี นายศิริชัย บุญกุล เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่และเป็นผู้บริหาร ประสบปัญหาทางการเงินอย่างรุนแรง จนทำให้บรรดาเจ้าหนี้ที่เป็นสถาบันการเงินต่างๆ ต้องเข้ามาควบคุมกิจการของกลุ่ม ซึ่งรวมทั้ง บริษัท มานูญครองไรซ์มิล จำกัด ด้วย ในปี 2531 ได้มีการขายทอดตลาดหุ้นของบริษัทต่างๆ ในกลุ่มของธุรกิจโรงสี ธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งเป็นเจ้าหนี้รายใหญ่ได้เข้ามาประมูลซื้อหุ้นทั้งหมด

● พ.ศ. 2533 เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2533 ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้ขายหุ้นให้กับกลุ่มบริษัทเงินทุนธนชาติ และกลุ่มท่านผู้หญิงชนัดถ์ ปิยะอุย ซึ่งได้ส่งตัวแทนเข้ามาบริหารงานของกลุ่มมานูญครองทั้งหมด และบริษัทฯ ได้เข้าไปถือหุ้นใน 3 บริษัท ดังต่อไปนี้

1. บริษัท มานูญครองพืชผล จำกัด ซึ่งดำเนินการเกี่ยวกับการอบฟุ้ง โดยถือหุ้นสัดส่วน 99.99% ของทุนจดทะเบียน 150 ล้านบาท ในราคาหุ้นละ 723.68 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท) คิดเป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 108.54 ล้านบาท เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2533
2. บริษัท มานูญครองมาร์เก็ตติ้ง จำกัด ซึ่งดำเนินการเป็นผู้จัดจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุงพลาสติก ยี่ห้อ “ข้าวมานูญครอง” โดยถือหุ้นในสัดส่วน 99.88% ของทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ในราคาหุ้นละ 297.60 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) คิดเป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 2.97 ล้านบาท เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2533
3. บริษัท ศรีราชา ไซโล จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เทพสุดา จำกัด) ซึ่งดำเนินธุรกิจด้านคลังสินค้าและรับบริการขนถ่ายสินค้าด้วยสายพานขนาดใหญ่สู่เรือบรรทุกสินค้าในทะเลน้ำลึก ตั้งที่อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยถือหุ้นสัดส่วน 99.99% ของทุนจดทะเบียน 400 ล้านบาท เป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 400 ล้านบาท เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2533

ต่อมาได้มีการปรับปรุงโครงสร้างผู้ถือหุ้น โดยให้ บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน) (เดิมชื่อ บริษัท เอ็ม บี เค พร็อพเพอร์ตี้ส์ แอนด์ ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด) ซึ่งถือหุ้นโดยกลุ่มบริษัท เงินทุนหลักทรัพย์ธนชาติ จำกัด กลุ่มคุณหญิงชนัดต์ ปิยะอุย และกลุ่มประชาชนรายย่อยทั่วไป เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2533 และได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น “บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด”

● พ.ศ. 2534 บริษัทฯ ได้เปลี่ยนแปลงนโยบายการขาย โดยรับโอนธุรกิจการจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุงพลาสติก จากบริษัทในเครือ คือ บริษัท มานูครองมาร์เก็ตติ้ง จำกัด มาทำการจำหน่ายเอง ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2534 ต่อมาได้ขายหุ้นใน บริษัท ศรีราชา ไชโล จำกัด ให้แก่ บริษัท เอ็ม บี เค พร็อพเพอร์ตี้ส์ แอนด์ ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด ในราคาเท่ากับเงินลงทุนคือ 400 ล้านบาท เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2534 เนื่องจากเล็งเห็นว่าธุรกิจด้านคลังสินค้า และขนถ่ายสินค้าไม่สอดคล้องกับธุรกิจการสีข้าว และจัดจำหน่ายข้าวสารของบริษัทฯ

● พ.ศ. 2535 – พ.ศ. 2536 บริษัท มานูครองพืชผล จำกัด สร้างไซโลเหล็กเพื่อใช้ในการเก็บบรรจุข้าวเปลือกขนาดบรรจุ 10,000 ตัน และในปี 2536 สร้างบอยเลอร์ขนาด 20 ตัน เพิ่มเติมจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว 35 ตัน เพื่อผลิตไฟฟ้าใช้ในบริษัท และผลิตชี้นำส่งออก และได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท พีอาร์จี พืชผล จำกัด เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2536

บริษัท มานูครองมาร์เก็ตติ้ง จำกัด ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท พีอาร์จี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2536

บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด ได้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2536 และได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2536

● พ.ศ. 2538 บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ได้รับการอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในโครงการคัดคุณภาพข้าวสาร มูลค่าประมาณ 166 ล้านบาท โดยมีกำลังการผลิตประมาณ 100,000 ตันต่อปี

● พ.ศ. 2539 – พ.ศ. 2540 บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ได้ซื้อที่ดินที่อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา เป็นจำนวนประมาณ 286 ไร่ และได้เริ่มก่อสร้างอาคารต่างๆ เพื่อใช้งานในโครงการคัดคุณภาพข้าวสาร และปี 2540 ได้จดทะเบียนก่อตั้งบริษัท ราชสีมาไรซ์ จำกัด ถือหุ้นโดยบริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 99.99% เพื่อรับโอนกิจการคัดคุณภาพข้าวสารจากบริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ตามบัตรส่งเสริมเลขที่ 1625/2538 ลงวันที่ 17 สิงหาคม 2538 ทั้งนี้ได้เริ่มเปิดดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าตั้งแต่วันที่ 2 มิถุนายน 2540

● พ.ศ. 2541 บริษัท สุรนารี ไชโล จำกัด ถือหุ้นโดยบริษัท พีอาร์จี พืชผล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 99.99% ได้รับการอนุมัติ 2540 จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในกิจการอบฟุ้งและไซโลประเภท 1.22

บริษัท สี่มาแพค จำกัด ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 50% ได้รับการอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตถุงพลาสติกประเภท 6.12 เพื่อเป็นผู้ผลิตถุงข้าวให้กับกลุ่มบริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) โดยเริ่มเปิดดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2541

- พ.ศ. 2542 คณะกรรมการของบริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ได้อนุมัติให้สร้างโรงงานผลิตแป้งข้าวเจ้าขึ้นบนที่ดินของบริษัทฯ ที่อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ในวงเงินงบประมาณ 90 ล้านบาท โรงงานผลิตแป้งข้าวเจ้านี้จะใช้วัตถุดิบคือปลายข้าว จากโรงสีข้าวของบริษัทเอง

- พ.ศ. 2543 คณะกรรมการของบริษัทฯ ได้อนุมัติโครงการปรับปรุงโรงไฟฟ้าขนาดเล็กที่มีอยู่เดิมให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อที่นอกจากจะผลิตไฟฟ้าและไอน้ำเพื่อใช้เองแล้วยังสามารถขายไฟฟ้าที่เหลือใช้ให้แก่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยได้อีกด้วย โครงการนี้มีมูลค่าประมาณ 265 ล้านบาท โดยเริ่มเปิดดำเนินการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าตั้งแต่วันที่ 13 ธันวาคม 2545 และบริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ได้รับ ISO 9002 : 1994 เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2543

- พ.ศ. 2544 บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ได้ใบรับรอง HALAL เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2544 และได้ใบรับรอง GMP และ HACCP เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2544 ส่วนของโรงผลิตแป้ง ได้รับ ISO 9002 : 1994 เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2544 ใบรับรอง HALAL เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2544 และใบรับรอง GMP และ HACCP เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2545

บริษัท ราชสีมาไรซ์ จำกัด ได้รับ ISO 9002 : 1994 เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2544 ใบรับรอง HALAL เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2544 และใบรับรอง GMP และ HACCP เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2544

บริษัท สี่มาแพค จำกัด ได้รับ ISO 9002 : 1994 เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2544

- พ.ศ. 2545 บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนโฆษณาโดยมีค่าใช้จ่ายประมาณ 27 ล้านบาท เพื่อตอกย้ำให้ผู้บริโภคถึงข้าวมาตรฐานรองเป็นอันดับแรก เมื่อต้องการซื้อข้าวถุง นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการขยายส่วนแบ่งการตลาด โดยได้ปรับปรุงคุณภาพข้าวถุงหอมมะลิให้มีคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่ง โดยได้เปลี่ยนเกรดข้าวถุงหอมมะลิ (เขียว) จากคุณภาพข้าว 5% เป็นข้าว 100% ชั้น 2 และเปลี่ยนเกรดข้าวถุงหอมมะลิ (ทอง) จากคุณภาพ 100% ชั้น 2 เป็นข้าว 100% ชั้น 1 การเปลี่ยนแปลงคุณภาพข้าวให้ดีขึ้นนี้ ทางบริษัทฯ หวังผลในระยะยาวว่าผู้บริโภคจะพอใจในคุณภาพของสินค้ามากกว่าเดิม และมีใจผูกพันกับสินค้าตลอดไป

- พ.ศ. 2547 บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ได้หยุดการผลิตข้าวสารบรรจุถุงของบริษัท ราชสีมาไรซ์ จำกัด เพื่อลดค่าขนส่ง, ค่าไฟฟ้า, และค่าดำเนินการต่างๆ โดยได้ทำการหยุดผลิตตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2545 โดยทำการผลิตที่โรงงานปทุมธานีแทนเพียงแห่งเดียว และจัดทำโครงการร่วมมือจาก มีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานลาออกจากงานด้วยความสมัครใจ โดยได้รับผลประโยชน์ที่เหมาะสม

เป็นที่พอใจทั้ง 2 ฝ่าย เมื่อสิ้นสุดโครงการมีพนักงานลาออกไปทั้งสิ้น 156 คน บริษัทฯ คาดว่าจะประหยัดค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและคุ้มกับค่าใช้จ่ายในการนี้ภายใน 3 ปี

● พ.ศ. 2547 บริษัท พี อาร์ จี พืชผล จำกัด (ถือหุ้นโดยบริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 99.99%) ได้ดำเนินการผลิตไฟฟ้าโดยใช้เชื้อเพลิงจากแกลบ เพื่อขายให้แก่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 13 ธันวาคม 2545 เป็นต้นมา ได้ประสบปัญหาการจัดเก็บแกลบเพื่อเป็นเชื้อเพลิงเนื่องจากพื้นที่การจัดเก็บมีน้อย ดังนั้นในปีนีทางบริษัทได้จัดทำลานเก็บแกลบเพิ่มเติมจากเดิมที่เคยเก็บแกลบได้เพียง 200 ตัน เป็นเก็บได้ 5,000 ตัน ทำให้ความเสี่ยงจากการขาดแกลบมีน้อยลง และโรงไฟฟ้าสามารถผลิตกระแสไฟฟ้าขายได้อย่างสม่ำเสมอขึ้น นอกจากนี้การที่มีเนื้อที่จัดเก็บแกลบเพิ่มขึ้นยังจะช่วยให้บริษัทสามารถซื้อแกลบในช่วงที่ราคาถูกลงมาเก็บตุนได้มากขึ้น ทำให้บริษัทลดค่าใช้จ่ายเรื่องแกลบได้มาก

กลุ่มบริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการเลิกบริษัทในเครือสองบริษัทคือ บริษัท พีอาร์จี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด และบริษัท สุรนารี โซโล จำกัด เนื่องจากทั้งสองบริษัทไม่ได้ดำเนินการใดๆ มาหลายปี แต่ยังคงมีค่าใช้จ่ายด้านค่าสอบบัญชีอยู่ซึ่งไม่มีประโยชน์ต่อการดำรงอยู่ต่อไป ดังนั้นจึงได้เลิกบริษัทในงวดปีบัญชีนี้

● พ.ศ. 2548 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ได้มอบโล่รางวัลให้กับบริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตข้าวสารหอมมะลิ ตรามานุญครอง (สีแดง) และตราจัสมินโกลด์ ซึ่งเป็นรางวัลการผลิตข้าวสารหอมมะลิบรรจุถุงที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสม่ำเสมอโดยพิจารณาจากผลการตรวจสอบคุณภาพข้าวสารหอมมะลิบรรจุถุงที่มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานรูปมือพนมของกรมการค้าภายใน ประจำปี 2548 จัดโดยกรมการค้าภายในร่วมกับสมาคมผู้ประกอบการข้าวถุงไทย เมื่อวันศุกร์ที่ 6 พฤษภาคม 2548

● พ.ศ. 2549 บริษัทฯ ได้เปลี่ยนระบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ของบริษัทประจำปี 2549 คือ “ปีแห่งประสิทธิภาพ และประสิทธิผลการดำเนินงาน เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ” และวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ “ผู้นำธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปครบวงจรจากข้าว และจัดจำหน่ายข้าวบรรจุถุงพร้อมผลิตภัณฑ์แปรรูปทุกชนิดจากข้าว โดยใช้เครือข่ายความสัมพันธ์แบบผลประโยชน์ร่วม พันธมิตรธุรกิจในการขยายตัวสำหรับธุรกิจต่างๆ ที่ต่อเนื่องและเกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค” ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้เปลี่ยนแปลงระบบการดำเนินงานใหม่ให้มีความชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งเป็น 8 กลุ่มธุรกิจต่างๆ ดังนี้ กลุ่มธุรกิจโรงสี กลุ่มธุรกิจข้าวถุง กลุ่มธุรกิจน้ำมันรำและรำสกัด กลุ่มธุรกิจไฟฟ้าและชี้เต้า กลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์ กลุ่มธุรกิจแป้งข้าว กลุ่มธุรกิจส่งออก และกลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ โดยทั้ง 8 กลุ่มธุรกิจอยู่ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน)

นอกจากนี้บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) เพิ่มผลิตภัณฑ์แป้งที่ทำจากข้าวต่างๆ ได้แก่ แป้งข้าวหอมมะลิ แป้งข้าวเหนียว แป้งข้าวเจ้า ตรา “มานูญครอง” และแป้งชุบทอดกรอบ ตรา “มานูญครอง” รวมถึงเพิ่มผลิตภัณฑ์ข้าวสารหอมมะลิที่เพิ่มคุณค่าจากธรรมชาติ ด้วยผักและธัญพืชต่างๆ ในตรา “มานูญครอง พลัส”

● พ.ศ. 2550 บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงด้านการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายในการเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลการดำเนินงาน โดยได้ดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพต่างๆ ในแต่ละธุรกิจ ดังนี้คือ

1. ธุรกิจโรงสี ได้ดำเนินการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ ในภาคใต้สำหรับรองรับการทำงาน และมีการปรับปรุงสายการผลิตในการสีข้าวหอมปทุมธานี และ ข้าวกล้อง รวมทั้งพัฒนาการสี ให้มีผลผลิตที่ดีขึ้นด้วยการลดอุณหภูมิระหว่างการสี
2. ธุรกิจข้าวถุง ได้ดำเนินการเพิ่มผลผลิตและปรับปรุงประสิทธิภาพการคัดและปรับปรุงคุณภาพข้าว โดยได้ลงทุนเพิ่มในการซื้อเครื่องคัดและปรับปรุงคุณภาพรุ่นใหม่ เพื่อลดต้นทุนการสูญเสียและเพิ่มคุณภาพและผลผลิต และลงทุนซื้อเครื่องบรรจุขนาดเล็กแบบอัตโนมัติในการลดค่าแรงงาน
3. ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ ได้ลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์กราฟิกรุ่น 8 สี เครื่องทำซอง และเครื่องกรอและตัด เพื่อรองรับการผลิตตามความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ในตลาดที่ลูกค้าต้องการ
4. ธุรกิจไฟฟ้าได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงการคิดค่าไฟฟ้าจากระบบ TOD (Time of Demand) มาเป็น TOU (Time of Use) ทำให้มีการลดต้นทุนค่าดีมานด์เดิม และเพื่อรองรับการขายไฟฟ้าในอัตราใหม่ในเดือนธันวาคม 2550 ทั้งยังได้ศึกษาถึงแหล่งพลังงานชนิดอื่นๆ ในการรองรับการแข่งขันสำหรับอนาคต

● พ.ศ. 2551 บริษัทได้รับรางวัลอันดับหนึ่งจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติในสาขาธุรกิจ นวัตกรรมดีเด่นประจำปีสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องงอกหอมมะลิเสริมสุขภาพ (GABARice) ซึ่งบริษัทมีโครงการวิจัยร่วมกับ บริษัท ชวชัย อินเทอร์เน็ต จำกัด โดยได้รับทุนส่งเสริมจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติและเพื่อให้เกิดประโยชน์ถาวรบริษัทจึงได้จัดตั้งบริษัทย่อยร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจชื่อว่า บริษัท อินโนฟู้ด (ไทยแลนด์) จำกัด เพื่อผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศเพิ่มเติมภายใต้ตราสินค้า “มานูญครอง พลัส”

นอกจากนี้ในส่วนของบริษัทอื่นๆ บริษัทฯ ยังได้ศึกษาความเป็นไปได้การเพิ่มมูลค่าของสินค้าหลัก และสินค้าพลอยได้ เช่น การเพิ่มมูลค่าน้ำมันรำดิบให้เป็นน้ำมันรำข้าวสำเร็จรูปเพื่อประกอบอาหาร การนำเอาจีเถ้าจากการผลิตไฟฟ้าไปผลิตสารสังเคราะห์ Zeolite เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ในการย้ายฐานการผลิตไปที่นครราชสีมา เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิตทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

● พ.ศ. 2552 บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงการถือหุ้นในบริษัท อิน โนฟู้ด (ไทยแลนด์) จำกัด จากเดิมบริษัทฯ ถือหุ้น 49.96% ลดลงเป็น 37.5% และกลุ่มบริษัท ทีวีชัช อินเตอร์ไรซ์ จำกัด ถือหุ้น 37.5% โดยมีบริษัท ร่วมทุนสตาร์ จำกัด เข้ามาถือหุ้น 25%

● พ.ศ. 2553 ราคาผลิตภัณฑ์พลอยได้ประเภทแกลบที่บริษัทใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อการผลิตไฟฟ้าให้แก่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตและภูมิภาคได้มีราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจนไม่คุ้มทุนที่จะผลิตกระแสไฟฟ้าได้ บริษัทจึงตัดสินใจหยุดการผลิตกระแสไฟฟ้าตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2553 จนปัจจุบันนี้ และจากการที่หยุดการผลิตกระแสไฟฟ้า เป็นเหตุให้ไม่มีไอน้ำในการผลิตน้ำมันรำ แต่เนื่องจากธุรกิจการผลิตน้ำมันรำนั้น บริษัทได้มีแผนรองรับตั้งแต่ต้นเพื่อขยายฐานการผลิตอยู่แล้ว จึงได้เลื่อนแผนการย้ายให้เร็วขึ้นจากที่วางแผนไว้ในเดือนธันวาคม 2553 มาทำในช่วงเวลาเดียวกันกับการหยุดผลิตกระแสไฟฟ้า

● พ.ศ. 2554 บริษัทได้ยกเลิกสัญญาซื้อขายไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2554 เป็นต้นไป และจากการที่หยุดการผลิตกระแสไฟฟ้า เป็นเหตุให้ไม่มีไอน้ำในการผลิตน้ำมันรำ ซึ่งในที่สุดทางบริษัทฯ ได้หยุดผลิตน้ำมันรำ และได้ขายโรงสกัดน้ำมันรำให้แก่ผู้สนใจไปในเดือนมิถุนายน 2554

ธุรกิจโรงสี ได้มีการหยุดผลิตในเดือนกรกฎาคม 2554

ธุรกิจข้าวสารบรรจุถุง ได้ย้ายการผลิตและการปรับปรุงคุณภาพข้าวสารบรรจุถุงทุกขนาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศทั้งหมดไปผลิตที่จังหวัดนครราชสีมา

ธุรกิจแป้งข้าว ได้หยุดการผลิตแป้งผสมเพื่อส่งออกต่างประเทศ เนื่องจากไม่คุ้มต้นทุน

ธุรกิจโรงสกัดน้ำมันรำข้าว ได้ขายโรงสกัดน้ำมันรำข้าวที่ปทุมธานี พร้อมทั้งให้เช่าพื้นที่แก่บุคคลภายนอกเพื่อนำไปทำธุรกิจสกัดน้ำมันเมล็ดปาล์ม

● พ.ศ. 2555 บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงาน หลังจากได้หยุดดำเนินการด้านการผลิตในหลายธุรกิจ โดยหันมาเน้นการทำงานด้านการตลาด และการขายเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าภายใต้ตราสินค้าข้าว “มานูญครอง” และ “มานูญครอง พลัส” ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับในปีที่ผ่านมา บริษัทยังคงเน้นรูปแบบการดำเนินงานขาย โดยแบ่งออกเป็นการขายภายในประเทศซึ่งเน้นความสำคัญของแต่ละช่องทางให้ชัดเจน และการขายต่างประเทศซึ่งเน้นการแบ่งพื้นที่การขายเป็นแต่ละส่วนของโลก

เพื่อให้การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทได้มีการดำเนินการให้เช่าอาคารคลังสินค้า ท่าเรือ เครื่องชั่งน้ำหนักรถ และอาคารสำนักงานในพื้นที่ปทุมธานี เพื่อก่อให้เกิดรายได้ช่องทางหนึ่ง

● พ.ศ. 2556 บริษัทฯ มีแผนงานขยายธุรกิจด้านศูนย์อาหาร และร้านอาหาร โดยในปีนี้ ทางบริษัทได้เข้าไปดำเนินกิจการด้านศูนย์อาหาร 2 แห่ง คือ

1. THE FIFTH food avenue ศูนย์อาหารบนชั้น 5 ของ MBK มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ต้องการความหลากหลายของสินค้าและบริการที่แตกต่างจากศูนย์อาหารทั่วไป
2. MBK Food Island ศูนย์อาหารบนชั้น 6 ของ MBK มุ่งเน้นกลุ่มคนทำงาน นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศที่ชื่นชอบความหลากหลายของสินค้า และราคาไม่สูงมาก

การดำเนินงานของทั้งสองศูนย์อาหารนั้นมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ทำให้บริษัทสามารถตอบครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม

นอกจากศูนย์อาหารแล้วนั้นทางบริษัทยังได้มองเห็นถึงโอกาสในการขยายตัวของธุรกิจอาหาร โดยการเข้าร่วมลงทุนดำเนินกิจการ ร้านอาหารญี่ปุ่น ซึ่งเป็นการดำเนินงานร่วมทุนระหว่างบริษัทฯ และ Fujio Food System Co., Ltd. บริษัทฯ ที่มีชื่อเสียงในด้านกิจการร้านอาหารจากประเทศญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นนี้จะดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน Fujio Shokudo และ ร้าน Tsurumaru โดยทั้งสองแบรนด์มีสาขาแรกที่ศูนย์การค้า MBK Center ชั้น 6

● พ.ศ. 2557 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้น พร้อมทั้งแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จากเดิมมูลค่าหุ้นละ 10 บาท เปลี่ยนแปลงเป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท เป็นผลให้จำนวนหุ้นเปลี่ยนแปลงจากเดิม จำนวน 90 ล้านหุ้น เพิ่มขึ้นเป็น 900 ล้านหุ้น เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2557 ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมีทุนจดทะเบียนจำนวน 900 ล้านบาท และทุนชำระแล้วจำนวน 600 ล้านบาท ตามเดิม

● พ.ศ. 2558 บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตข้าวบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตข้าวสารให้กับกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นตัวแทนรัฐบาลไทยในการตกลงซื้อขายข้าวแบบรัฐบาลต่อรัฐบาล (Government to Government : G to G) โดยส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ได้แก่ ประเทศจีน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย

บริษัทฯ ร่วมมือกับ บริษัท ยูเรกา อะโกร แมชชีนเนอรี จำกัด ในการพัฒนานวัตกรรม “เครื่องกำจัดมอดและไข่มอดด้วยความร้อนแบบไดอิเล็กตริก” ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่จะเปลี่ยนโฉมหน้าอุตสาหกรรมข้าวของไทยในการกำจัดมอดและไข่มอดเพื่อลดการใช้สารเคมี

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ปรับย้ายหมวดธุรกิจของบริษัท จากหมวดธุรกิจการเกษตร (Agribusiness) เป็นหมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage) มีผลตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม 2558 เพื่อให้สอดคล้องกับคำนิยามที่ปรับปรุงใหม่ เนื่องจาก บริษัทฯ มีรายได้หลักมาจากการจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุงเพื่อบริโภคภายในประเทศและส่งออก และมีธุรกิจร้านอาหาร

● พ.ศ. 2559 สำหรับธุรกิจข้าวสารบรรจุถุง บริษัทฯ ยังคงดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในการสนับสนุนนโยบายการค้าของภาครัฐ โดยบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตข้าวสารให้กับกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นตัวแทนรัฐบาลไทยในการตกลงซื้อขายข้าวแบบรัฐบาลต่อรัฐบาล (Government to Government : G to G)

สำหรับธุรกิจศูนย์อาหารและร้านอาหาร ในส่วนของการดำเนินงานของ THE FIFTH Food Avenue ศูนย์อาหารชั้น 5 ลงทุนปรับปรุงศูนย์อาหารครั้งใหญ่เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้มีความทันสมัย เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ โดยได้เพิ่มพื้นที่และความหลากหลายของร้านค้าและอาหาร และเพิ่มโซนร้านค้าในรูปแบบตลาดนัดอาหารของฝาก (Food Souvenir) และ ซ็อกกลับ (Take away) เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง สำหรับ MBK Food IsLand ที่ชั้น 6 ได้เพิ่มพื้นที่ เพิ่มความหลากหลายของร้านค้าและอาหารมากขึ้น นอกจากนี้ ได้เพิ่มโซนร้านค้าในรูปแบบตลาดนัดอาหารของฝาก (Food Souvenir) และ ซ็อกกลับ (Take away) เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของบริษัทร้านอาหารญี่ปุ่น เนื่องจากสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและสถานการณ์แข่งขันในธุรกิจอาหารค่อนข้างสูงส่งผลให้บริษัทร่วมทุนจากประเทศญี่ปุ่น มีการเปลี่ยนแปลงที่เป็นนัยสำคัญ ดังนี้

- มีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานร้านอาหารญี่ปุ่นภายใต้แบรนด์ Fujio Shokudo และ Tsurumaru Udon Honpo ตั้งแต่วันที่ 31 ตุลาคม 2559 โดย เริ่มดำเนินการธุรกิจร้านอาหารเครือข่ายตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน 2559 โดย

- เปลี่ยนชื่อกิจการจาก Fujio เป็น Hina Japanese Restaurant เปิดให้บริการ 1 สาขาที่ชั้น 6 ของศูนย์การค้า MBK Center
- เปลี่ยนชื่อกิจการจาก Tsurumaru Udon Honpo เป็น Fuyuu Japanese Restaurant เปิดให้บริการ 1 สาขาที่ชั้น 1 ของศูนย์การค้า HaHa

- บริษัท อินโนฟู้ด (ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในกลุ่มบริษัท ปทุมไรซ์ มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ได้เข้าซื้อทรัพย์สินและกิจการร้านอาหารจากบริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด ซิสเต็ม จำกัด

สำหรับร้านสุกียากี้ นัมเบอร์วัน ในปี 2559 บริษัทฯ ได้เปิดให้บริการสาขาที่ 4 ที่ เอชี พลาซ่า สายไหม ทั้งนี้ ร้านสุกียากี้ นัมเบอร์วัน เปิดให้บริการรวม 4 สาขา ได้แก่ ชั้น 1 ศูนย์การค้าเดอะไนน์ เซ็นเตอร์ ชั้น 6 ศูนย์การค้า เอ็มบีเค เซ็นเตอร์ ชั้น 2 อาคารสำนักงาน กลาสเฮ้าส์รัชดา และ ที่ เอชี พลาซ่า สายไหม

- พ.ศ. 2560 บริษัทฯ ได้จัดตั้ง บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุน ระหว่าง บริษัทฯ กับ บริษัท เอ็ม บี เค โฮเต็ล แอนด์ ทัวริซึม จำกัด เพื่อดำเนินกิจการในการบริหารจัดการวัตถุดิบผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป เพื่อสนับสนุนธุรกิจภายในกลุ่มบริษัท MBK Group และเพื่อเป็นการลดต้นทุนด้านวัตถุดิบของบริษัทกลุ่มบริษัทฯ เป็นหลักสำคัญ

1.2.2 การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของกิจการในปีที่ผ่านมา

● การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญเกี่ยวกับลักษณะการประกอบธุรกิจในปีที่ผ่านมา

ธุรกิจข้าว

ปี 2561 ที่ผ่านมารัฐกิจข้าวมีพัฒนาการที่สำคัญ ดังนี้

ปี 2561 นี้ ธุรกิจข้าวมีการแข่งขันสูง สืบเนื่องจากปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดไม่สอดคล้องกับปริมาณที่ต้องการใช้ ทำให้ราคาสินค้าบางชนิดมีราคาขายสูงขึ้น และจากคุณภาพสินค้าและการปรับกลยุทธมาตรฐานของข้าวให้สอดคล้องกับการแข่งขันทำให้ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นในตลาดโลก จากผลของอุปสงค์ และอุปทาน (Demand and Supply) นี้ นโยบายการลงทุนในการจัดซื้อวัตถุดิบในแต่ละช่วงเวลา จะเป็นปัจจัยในการสร้างความได้เปรียบเสียเปรียบของแต่ละผู้ประกอบการ กลยุทธทางด้านราคาถูกนำมาใช้เป็นปัจจัยหลักในการแข่งขัน ความเคลื่อนไหวต่างๆ เหล่านี้ ทำให้บริษัทต้องวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวัง

ปี 2561 นั้น บริษัทยังคงดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในการสนับสนุนนโยบายการค้าของภาครัฐ โดยบริษัทเป็นผู้ผลิตข้าวสารให้กับกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นตัวแทนรัฐบาลไทยในการตกลงซื้อขายข้าวแบบรัฐบาลต่อรัฐบาล (Government to Government: G to G) โดยในปี 2561 ได้ส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ได้แก่ ประเทศจีน ฟิลิปปินส์

นโยบายของบริษัทฯ ที่ต้องการเป็น Food Solution ให้ผู้บริโภคในปัจจุบันนั้น PRG ไม่ได้เจาะจงเพียงแค่การเติบโตของธุรกิจข้าวเท่านั้น แต่ยังมีเป้าหมายเพิ่มความหลากหลายของสินค้าทางด้านอาหารเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงาน โดยมุ่งใช้ประสิทธิภาพทางการขายและการตลาดที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิผลให้มากที่สุด แนวทางการดำเนินงานจะมุ่งเน้นที่ภาพลักษณ์ของสินค้าที่มีคุณภาพที่จัดจำหน่ายภายใต้การดำเนินงานและตราสินค้าข้าว “มาบุญครอง” และ “มาบุญครอง พลัส” ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณภาพสินค้า ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่ม MBK ดังนั้นแนวทางการดำเนินงานได้มีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสม กับทิศทางของแนวนโยบาย ในส่วนของการดำเนินงานด้านการขายได้มีการกำหนดช่องทางเป็น 2 ช่องทางหลักคือ ภายในประเทศ และต่างประเทศ ดังนี้

การขายภายในประเทศ แบ่งช่องทางการจำหน่ายเป็น 4 ช่องทาง

1. ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประกอบด้วย ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ทั้งหมด ได้แก่ เทสโก้โลตัส แม็คโคร, บิ๊กซี, ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต, แม็กซ์แวลู, 7-eleven, ร้านสะดวกซื้อ (Convenience stores) เป็นต้น

2. ช่องทางค้าส่งและค้าปลีกทั่วไป (Traditional Trade) ประกอบด้วย ร้านค้าส่ง และร้านโชห่วยทั่วประเทศ
3. ช่องทางบริการด้านขายตรง (HORECA) ประกอบด้วย โรงแรม โรงพยาบาล ร้านอาหาร โรงงานอุตสาหกรรม ผู้ที่ให้การจัดการบริการอาหารต่างๆ (Food Service) ฯลฯ
4. ช่องทางรับจ้างผลิต Original Equipment Manufacturer (OEM) โดยทำการรับจ้างผลิตภายใต้แบรนด์ของลูกค้าให้กับธุรกิจห้างค้าปลีกและหน่วยงานต่างๆ สำหรับจำหน่ายภายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ

การขายต่างประเทศ แบ่งพื้นที่การขายเป็น 4 ส่วน

1. ยุโรป และอเมริกา
2. เอเชีย และประเทศแถบตะวันออกกลาง
3. แอฟริกา
4. ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และหมู่เกาะด้านแปซิฟิก

ช่องทางการกระจายสินค้าจะแบ่งเป็น 2 รูปแบบคือ

1. กระจายสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทฯ ที่จังหวัดปทุมธานี สุราษฎร์ธานี และ นครราชสีมา
2. กระจายสินค้าจากผู้ผลิตถึงผู้ซื้อโดยตรง เพื่อเป็นการลดต้นทุนค่าขนส่ง

นอกจากนี้ ในส่วนของอาคารคลังสินค้าและพื้นที่ปทุมธานี ทางบริษัทฯ ได้มีนโยบายพัฒนาที่ดินปทุมธานี ขนาด 76 ไร่ 3 งาน 9 ตรว. เพื่อเตรียมดำเนินการให้เป็นสถานที่สำหรับจัดแสดงกิจกรรมกลางแจ้ง (Amphitheater) สถานที่พักผ่อนริมแม่น้ำเจ้าพระยา แหล่งชุมนุมของผู้บริโภคที่มีความสนใจเรือส่วนตัว (Boat Community Place) ตลอดจนเป็นศูนย์กลางธุรกิจซื้อขายเรือของแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับบริษัทอีกช่องทางหนึ่ง สำหรับพื้นที่สีม่วง ได้พัฒนาพื้นที่โดยดำเนินการทำสวนเกษตรอุตสาหกรรม และการจัดสรรพื้นที่ให้เหมาะสมกับกิจกรรมต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเติบโตที่ยั่งยืนและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ

ธุรกิจอาหาร และศูนย์อาหาร

ปี 2561 ที่ผ่านมามีธุรกิจข้าวมีพัฒนาการที่สำคัญ ดังนี้

- **ศูนย์อาหารนานาชาติ THE FIFTH Food Avenue**

ในปี 2561 ศูนย์อาหารนานาชาติ THE FIFTH Food Avenue ตั้งอยู่บนศูนย์อาหารชั้น 5 ณ ศูนย์การค้า MBK Center ภายใต้การบริหารงานของ บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน) (“MBK FE”) ได้มีการดำเนินการปรับโครงสร้างการบริหาร โดยปรับเปลี่ยนจากผู้บริหารศูนย์อาหารเป็นผู้บริหารจัดการและให้เช่าพื้นที่พร้อมอุปกรณ์ เพื่อจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม โดยยังคงให้บริการภายใต้แบรนด์ The Fifth Food Avenue เช่นเดิม

- **ศูนย์อาหาร MBK Food Island**

ศูนย์อาหาร MBK Food Island ตั้งอยู่บนศูนย์อาหารชั้น 6 ณ ศูนย์การค้า MBK Center ภายใต้การบริหารงานของ บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน) (“MBK-FI”) ในปี 2561 ได้มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดของศูนย์อาหารเป็น Capital Street Food of Bangkok และได้เพิ่มพื้นที่การให้บริการและความหลากหลายของร้านค้าและอาหาร โดยการเพิ่มโซนร้านค้าในรูปแบบเทศกาลอาหารในธีมต่างๆ เพื่อผลักดันเปลี่ยนหมุนเวียนนำร้านค้าที่อยู่ในกระแสความนิยมมาให้บริการลูกค้า ในรูปแบบตลาดนัดอาหารของฝาก (Food Souvenir) และ ซื้อมากิน (Takeaway) โดยมีร้านของฝากเครือข่ายที่มีชื่อเสียง เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

- **ร้านอาหารญี่ปุ่น**

ร้านอาหารเครือข่าย (Restaurant Chain) ภายใต้การบริหารงานของ บริษัท อินโนฟู้ด (ไทยแลนด์) จำกัด (“INNO”) ผลิต จัดจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มในสไตล์ญี่ปุ่น ภายใต้แบรนด์ Hina Japanese Restaurant ให้บริการอาหารญี่ปุ่น ในรูปแบบภัตตาคารเต็มรูปแบบ ในปี 2561 ได้ปรับเปลี่ยนการให้บริการในสไตล์ Japanese Fusion ภายใต้ Concept “Craft Japanese Culinary” และภายใต้แบรนด์ Brand FuYuu Udon and Tempura ซึ่งให้บริการอุด้งเส้นสดที่ผลิตใหม่วันต่อวันพร้อมน้ำซุปลสูตรต้นตำรับ รวมถึงเพิ่มเมนูข้าว Donburi และอาหารชุดแบบต่างๆ จากโอซาก้า (Osaka) โดยเปิดให้บริการในรูปแบบร้าน Kiosk แบบ Quick Service Restaurant ที่ศูนย์อาหาร MBK Food Island ชั้น 6 ศูนย์การค้า MBK Center

- **ครัวกลาง (Comissary)**

ภายใต้การบริหารงานของ บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน) (“MBK FSV”) ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุน (Joint Venture) ระหว่าง บริษัท ปทุมไรซ์ มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท เอ็ม บี เค โฮเต็ล แอนด์ ทัวริซึม จำกัด ซึ่งได้ดำเนินการจัดตั้งในปี 2560 ในสัดส่วนการลงทุน 51%

และ 49% ตามลำดับ โดยมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 5 ล้านบาท เพื่อเตรียมความพร้อมในการสนับสนุนการจัดหาวัตถุดิบ จัดเตรียม ผลิตปรุงอาหาร และ ควบคุมคุณภาพในการผลิตอาหารให้เป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อกระจายสินค้าไปยังสาขาของร้านอาหารเครือข่ายของบริษัทในกลุ่มธุรกิจอาหาร ธุรกิจโรงแรม และสนามกอล์ฟ โดยในปี 2561 บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการก่อสร้างครัวกลางแห่งใหม่ เพื่อดำเนินงานเต็มรูปแบบ ในการผลิตสินค้าสำเร็จรูป และสินค้ากึ่งสำเร็จรูป รวมถึงการรวมศูนย์การจัดซื้อสินค้าด้านวัตถุดิบอาหาร เครื่องปรุง อุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจอาหาร ภัตตาคารและงานจัดเลี้ยงในกลุ่ม เอ็ม บี เค

- การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้นภายในบริษัทย่อย บริษัทร่วม ในปีที่ผ่านมา

จากการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 8/61 เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2561 ได้มีมติให้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อย เพื่อให้การบริหารจัดการภายในมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- PRG ซื้อหุ้นของ บริษัท เอ็ม บี เค เรสเทอรองท์ กรุ๊ป จำกัด (“MBK RG”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยโดยอ้อมของ PRG จาก บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (“MBK FE”) ซึ่งมีฐานะเป็นบริษัทย่อยโดยตรงที่ PRG ถือหุ้นจำนวน 75% และหลังจากการปรับโครงสร้างการถือหุ้นส่งผลให้ MBK RG มีสถานะเป็นบริษัทย่อยโดยตรงของ PRG ถือหุ้นจำนวน 99.99% เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2561

- PRG ได้ขายหุ้นสามัญของ บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด ซิสเต็ม จำกัด (“MBK FS”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยโดยตรงของ PRG ที่ถือหุ้นอยู่ 100% (1,090,910 หุ้น) ให้กับ บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน) (“MBK”) เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2561

นอกจากนั้น ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียน MBK RG จากเดิมมีทุนจดทะเบียนเท่ากับ 50,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 150,000,000 บาท ด้วยหุ้นบุริมสิทธิจำนวน 1,000,000 หุ้น เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2561

อนึ่ง เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียน MBK RG อีกจำนวน 120,000,000 บาท ด้วยหุ้นบุริมสิทธิจำนวน 1,200,000 หุ้น ทำให้ MBK RG มีทุนจดทะเบียนเท่ากับ 270,000,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจของบริษัท

- การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับอำนาจในการควบคุมบริษัทในปีที่ผ่านมา

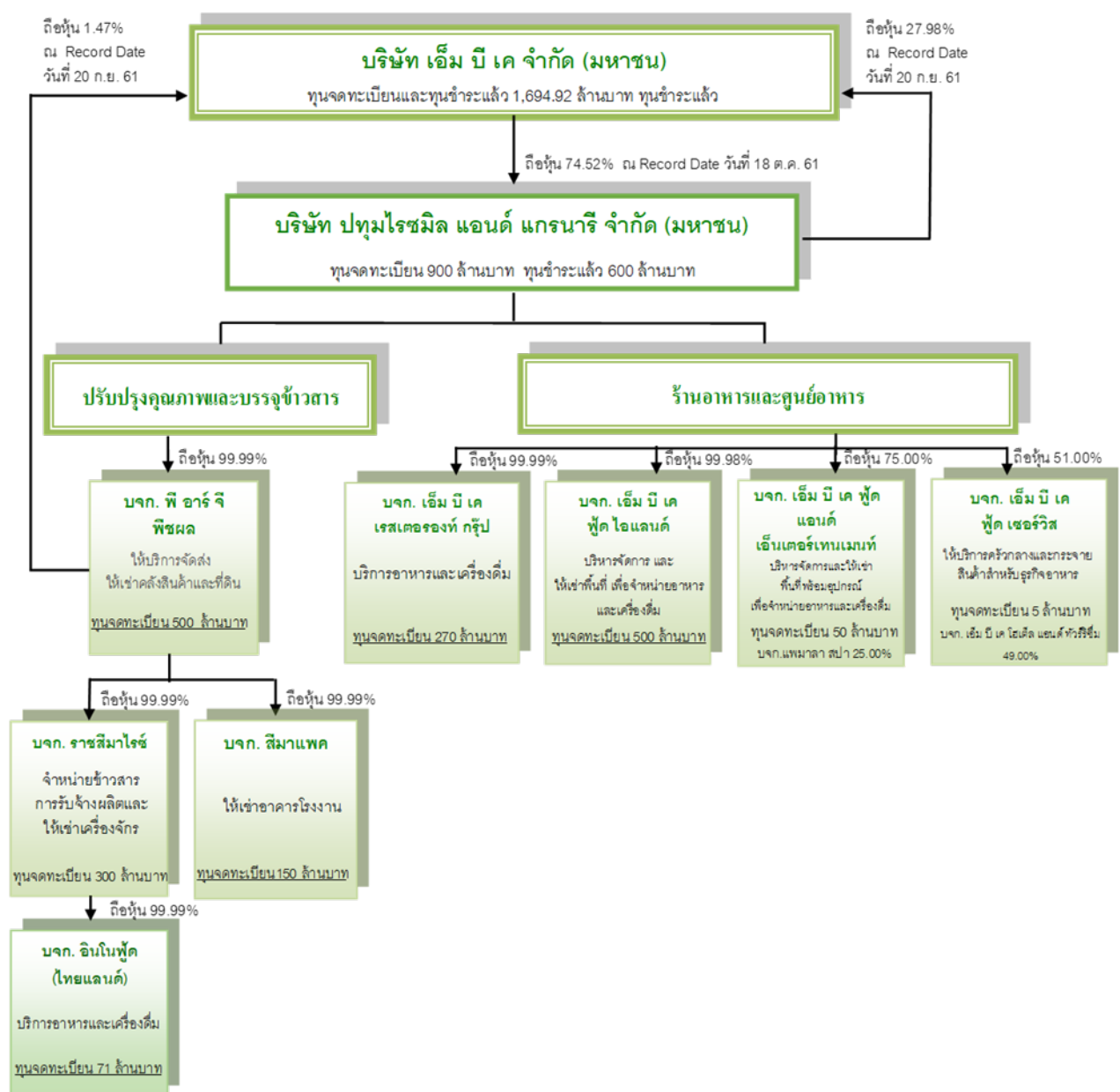
-ไม่มี-

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

1.3.1 นโยบายการบริหารงานในกลุ่ม

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2562 กลุ่มบริษัทฯ แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1. ปรับปรุงคุณภาพและบรรจุข้าวสาร 2. ร้านอาหารและศูนย์อาหาร รายละเอียดปรากฏดังแผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

1.3.2 แผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2562)

ชื่อบริษัท	ที่ตั้ง สำนักงานใหญ่	ธุรกิจหลัก	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนเรียกชำระแล้ว (บาท)	สัดส่วนการ ถือหุ้นโดยตรง (%)	สัดส่วนการ ถือหุ้นโดยอ้อม (%)
1. บริษัท พี อาร์ จี ฟิชผล จำกัด	ปทุมธานี	ให้บริการจัดส่ง ให้เช่าคลังสินค้าและที่ดิน	500,000,000	500,000,000	99.99	
2. บริษัท ราชสีมาไรซ์ จำกัด	ปทุมธานี	ผู้ผลิตและจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุง	300,000,000	300,000,000		99.99 ^{/1}
3. บริษัท สีมาแพค จำกัด	ปทุมธานี	ให้เช่าอาคารโรงงาน	150,000,000	150,000,000		99.99 ^{/2}
4. บริษัท อินโนฟู้ด(ไทยแลนด์) จำกัด	ปทุมธานี	ธุรกิจร้านอาหารเครือข่าย	71,000,000	71,000,000		99.99 ^{/3}
5. บริษัท เอ็ม บี เค เรสเตอรองท์ กรุ๊ป จำกัด	กรุงเทพฯ	ธุรกิจร้านอาหารเครือข่าย	270,000,000	270,000,000	99.99	
6. บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด ไอแลนด์ จำกัด	กรุงเทพฯ	ศูนย์อาหาร	500,000,000	500,000,000	99.98	
7. บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	กรุงเทพฯ	ศูนย์อาหาร	50,000,000	50,000,000	75	
8. บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด	กรุงเทพฯ	ประกอบกิจการครัวกลางและกระจาย สินค้าด้านอาหารให้แก่กลุ่มบริษัท	5,000,000	5,000,000	51	
9. บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด(มหาชน)	กรุงเทพฯ	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	1,694,923,000	1,694,923,000	27.98	
10. บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด ซิสเต็มส์ จำกัด	กรุงเทพฯ	จำหน่ายวัตถุดิบและสินค้าด้านอาหาร	-	^{/4}		

หมายเหตุ :

- /1 ถือหุ้นโดย บริษัท พี อาร์ จี ฟิชผล จำกัด
- /2 ถือหุ้นโดย บริษัท พีอาร์จี ฟิชผล จำกัด
- /3 ถือหุ้นโดย บริษัท ราชสีมาไรซ์ จำกัด
- /4 ขายหุ้นให้กับ บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2561

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประเภทกิจการและลักษณะการดำเนินงาน

บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) (“PRG”) ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายข้าวสารทั้งภายในประเทศและเพื่อการส่งออก โดยเป็นบริษัทแรกที่ผลิตข้าวถุงภายใต้เครื่องหมายการค้า “ข้าวมาบุญครอง” และเป็นตราสินค้าแรกที่ประสบความสำเร็จในการขายและผู้บริโภคให้ความเชื่อถือในคุณภาพของสินค้า ต่อมา PRG ได้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2536 และจดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2536

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ปรับปรุงคุณภาพและบรรจุข้าวสาร

ผลิตภัณฑ์หลัก

ผลิตภัณฑ์หลักของ PRG คือ ข้าวสารบรรจุถุงพลาสติกขนาด 200 กรัม, 450 กรัม, 1 กิโลกรัม, 2 กิโลกรัม, 5 กิโลกรัม, 15 กิโลกรัม, 48 กิโลกรัม, 49 กิโลกรัม และ 50 กิโลกรัม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ข้าวมาบุญครอง”, “ข้าวมาบุญครอง พลัส” และ “ข้าวจัสมินโกลด์” และในปี 2559 บริษัทฯ ได้เพิ่มการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ “ข้าวปิ่นสุก” และ “ข้าวมาบุญครองอินทรีย์” รายละเอียด ดังนี้

- ข้าวหอมมะลิ เป็นข้าวที่ได้รับโลรางวัลการผลิตข้าวสารหอมมะลิบรรจุถุงที่มีคุณภาพสม่ำเสมอต่อเนื่องกันเกินกว่า 10 ปี จึงทำให้บริษัทได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานรูปพนมมือในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัส และการรับรองคุณภาพมาตรฐานดีพิเศษ (★) (รูปพนมมือติดดาว) เป็นรายแรกจากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ จึงมั่นใจได้ว่าข้าวหอมมะลิมาบุญครองทุกถุงมีคุณภาพมาตรฐานสม่ำเสมอ โดยแบ่งออกเป็นชนิดต่างๆ ดังนี้
 - ข้าวหอมมะลิ 100% (ถุงฟอยล์สีแดง) เป็นข้าวหอมมะลิ 100% ข้าวใหม่ต้นฤดู โดยมีขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัม
 - ข้าวหอมมะลิ 100% (ถุงแดง) เป็นข้าวหอมมะลิ 100% โดยมีขนาดบรรจุ 200 กรัม 2, 5 และ 15 กิโลกรัม
 - ข้าวหอมมะลิ 100% (ถุงเขียว) เป็นข้าวหอมมะลิเก่า 100% โดยมี ขนาดบรรจุ 1, 5, 15, 45, 49 และ 50 กิโลกรัม
 - ข้าวหอมมะลิ 5% เป็นข้าวหอมมะลิเต็มเมล็ด 95% และข้าวหอมมะลิหัก 5% โดยมีขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัม
 - ข้าวหอมมะลิ 10% เป็นข้าวหอมมะลิเต็มเมล็ด 90% และข้าวหอมมะลิหัก 10% โดยมีขนาดบรรจุ 5, 15, 48, 49 และ 50 กิโลกรัม

- ข้าวหอมมะลิ 100% จัสมินโกลด์ เป็นข้าวหอมมะลิคุณภาพดีพิเศษบรรจุในถุงสุญญากาศ โดยมีขนาดบรรจุ 2 กิโลกรัม
- ข้าวกล้องหอมมะลิ 100% บรรจุในถุงสุญญากาศ โดยมีขนาดบรรจุ 2 กิโลกรัม
- ข้าวกล้องหอมมะลิ 10% (ข้าวกล้องหอมมะลินทรีย์ 10 %)
- ข้าวกล้องหอมมะลิ 5% (ข้าวกล้องหอมมะลินทรีย์ 5 %)
- ข้าวหอมทิพย์ เป็นข้าวหอมมะลิ 100% จำนวน 70% กับข้าวขาว 100% จำนวน 30% โดยมีขนาดบรรจุ ข้าวหอมทิพย์ (เหลือง) 5 กิโลกรัม ข้าวหอมทิพย์ (ชมพู) 5 กิโลกรัม และข้าวหอมทิพย์ (กระสอบส้ม) ขนาด 15, 48, 49 และ 50 กิโลกรัม
- ข้าวหอม 100% เป็นข้าวหอมมะลิ 20% กับข้าวหอมปทุม 80% โดยมีขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัม
- ข้าวหอมปทุม 100% เป็นข้าวหอมที่พัฒนาสายพันธุ์จากข้าวหอมมะลิ โดยมีขนาดบรรจุ ข้าวหอมปทุม (ส้ม) 5 กิโลกรัม และข้าวหอมปทุม (เขียว) 5 กิโลกรัม
- ข้าวขาว 100% (ฟ้า) ขนาด 5 กิโลกรัม และข้าวรวงแก้ว (น้ำเงิน) โดยมีขนาดบรรจุ 1 และ 5 กิโลกรัม
- ข้าวเสาไห้ 100% เป็นข้าวเสาไห้ 100% (กระสอบน้ำเงิน) โดยมีขนาดบรรจุ 15, 48, 49 และ 50 กิโลกรัม
- ข้าวขาว 15% (น้ำตาล) โดยมีขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัม และข้าวรวงทิพย์ (ม่วง) ขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัม
- ข้าวปั้นสุข มีทั้งข้าวขาวและข้าวหอมมะลิ โดยมีขนาดบรรจุ 45, 48 และ 49 กิโลกรัม
- ข้าวมานูญครองพลัส เป็นข้าวหอมมะลิไทยโดยเพิ่มคุณค่าจากผัก และธัญพืช ปราศจากสารปรุงแต่งเพื่อสุขภาพ โดยมี 7 ชนิด ดังนี้
 1. ข้าวธัญพืช ประกอบด้วย เมล็ดทานตะวัน งาคั่ว และฟักทอง โดยมีขนาดบรรจุ 450 กรัม
 2. ข้าวกระเทียมเห็ดหอม ประกอบด้วย กระเทียม เห็ดหอม และแครอท โดยมีขนาดบรรจุ 450 กรัม
 3. ข้าวห่าสี ประกอบด้วย ข้าวโพด แครอท เผือก และถั่วลิสง โดยมีขนาดบรรจุ 450 กรัม
 4. ข้าวหอมควินัว ประกอบด้วย ควินัว แครอท และลูกเดี๋ย โดยมีขนาดบรรจุ 450 กรัม
 5. ข้าวกล้องงอก นูตรา กาบาไรซ์ เป็นข้าวกล้องหอมมะลิ 100% ผ่านกระบวนการทางธรรมชาติเพื่อให้ได้สารอาหารมากขึ้น ทั้งใยอาหาร วิตามิน แมกนีเซียม และสารต้านอนุมูลอิสระ ได้แก่ สารกาบา ที่ให้ปริมาณสูงมากกว่าข้าวกล้องปกติ 30 เท่า ซึ่งมีประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยป้องกันการเกิดโรค เช่น โรคเมเร็ง เบาหวาน อัลไซเมอร์ ลดการดึงเครียด รู้สึกผ่อนคลาย โดยมีขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม

6. ข้าวไรซ์เบอร์รี่เป็นข้าวหอมมะลีสายพันธุ์ใหม่ ที่เป็นสายพันธุ์ผสมระหว่างข้าวสินิลกับข้าวหอมมะลิ มีโปรตีนเป็น 2 เท่าของข้าวหอมมะลิ และมีสารต้านอนุมูลอิสระสูง ได้แก่ แอนโทไซยานิน, เบต้าแคโรทีน, แกมมาโอไรซานอล, วิตามินอี, แทนนิน, สังกะสี, โฟเลตสูง และที่สำคัญมีน้ำตาลต่ำ โดยมีขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม
7. ข้าวสีพัฒนา สำหรับผู้ที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ หรือผู้ที่เริ่มต้นรับประทานข้าวกล้อง ชนิดของข้าวประกอบไปด้วย ข้าวหอมมะลิ 100% เกรดคัดพิเศษ, ข้าวกล้องหอมมะลิ 100%, ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ 100% และข้าวกล้องหอมมะลิแดง เป็นการผสมผสานสุดยอดสายพันธุ์ข้าวที่มีประโยชน์สูงสุด ภายใต้สูตรผสมพิเศษของข้าวมาบุญครอง ทำให้ได้ข้าวคุณภาพหลังหุงสุกนุ่มหอมรับประทาน โดยมีขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม
- ข้าวมาบุญครองอินทรีย์ เป็นข้าวที่ปราศจากสารเคมีเจือปน และได้รับมาตรฐานระดับสากล ได้แก่ มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกา และ มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์สหภาพยุโรป โดยมี 3 ชนิด ดังนี้
 1. ข้าวหอมมะลิ อินทรีย์ เป็นข้าวหอมมะลิ 100% เกรดคัดพิเศษ โดยมีขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม
 2. ข้าวกล้องหอมมะลิ อินทรีย์ เป็นข้าวกล้องหอมมะลิ 100% โดยมีขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม
 3. ข้าวไรซ์เบอร์รี่ อินทรีย์ เป็นข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ 100% โดยมีขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม
- น้ำมันรำข้าวพุทธาอริสเท้น ผลิตจากรำข้าวและจมูกข้าวอินทรีย์สดใหม่ นำมาบิบน้ำมันโดยวิธีบิบนั่นทันทีหลังจากการสีข้าว ภายใน 24 ชม. ใช้เครื่องบิบน้ำมันโดยตรง ทำให้ได้น้ำมันที่บริสุทธิ์ มีกลิ่นหอม สด เก็บได้นาน ไร้กลิ่นหืนและคงคุณค่าสารอาหารไว้ได้อย่างครบถ้วน จึงมั่นใจได้ว่าไม่มีสารเคมีปนเปื้อน ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ จากสำนักงานมาตรฐานเกษตรภายในประเทศและสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์ระดับนานาชาติ (IFOAM)
- น้ำมันรำข้าวบริสุทธิ์ ผลิตจากรำข้าวและจมูกข้าวข้าวหอมมะลิใหม่ สด สกัดแบบบิบนั่น ได้คุณภาพของน้ำมันรำข้าวที่ดีที่สุด โรงงานบิบน้ำมัน ที่สะอาดได้มาตรฐาน
- ไรซ์เบอร์รี่กราโนล่า รายแรกของประเทศไทย ซึ่งผลิตจากข้าวไรซ์เบอร์รี่ปลอดสารพิษเคลือบน้ำผึ้ง งาขี้ม่อน ผสมกับธัญพืชและผลไม้อบแห้งต่างๆ ซึ่งมีด้วยกัน 3 รสชาติ คือ Mixed Nut, Berry Berry และ Tropical ขนาดบรรจุที่ 40 กรัมต่อถ้วย

ผลิตภัณฑ์พลอยได้

ผลิตภัณฑ์พลอยได้ คือ ปลายข้าว รำข้าวขัด และข้าว Reject เป็นเมล็ดข้าวหักที่เกิดจากกระบวนการปรับปรุงคุณภาพข้าว เพื่อนำไปผสมให้ได้คุณภาพข้าวเกรดรองตามที่ต้องการ นอกจากนี้ ปลายข้าวที่เป็นประเภทปลายเล็ก จะขายให้กับผู้ผลิตอาหารสัตว์ เพื่อนำไปทำอาหารสัตว์

กลุ่มที่ 2 ธุรกิจร้านอาหารและศูนย์อาหาร

ผลิตภัณฑ์หลัก

นอกจากธุรกิจผลิตและจำหน่ายข้าวสารแล้ว ทางบริษัทฯ ยังประกอบธุรกิจด้านร้านอาหาร เครื่องดื่มและศูนย์อาหาร โดยดำเนินธุรกิจผ่านบริษัทย่อยและบริษัทร่วม มีรายละเอียด ดังนี้

ชื่อทางการค้า	ประเภทธุรกิจ	จำนวนสาขา
MBK Food Island	ศูนย์อาหารแบบสตรีท ฟู้ด (Street Food)	1
The Fifth Food Avenue	ศูนย์อาหารนานาชาติ	1
Hina Japanese Restaurant	อาหารญี่ปุ่น ซูชิ ซาซิมิ และอาหารชุด	1
FuYuu Udon and Tempura	อุด้ง เทมปุระ และอาหารชุด	1
Suki Number One	สุกี้ก๊ี้ส ไส้โต้งเต้าหู้ดำ	3
MBK Food Service	ดำเนินธุรกิจครัวกลางสนับสนุนสาขาของร้านอาหารเครือข่าย	1

บริษัทย่อย บริษัทร่วมของ PRG

บริษัท พี อาร์ จี ฟิวส์ จำกัด (“PRG-G”) (ถือหุ้นโดย PRG 99.99%)

PRG-G ดำเนินกิจการให้เช่าคลังสินค้า และที่ดิน ทั้งนี้ได้ให้บริการแก่ บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) และบริษัทอื่นๆ ทั่วไป โดยให้เช่าสิ่งปลูกสร้างและทรัพย์สินทุกประเภท (ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ตั้ง PRG) เช่น ที่ดิน คลังสินค้า และท่าเรือ PRG-G ให้บริการโดยให้ทำสัญญาเช่าเป็นปีต่อปีหรือแล้วแต่ตกลง และกำหนดอัตราค่าบริการตามปริมาณการเก็บรักษา หรือตามจำนวนพื้นที่

บริษัท ราชสีมาไรซ์ จำกัด (“RR”) (ถือหุ้นโดย PRG-G 99.99%)

RR เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2540 โดยได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เพื่อรับโอนกิจการคัดคุณภาพข้าวสารจาก PRG เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุง ขนาด 2 กิโลกรัม และ 5 กิโลกรัม เพื่อตลาดภายในประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ข้าวมานูญครอง”

RR ได้ขอเลิกการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับการอนุมัติเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2549 และได้ให้โรงงานผลิตข้าวถุงอื่นเช่าเป็นระยะเวลา 1 ปี แต่ปัจจุบัน RR เป็นผู้ผลิตหลักในการปรับปรุงคุณภาพข้าวหอมมะลิ ในการดำเนินการคัดและปรับปรุงคุณภาพข้าวสาร เพื่อบรรจุถุงให้กับ PRG และบุคคลภายนอกทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ นอกจากนี้ RR ยังได้ดำเนินธุรกิจด้านซื้อขายข้าวสารให้แก่ PRG และบุคคลทั่วไปอีกด้วย

RR ดำเนินธุรกิจผลิตข้าวเพื่อสุขภาพ คือ ข้าวกล้องงอกหอมมะลิเสริมสุขภาพนุทราคาบาไรซ์ (Nutra GABA Rice) นอกจากนี้ ยังมีการผลิตข้าวเพื่อสุขภาพอื่นๆ เช่น ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวสีส้ม เป็นต้น

บริษัท สี่มาแพค จำกัด (“SMP”) (ถือหุ้นโดย PRG-G 99.99%)

SMP ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2540 มีมติอนุมัติให้การส่งเสริมในประเภท 6.12 การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก หรือเคลือบด้วยพลาสติก และ เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2549 SMP ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมีมติให้การส่งเสริมการลงทุนในกิจการ ผลิตสิ่งพิมพ์จากฟิล์มพลาสติกประเภท 6.14 กิจการผลิตสิ่งพิมพ์ SMP เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายถุงข้าวสารให้แก่กลุ่ม PRG

SMP ได้มีการพัฒนาทางด้านธุรกิจบรรจุภัณฑ์ โดยมีการลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์กราฟิกรุ่น 8 สี เครื่องทำซอง และเครื่องกรอและตัด เพื่อรองรับการผลิตตามความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ในตลาดที่ลูกค้าต้องการ

SMP ได้ยุติการดำเนินกิจการผลิตและจำหน่ายถุงพลาสติก และเปลี่ยนมาดำเนินกิจการให้เช่าอาคารโรงงาน และเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบข้าวสารให้แก่บริษัทในเครือเมื่อปี 2559 นอกจากนั้น SMP ได้ขอยกเลิกการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับการอนุมัติเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2561

บริษัท อินโนฟู้ด (ไทยแลนด์) จำกัด (“INNO”) (ถือหุ้นโดย RR 99.99%)

INNO ดำเนินกิจการร้านอาหารญี่ปุ่นใน 2 แปรณ คือ Hina Japanese Restaurant ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารญี่ปุ่นประเภท ซูชิ ซาซิมิ อาหารชุด และเครื่องดื่ม ในรูปแบบภัตตาคารแบบบริการเต็มรูปแบบ ในสโตร์โอซาก้า (Osaka) และ Fuyuu Udon and Tempura ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารญี่ปุ่นประเภทอุด้ง เทมปุระ อาหารชุดและเครื่องดื่ม โดยให้บริการอุด้งเส้นสดที่ผลิตใหม่วันต่อวันพร้อมน้ำซุปลูตร้อนตำรับ จากโอซาก้า (Osaka)

ปัจจุบันร้าน Hina Japanese Restaurant ได้เปิดจำหน่ายที่ชั้น 6 ของศูนย์การค้า MBK Center สำหรับร้าน Fuyuu Japanese Restaurant ได้เปิดจำหน่ายที่ชั้น 6 ศูนย์อาหาร MBK Food Island ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้า MBK Center

บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด ซิสเต็ม จำกัด (“MBK-FS”) (ถือหุ้นโดย PRG 99.99%)

MBK-FS ดำเนินธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นและจำหน่ายข้าวและสินค้าอื่นๆ ในปี 2561 PRG ได้ขายหุ้น MBK-FS ทั้งหมดให้กับทาง บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน) (“MBK”) ไปเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2561

บริษัท เอ็ม บี เค เรสเทอรองท์ กรุ๊ป จำกัด (“MBK-RG”) (ถือหุ้นโดย PRG 99.99%)

MBK-RG ดำเนินกิจการผลิตและจัดจำหน่ายอาหารประเภทสุกี้ก็ แต่จั่วต้นตำรับและเครื่องดัด โดยได้นำแบรนด์ สุกี้ยากิ นัมเบอร์วัน(Suki Number One) กลับมาเปิดให้บริการอีกครั้ง ซึ่งเป็นแบรนด์ที่จดจำของผู้บริโภคมาอย่างยาวนาน บวกกับรสชาติสุกี้ก็ดั้งเดิมที่อร่อย เป็นที่ประทับใจทันทีที่ผู้บริโภคได้รับประทาน ปัจจุบันร้านอาหารสุกีนัมเบอร์วันได้เปิดให้บริการ 3 สาขา ได้แก่

- ศูนย์การค้า The Nine Center ชั้น 1
- อาคารสำนักงาน Glass House Ratchada ชั้น 2
- ศูนย์การค้า เอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ชั้น 6

บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด ไอแลนด์ จำกัด (“MBK-FI”) (ถือหุ้นโดย PRG 99.98%)

MBK-FI ดำเนินกิจการด้านศูนย์อาหาร (MBK Food Island) โดยได้รับสิทธิการเช่าพื้นที่ระยะยาวที่ชั้น 6 ณ ศูนย์การค้า MBK Center จาก MBK โดยมีที่นั่งสำหรับรับประทานอาหารจำนวนกว่า 1,000 ที่นั่ง บนแนวคิดของศูนย์อาหารในแนว Capital Street Food of Bangkok ที่มีความหลากหลาย สด สะอาด ราคา ย่อมเยา โดยร้านค้าที่ได้รับการคัดสรรเป็นร้านค้าชื่อดัง ที่อยู่ในกระแสที่ได้รับการยอมรับมากกว่า 50 ร้าน เพื่อตอบสนองการให้บริการให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าของศูนย์การค้า ทั้งชาวไทยและต่างชาติ

บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (“MBK-FE”) (ถือหุ้นโดย PRG 75.00%)

MBK-FE ดำเนินกิจการเป็นผู้บริหารจัดการและให้เช่าพื้นที่พร้อมอุปกรณ์ เพื่อจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในรูปแบบศูนย์อาหารนานาชาติ ภายใต้แบรนด์ (THE FIFTH Food Avenue) ตั้งอยู่บนชั้น 5 ของศูนย์การค้า MBK Center ภายใต้คอนเซ็ปต์ “New Definition of International Food Hall ศูนย์อาหารนานาชาติ รูปแบบใหม่ที่คุ้นสัมผัสได้” มีร้านค้า 20 ร้าน พร้อมที่นั่งรับประทานอาหารกว่า 350 ที่นั่ง

บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด (“MBK-FSV”) (ถือหุ้นโดย PRG 51.00%)

MBK-FSV เป็นบริษัทร่วมทุน (Joint Venture) ระหว่าง บริษัท ปทุมไรซ์ มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท เอ็ม บี เค โฮเต็ล แอนด์ ทัวริซึม จำกัด ได้เริ่มดำเนินการในปี 2560 ในสัดส่วนการลงทุน 51% และ 49% ตามลำดับ ซึ่งดำเนินธุรกิจการให้บริการครัวกลางและกระจายสินค้าด้านอาหารให้แก่กลุ่มธุรกิจร้านอาหารเครือข่าย ธุรกิจโรงแรม และสนามกอล์ฟ

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย

(หน่วย : พันบาท)

ผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น	ปี 2561		ปี 2560		ปี 2559		ปี 2558		ปี 2557	
			รายได้		รายได้		รายได้		รายได้		รายได้	
ข้าวถุง	PRG	-	780,013	30.12%	676,019	34.40%	717,390	32.75%	814,740	28.54%	974,271	42.40%
ข้าวกระสอบ	PRG	-	937,320	36.19%	498,689	25.38%	683,885	31.22%	1,285,044	45.01%	618,897	26.93%
ปลายข้าว	PRG	-	37,363	1.44%	4,445	0.23%	3,846	0.18%	7,696	0.27%	11,174	0.49%
อื่น ๆ	PRG	-	20,307	0.78%	38,844	1.98%	48,277	2.20%	51,686	1.81%	25,308	1.10%
	PRG-G	99.99	5,574	0.22%	4,733	0.24%	2,920	0.13%	7,306	0.26%	6,149	0.27%
	RR	99.99	116,996	4.52%	24,688	1.26%	6,579	0.30%	2,678	0.09%	26	0.00%
	SMP	99.99	4,097	0.16%	5,097	0.26%	2,441	0.11%	(42)	0.00%	44,206	1.92%
	INNO	99.99	24,684	0.95%	25,360	1.29%	4,507	0.21%	77	0.00%	732	0.03%
	MBK-FE	75.00	48,266	1.86%	93,221	4.74%	107,739	4.92%	124,811	4.37%	128,781	5.60%
	MBK-FI	99.98	201,967	7.80%	210,255	10.70%	214,482	9.79%	195,306	6.84%	160,973	7.01%
	MBK-FS*	99.99	112	0.00%	126	0.01%	19,580	0.89%	31,253	1.09%	23,642	1.03%
	MBK-RG	99.99	42,661	1.65%	48,559	2.47%	45,562	2.08%	33,422	1.17%	4,127	0.18%
	MBK-FSV	51.00	211	0.01%	226	0.01%	-	-	-	-	-	-
เงินปันผล	PRG	-	350,945	13.55%	313,005	15.93%	313,005	14.29%	284,622	9.97%	284,564	12.38%
	PRG-G	99.99	18,500	0.71%	20,403	1.04%	18,857	0.86%	15,073	0.53%	15,014	0.65%
	RR	99.99	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	73	0.00%	13	0.00%
	MBK-FE	75.00	723	0.03%	1,443	0.07%	1,503	0.07%	1,186	0.04%	-	0.00%
รวมรายได้ทั้งหมด			2,589,739	100.00%	1,965,113	100.00%	2,190,573	100.00%	2,854,931	100.00%	2,297,877	100.00%

หมายเหตุ :

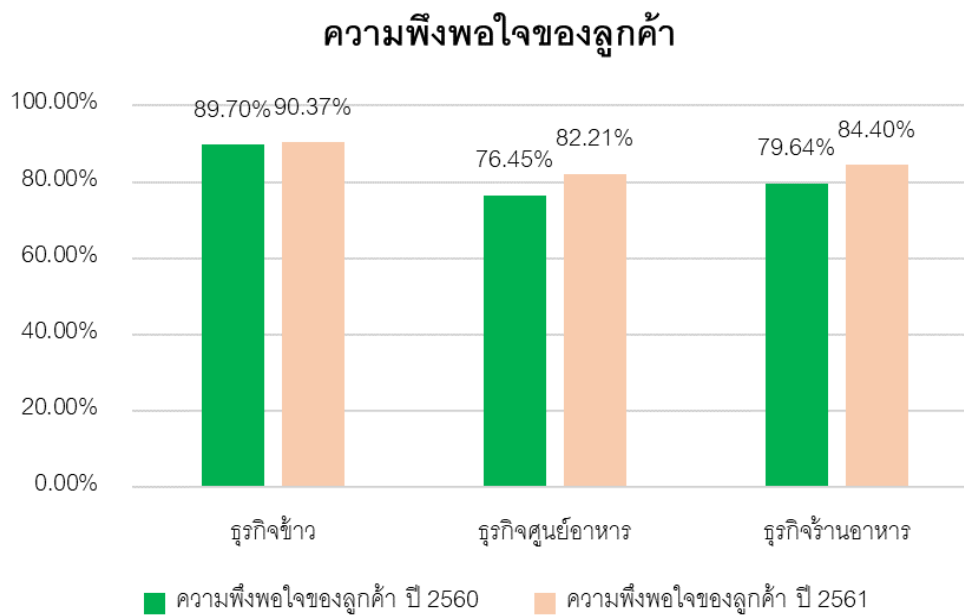
- PRG = บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน)
- PRG-G = บริษัท พีอาร์จี ฟิวส์ จำกัด [ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 99.99%]
- RR = บริษัท ราชสิมาไรซ์ จำกัด [ถือหุ้นโดย บริษัท พีอาร์จี ฟิวส์ จำกัด 99.99%]
- SMP = บริษัท สิมแพค จำกัด [ถือหุ้นโดย บริษัท พีอาร์จี ฟิวส์ จำกัด 99.99%]
- INNO = บริษัท อินโนฟิวส์ (ไทยแลนด์) จำกัด [ถือหุ้นโดย บริษัท ราชสิมาไรซ์ จำกัด 99.99%]
- MBK-FE = บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด [ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 75.00%]
- MBK-FI = บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด ไอแลนด์ จำกัด [ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 99.98%]
- MBK-RG = บริษัท เอ็ม บี เค เรสโตรองท์ กรุ๊ป จำกัด [ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 99.99%]
- MBK-FSV = บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด [บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 51.00 %
- MBK-FS* : บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด ซิสเต็ม จำกัด [ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 99.99%] ซึ่งบริษัทฯ ได้ขายหุ้นสามัญของ FBK FS ให้กับ บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2561 ซึ่งเป็นไปตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/61 เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2561

รายได้จากการจำหน่ายข้าวในระยะเวลา 4 รอบปีบัญชี

ช่องทางการจำหน่ายข้าว	ปี 2561		ปี 2560		ปี 2559		ปี 2558	
	ตัน	บาท	ตัน	บาท	ตัน	บาท	ตัน	บาท
Traditional Trade	21,055	591,514,234	17,268	411,945,592	13,236	362,951,802	15,448	460,838,841
Modern Trade	10,839	413,511,521	10,556	347,632,266	12,252	424,867,701	12,698	452,374,697
Catering	1,561	49,060,556	2,395	58,432,289	2,243	64,790,219	2,494	73,605,555
Export	36,389	700,609,344	24,239	361,143,236	31,828	552,511,626	67,682	1,120,660,962
รวมทั้งหมด	69,844	1,754,695,655	54,458	1,179,153,383	59,559	1,405,121,348	98,322	2,107,480,055

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่การเงิน

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้กำหนด KPI เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจข้าว ศูนย์อาหาร และร้านอาหาร โดยมีรายละเอียดปรากฏตามแผนภาพด้านล่างนี้



สถานการณ์ทางธุรกิจและภาวะการแข่งขัน

ภาพรวมการตลาด

ตั้งแต่ต้นปี 2561 เป็นต้นมา คุณภาพข้าวไทยยังคงมีชื่อเสียงและจากการที่ได้มีการปรับมาตรฐานข้าวเพื่อให้สอดคล้องกับการแข่งขันในตลาดโลก ทำให้ข้าวไทยมีศักยภาพในการแข่งขันได้มากขึ้น ดังนั้นในปี 2561 ประเทศไทยยังคงรักษาระดับการเป็นผู้ส่งออกอันดับ 2 ของโลกรองจากประเทศอินเดีย แต่อย่างไรก็ตามจากเศรษฐกิจของโลกที่ชะลอตัว ทำให้กำลังซื้อของตลาดโลกลดลงในส่วนของตลาดยุโรปและอเมริกา แต่กำลังซื้อเพิ่มสูงขึ้นในตลาดทางภาคพื้นเอเชีย ซึ่งถือเป็นโอกาสของข้าวไทยที่มีชื่อเสียงอยู่ในตลาดเหล่านี้ แต่จากปัญหาลูกอุปสงค์อุปทานของข้าวหอมมะลิในช่วงเวลาทำให้ราคาข้าวดีดตัวสูงขึ้น ทำให้ในช่วงเวลา ผู้ซื้อบางรายชะลอการสั่งซื้อเพื่อรอคู่สถานการณ์ ทำให้อุปสงค์ในตลาดไม่ต่อเนื่องจากเหตุการณ์เหล่านี้รวมถึงสถานการณ์การเมืองในแต่ละประเทศที่จะส่งผลกระทบต่อระยะยาวในเรื่องนโยบายการค้า ดังนั้นการแข่งขันจะมุ่งเน้นทางด้านราคาเป็นหลัก เพื่อส่งเสริมยอดขายของแต่ละผู้ประกอบการ

ในส่วนของตลาดภายในประเทศนั้น ถึงแม้ว่าราคาวัตถุดิบจะเพิ่มสูงขึ้นจากกรณีที่วัตถุดิบมีไม่เพียงพอ แต่การแข่งขันทางด้านราคาในตลาดนั้นยังคงเพิ่มขึ้น เนื่องจากว่า ในปีที่ผ่านมาภาพรวมของตลาดไม่มีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นจากอัตราการบริโภคข้าวต่อคนที่ลดน้อยลงในแต่ละปี ดังนั้นผู้ประกอบการแต่ละรายจึงได้พยายามรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดกันอย่างเต็มที่โดยใช้กิจกรรมส่งเสริมการขายมาเป็นปัจจัยหลัก

อย่างไรก็ตาม ในปี 2562 ยังคงต้องพิจารณาถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อตลาดการค้าข้าว

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคตของธุรกิจข้าวสารบรรจุถุงพลาสติก

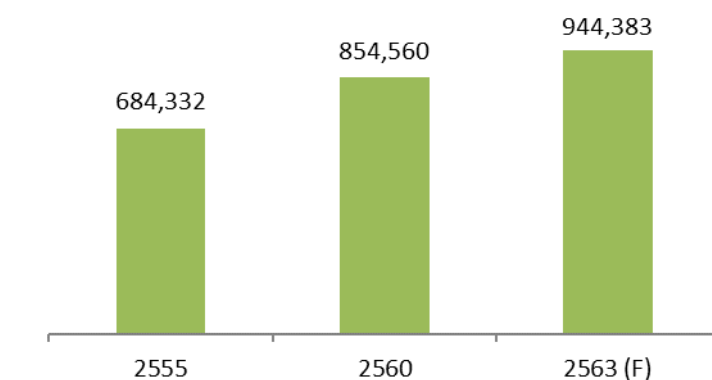
จากสถานการณ์ของเศรษฐกิจที่ชะลอตัว รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ได้ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์และอุปทานในตลาด ในช่วงปลายปี 2561 ปริมาณวัตถุดิบโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิที่มีในตลาดนั้นน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้จากภาวะแล้งในช่วงปลายปี 2561 จึงได้มีการคาดการณ์ว่าแนวโน้มของราคาข้าวโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ นั้นจะมีราคาที่สูงกว่าช่วงต้นปี 2561 ดังนั้นคาดการณ์ว่าการแข่งขันของตลาดข้าวสารบรรจุถุงในประเทศตั้งแต่ปี 2562 เป็นต้นไป ผู้ประกอบการหลายรายจะมุ่งเน้นกลยุทธ์การแข่งขันทางด้านราคาโดยเพิ่มความหลากหลายของสินค้าเพื่อตอบสนองต่อภาวะเศรษฐกิจของผู้บริโภค พร้อมทั้งมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเรื่องราคาสินค้าเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ความหลากหลายของสินค้า ไม่ว่าจะเป็นกระแสการรักษาสุขภาพที่เพิ่มขึ้นจากความกลัวในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มองหาสิ่งใหม่ๆ ในผลิตภัณฑ์เดิมๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนแปลง รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ กิจกรรมการตลาดการขายที่ต้องปรับเปลี่ยนและเพิ่มความหลากหลายให้เข้ากับกระแสไลฟ์สไตล์ ของผู้บริโภค กลวิธีในการเข้าถึงผู้บริโภคในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อสร้างทางเลือกและเข้าถึงให้ได้มากที่สุด ประเด็นต่างๆ เหล่านี้ยังคงเป็นโอกาส และอุปสรรคของผู้ประกอบการในการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความแตกต่างในชนิดสินค้า เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจและการก้าวขึ้นสู่ความเป็นผู้นำ

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคตของธุรกิจศูนย์อาหารและร้านอาหาร

ธุรกิจบริการอาหาร (Food Service) ในประเทศไทยในปี 2561 มูลค่าตลาดของธุรกิจเท่ากับ 854,560 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 3 เทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีอัตราการเติบโตสะสมเฉลี่ย (CAGR) 5 ปีย้อนหลัง ที่ร้อยละ 5 โดยแนวโน้มของธุรกิจบริการอาหารของไทยคาดว่าจะมีการเจริญเติบโตของมูลค่าทางการตลาดอย่างต่อเนื่องจาก 854,560 ล้านบาท ในปี 2561 เป็น 944,000 ล้านบาทในปี 2563 หรือที่อัตราการเติบโตก้าวหน้า (CAGR) ที่ร้อยละ 4.0 ต่อปี

หน่วย : ล้านบาท



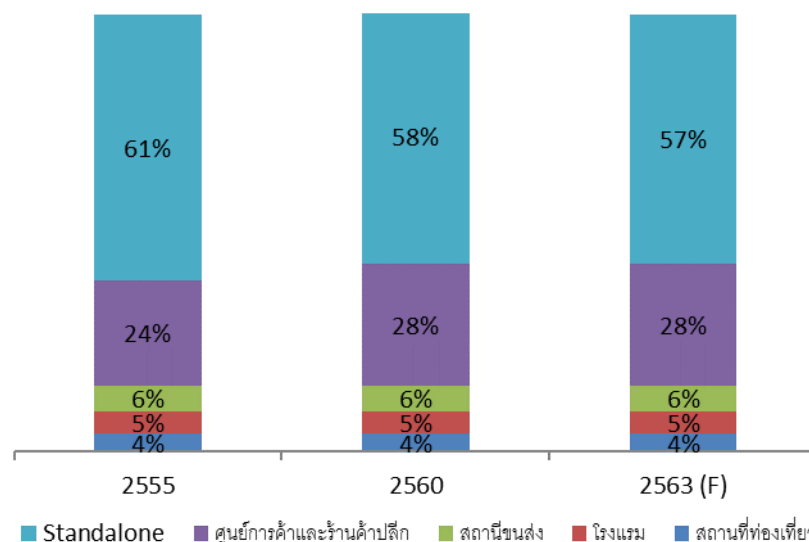
การเติบโตของแนวโน้มอุตสาหกรรมบริการอาหารของประเทศไทย

ที่มา: Euromonitor

ในปี 2561 มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจอาหารมากขึ้นประกอบกับมีกลุ่มทุนรายใหม่ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารและธุรกิจอื่นๆ เข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดส่งผลให้ประเภทอาหาร และร้านอาหารมีความหลากหลาย ในขณะเดียวกันสถานการณ์การแข่งขันในตลาดในธุรกิจอาหารก็ทวีปอย่างรุนแรง ผู้ประกอบการจึงปรับกลยุทธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การนำเข้าแบรนด์ร้านอาหารใหม่ๆ การปรับภาพลักษณ์แบรนด์ร้านอาหาร การจัดโปรโมชั่นกระตุ้นการใช้บริการ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน

ไม่น้อยที่ไม่ประสบความสำเร็จและเลิกไป อย่างไรก็ตามสถานการณ์ตลาดในระยะต่อไปก็คาดว่า จะยังคงเติบโต โดยเฉพาะธุรกิจที่มีแนวคิดในการตอบสนองวิถีคนเมืองที่นิยมความรวดเร็ว สะดวกสบาย มีเวลาจำกัด แต่ยังต้องการสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพสำหรับการบริโภค รวมถึงการให้บริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้เวลากับสังคมออนไลน์มากขึ้น โดยต้องจับตลาดบริการจัดส่งอาหาร (delivery) ที่เป็นตัวกลางให้บริการสั่งออนไลน์ และจัดส่งอาหาร ได้เข้ามามีบทบาทในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันกับเชนร้านอาหารได้มากขึ้น

เมื่อพิจารณาการขยายตัวของธุรกิจบริการอาหารโดยแบ่งออกตามช่องทางการขาย พบว่าแนวโน้มธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่เติบโตตามการขยายตัวของศูนย์การค้าและร้านค้าปลีก กล่าวคือ ศูนย์การค้าและคอมมูนิตีมอลล์มีกลยุทธ์ในการจัดสรรพื้นที่ร้านค้าปลีกให้เป็นที่น่าสนใจและสามารถดึงดูดลูกค้าเป้าหมายให้เข้ามาใช้บริการต่างๆ โดยศูนย์การค้าและคอมมูนิตีมอลล์มีรายได้ตามส่วนแบ่งยอดขายจากธุรกิจบริการอาหารที่เพิ่มขึ้น ส่วนรายได้จากช่องทางการขายแบบสาขาเดียว (Standalone) ที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่ช้าลง โดยสัดส่วนยอดขายรวมของช่องทางการขายผ่านศูนย์การค้าและร้านค้าปลีกมีส่วนแบ่งยอดขายในธุรกิจบริการอาหารเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24 เป็นร้อยละ 28 ในปี 2555 และปี 2560 ตามลำดับ และคาดว่าจะคงสัดส่วนดังกล่าวต่อไปในปี 2563

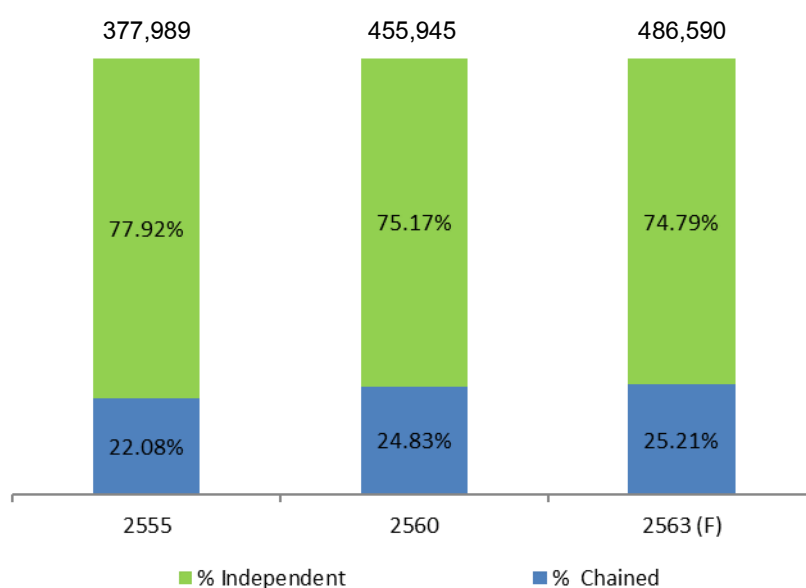


ที่มา: Euromonitor

ยอดขายรวมบริการอาหารแบ่งตามพื้นที่ค้าปลีก

อย่างไรก็ดี หากพิจารณาถึงส่วนแบ่งยอดขายธุรกิจบริการอาหารในประเทศไทยตามประเภทของร้านอาหาร (ประเภทที่มีสาขาและไม่มีสาขา) พบว่า ร้านอาหารประเภทไม่มีสาขา (Non-chain) ยังคงมีสัดส่วนมูลค่าทางธุรกิจที่มากกว่าร้านอาหารประเภทมีสาขา (Chain) อย่างไรก็ตาม สัดส่วนดังกล่าวลดลง

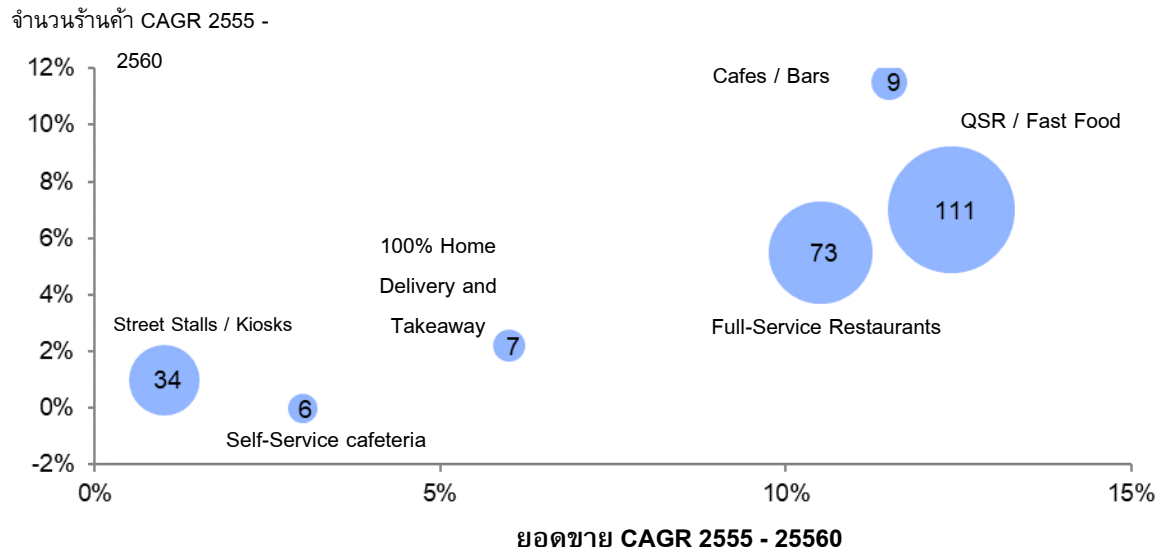
จากร้อยละ 78 ในปี 2555 เป็นร้อยละ 75 ในปี 2560 และคาดว่าจะลดลงไปเท่ากับร้อยละ 74 ในปี 2562 โดยมีสาเหตุหลักมาจากความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพในการขยายสาขา ตลอดจนระบบการบริหารจัดการและเงินทุนที่เป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ดังนั้น สัดส่วนมูลค่าทางธุรกิจของร้านอาหารประเภทมีสาขา (Chain) คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 22 ในปี 2552 เป็นร้อยละ 26 ในปี 2563



ยอดขายธุรกิจอาหารแบ่งตามประเภทของร้านอาหาร (ประเภทที่มีสาขาและไม่มีสาขา)

นอกจากนี้ ธุรกิจอาหารประเภทร้านอาหารบริการด่วน ร้านอาหารบริการเต็มรูปแบบ และร้านอาหารคาเฟ่และบาร์ เป็นธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตในด้านยอดขายและจำนวนร้านค้ามากที่สุดในช่วงปี 2555 - 2560 โดยร้านอาหารบริการด่วน ร้านอาหารบริการเต็มรูปแบบ และร้านอาหารคาเฟ่และบาร์ มีมูลค่าทางการตลาดในปี 2558 เท่ากับ 111,000 ล้านบาท 73,000 ล้านบาท และ 9,000 ล้านบาท ตามลำดับ เมื่อพิจารณาการเติบโตของจำนวนร้านค้าเฉลี่ยปี 2552 – 2558 จะเห็นว่าร้านอาหารคาเฟ่และบาร์ ร้านอาหารบริการด่วน และร้านอาหารบริการเต็มรูปแบบ มีอัตราการเติบโตของจำนวนร้านค้าสูงที่สุด โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5 ปีย้อนหลังที่ผ่านมาที่ประมาณร้อยละ 11 ต่อปี ร้อยละ 6-8 ต่อปี และ ร้อยละ 4-6 ต่อปี ตามลำดับ ในขณะที่อัตราการเติบโตเฉลี่ยของยอดขายรวมในปี 2555 – 2560 ก็มีการเติบโตสูงเช่นกันที่ประมาณ ร้อยละ 10-15 ต่อปี

อัตราการเติบโตของยอดขายและจำนวนธุรกิจบริการอาหารประเภท Chained



ปัจจัยสนับสนุนหลักที่ส่งผลต่อการขยายตัวและการแข่งขันของอุตสาหกรรมบริการอาหารของประเทศไทย ได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคที่นิยมการรับประทานอาหารนอกบ้าน ระดับรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เพิ่มขึ้น การขยายตัวของเมืองและที่อยู่อาศัย (Urbanization) และการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอาหาร

จากสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคในยุคของเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต ดังนั้นการสร้างเสริมความเชื่อใจในตราสินค้าของข้าวมานูญครองเพื่อตอบสนองต่อการเคลื่อนไหวของโลก นโยบายของ PRG จึงจำเป็นที่จะต้องมุ่งเน้น การปรับระบบการจัดการใช้เทคโนโลยีเข้ามายกระดับการทำงานในทุกส่วนเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจและผู้บริโภคมากขึ้น กลยุทธ์การขายให้เป็นแบบผสมผสานระหว่าง Online กับ Offline หรือที่เรียกว่า Omni-Channel หรือการใช้ข้อมูลเชิงลึกมาวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้ออย่างละเอียดเพื่อนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตรงกับความต้องการมากขึ้นไปเรื่อยๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสรรค์ตราสินค้า เพื่อก่อให้เกิดความแตกต่างและตอบซ้ำให้ผู้บริโภคทราบถึงศักยภาพและภาพลักษณ์ของตราสินค้า ที่บริษัทต้องการส่งต่อสิ่งดีๆ สู่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคุณภาพความปลอดภัยตั้งแต่ต้นกระบวนการจนถึงสิ้นสุดการบริโภค ความหลากหลาย ความสะดวก ความโปร่งใสในการดำเนินงาน และการแบ่งปัน เพื่อเป็นการส่งต่อความสุขให้แก่ผู้อื่น

PRG ยังดำเนินโครงการอีกหลากหลายโครงการ เพื่อเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการอาหารรายย่อย ทั้งในเรื่องของการให้คำปรึกษา การเพิ่มช่องทางการขาย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และบริษัท ในส่วนของการ เพิ่มความหลากหลายของสินค้า เพื่อให้เป็น Food Solution อย่างเต็มรูปแบบ

ในปัจจุบันยังคงกล่าวได้ว่า ข้าวมาบุญครองยังคงครองใจผู้บริโภคและมีอัตราการเติบโตที่ดีตลอด ผู้บริโภคได้ให้ความเชื่อถือ เชื่อมั่นในตราสินค้าของ PRG ที่เป็นผู้ผลิตข้าวสารบรรจุถุงรายแรกที่บุกเบิกตลาดมาตั้งแต่ปี 2527 จนมีชื่อเสียงถึงทุกวันนี้ อีกทั้ง ยังเป็นเพียงบริษัทแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานดีพิเศษ (รูปพนมมือ ติดดาว) ของข้าวสารหอมมะลิบรรจุถุงจากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ทำให้ PRG มีศักยภาพในการเป็นผู้นำในระดับผู้นำสำหรับส่วนแบ่งการตลาดภายในประเทศตลอดมา

นโยบายที่มุ่งเน้นสร้างระบบระเบียบในการดำเนินงานที่มีมาตรฐาน โปร่งใส ตรวจสอบได้นั้น เป็นปัจจัยหลักในการก่อให้เกิดสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ กลยุทธ์ในทุกๆ ด้านถูกนำมาปรับเปลี่ยนใช้เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด โดยมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้อย่างทันท่วงที่เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จขององค์กร

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ธุรกิจข้าว

ตราสัญลักษณ์ “ข้าวมาบุญครอง” ในปัจจุบันเป็นตราสินค้าที่ยังคงมุ่งเน้นสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบถึงความเป็นห่วงในเรื่องสุขภาพของผู้บริโภค ดังนั้นมาตรฐานคุณภาพจะเป็นปัจจัยหลักในการผลิตสินค้าและบริการ เสมือนทำเพื่อคนในครอบครัว ดังนั้นการดำเนินงานจะเป็นไปในรูปแบบของการสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกันหลายๆ ด้าน อาทิเช่น ข้าวสารข้อมูลการตลาด ความรับผิดชอบของบริษัทที่มีต่อลูกค้าในทุกๆระดับ ซึ่งนโยบายการดำเนินงานเหล่านี้ ทำให้บริษัทสามารถพัฒนาการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ นโยบายยังมุ่งเน้นขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในส่วนภูมิภาคให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมการขยายตัวของตลาดในทุกส่วน

ธุรกิจร้านอาหารศูนย์อาหาร

MBK Food Island : ศูนย์อาหารแบบสตรีท ฟู้ด (Street Food) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของศูนย์อาหารเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับล่างถึงกลางขึ้นไป ไม่จำกัดช่วงอายุและอาชีพ เช่น วัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา วัยทำงาน และนักท่องเที่ยว ในย่านธุรกิจและกลุ่มลูกค้าของศูนย์การค้าที่ทางศูนย์อาหารตั้งอยู่ ซึ่งมีความต้องการในการบริโภคอาหารที่รับประทานได้ง่ายรวดเร็ว เป็นที่รู้จักและอยู่ในกระแสของผู้บริโภค

The Fifth Food Avenue : ศูนย์อาหารนานาชาติ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของศูนย์อาหาร เป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลาง ถึงบนขึ้นไป โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยว และ คนต่างชาติที่ทำงาน (Expatriate) และ พนักงานออฟฟิศ ในย่านธุรกิจ ซึ่งมีความต้องการในการบริโภคอาหารนานาชาติที่เป็นที่คุ้นเคย

Hina Japanese Restaurant : ร้านอาหารญี่ปุ่น ซูชิ ซาซิมิ และอาหารชุด กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ HINA เป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลางถึงบนขึ้นไป ไม่จำกัดช่วงอายุและอาชีพ เช่น วัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา วัยทำงาน ชาวต่างชาติที่ทำงานในย่านธุรกิจ และนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความต้องการในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นที่อร่อย เน้นการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพระดับพรีเมียมในราคาที่เข้าถึงได้

FuYuu : ร้านอุด้ง เทมปุระ และอาหารชุด กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ FuYuu เป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลางขึ้นไป ไม่จำกัดช่วงอายุและอาชีพ เช่น วัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา วัยทำงาน ชาวต่างชาติที่ทำงานในย่านธุรกิจ และนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความต้องการในการบริโภค Udon ของทอดและอาหารชุดที่มีเอกลักษณ์ เน้นการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ

Suki Number One : ร้านสุกี้ก๊สไต้เต้จิวตันตำรับ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ Suki Number One เป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลางถึงบนขึ้นไป โดยเน้นจับกลุ่ม ลูกค้าครอบครัว วัยทำงาน กลุ่มเพื่อน และ กลุ่มคนรักสุขภาพ ซึ่งมีความต้องการในการบริโภคสุกี้เต้จิวแบบตันตำรับ ที่อร่อยและหาทานได้ยาก เน้นการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพระดับพรีเมียมในราคาที่เข้าถึงได้

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ข้าวสาร

1. การจัดจำหน่ายภายในประเทศ : บริษัทได้จำหน่ายข้าวสารบรรจุถุงภายใต้เครื่องหมายการค้า “ข้าวมาบุญครอง” และ “ข้าวมาบุญครอง พลัส” ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประมาณร้อยละ 70 ของการจำหน่ายข้าวสารในประเทศทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นอีกร้อยละ 30 เป็นการจำหน่ายในพื้นที่อื่นๆ ทั่วประเทศ

บริษัทฯ ได้แบ่งช่องทางการจำหน่ายเป็น 3 ประเภท คือ

- **ร้านค้าขายส่งและร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม** บริษัทมียอดขายประมาณร้อยละ 34 ของยอดขายจำหน่ายข้าวสารในประเทศทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่ยังคงเป็นร้านค้าที่มีความสัมพันธ์ทางด้านการค้ากับบริษัท เป็นเวลายาวนาน ในปี 2561 นี้ บริษัทได้ขยายพื้นที่สู่ภูมิภาคมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการกระจายตัวในแถบภาคเหนือให้เพิ่มมากขึ้น และมุ่งเน้นกลุ่มร้านค้าในแถบภูมิภาคที่เป็นกลุ่มร้านค้าส่ง-ร้านค้าปลีก ที่มีรูปแบบเป็นถึง Local Supermarket เพื่อเป็นการกระจายข้าวของของบริษัทไปยังผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่

- **เครือข่ายค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ เครือข่ายซูเปอร์มาร์เก็ต และสหกรณ์** บริษัทมียอดขายจำหน่าย ประมาณร้อยละ 25 ของการจำหน่ายข้าวสารในประเทศทั้งหมด พฤติกรรมของผู้บริโภคยังคงนิยมใช้บริการในเครือข่ายร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ และซูเปอร์มาร์เก็ตมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกและมีสาขาที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันบริษัทมีการวางจำหน่ายสินค้าเข้าสู่ทุกห้างค้าปลีก สหกรณ์ ร้านสะดวกซื้อในทุกพื้นที่ แม้กระทั่งร้านสะดวกซื้อในสถานบริการจำหน่ายน้ำมัน พร้อมทั้งมีแผนขยายสาขาให้เพิ่มมากขึ้นตามการขยายตัวของห้างค้าปลีกทั่วประเทศ นอกจากนี้ ทางบริษัทได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น จัดจำหน่ายผ่าน Lazada เป็นต้น
 - **การขายตรง** บริษัทมียอดขายจำหน่ายร้อยละ 3 ของการจำหน่ายข้าวสารในประเทศทั้งหมด โดยจำหน่ายสำหรับร้านอาหารเครือข่าย โรงงานอุตสาหกรรม โรงแรม โรงพยาบาล สถาบันการศึกษา เป็นต้น โดยในปี 2561 บริษัทมุ่งเน้นการขยายตัวเข้าสู่สถาบันการศึกษาและกลุ่มร้านอาหารที่เป็น Chain Stores มากขึ้น เพื่อเป็นการขยายตลาด
2. **การส่งออก** ในปีที่ผ่านมาทางบริษัทยังคงได้เข้าร่วมกับทางสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย ดำเนินการส่งออกสินค้าประเภทข้าวขาวตามโควตาที่ทางรัฐบาลได้รับและจัดสรรให้ทางสมาคมผู้ส่งออกฯ ในส่วนของข้าวหอมมะลินั้น ยังคงส่งออกให้แก่ลูกค้ารายหลัก และเพิ่มรายลูกค้าให้มากขึ้น โดยในปี 2561 มียอดการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวสารที่ประมาณร้อยละ 38 ของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวสารทั้งหมดของบริษัท
3. **การรับจ้างผลิต Original Equipment Manufacturer (OEM)** ในปี 2561 ทางบริษัทได้ขยายตลาดในส่วนของการรับจ้างผลิตภายใต้แบรนด์ของลูกค้า สำหรับนำจำหน่ายภายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยดำเนินการผ่าน บริษัท ราชสีมาไรซ์ จำกัด โดยมุ่งเน้นการขยายตัวเข้าสู่ธุรกิจห้างค้าปลีกขนาดใหญ่และหน่วยงานต่างๆ เพิ่มมากขึ้น

ผลิตภัณฑ์และบริการอื่นๆ

บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน)

- ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มทั้งในแบรนด์ของตนเอง (Cool Plus) และแบรนด์ของผู้อื่น
- ผลิตภัณฑ์ไรซ์เบอร์รี่กรานโนล่า (Riceberry Grannola) ภายใต้แบรนด์ Mahboonkrong Plus

บริษัท พีอาร์จี ฟิวชล จำกัด ให้บริการเช่า มีดังนี้

- ทำเรือและคลังสินค้าขนาดพื้นที่ 12,000 ตร.ม.
- รับจ้างขนส่งสินค้าให้กับบริษัท และบริษัทในเครือ

บริษัท ราชสีมาไรซ์ จำกัด

- ให้บริการการบรรจุข้าวสารลงถุง กำลังการผลิต 100,000 ตันต่อปี

ธุรกิจร้านอาหารศูนย์อาหาร

MBK Food Island

ศูนย์อาหาร MBK Food Island เป็นศูนย์อาหารในระบบ Pre-paid system มีขนาดพื้นที่ทั้งหมด 2,850 ตร.ม. โดยศูนย์อาหารมีพื้นที่ขายทั้งหมด 756 ตร.ม. แบ่งออกเป็น 3 Zone ได้แก่

- อาหารจานหลัก (Heavy Meal) ตั้งอยู่บริเวณ Zone C มีจำนวนร้านค้าทั้งหมด 23 ร้านค้ารวมพื้นที่ทั้งหมด 342 ตร.ม.
- อาหารทานเล่น (To Go/ Take Home) ตั้งอยู่บริเวณ Zone A มีจำนวนร้านค้าทั้งหมด 30 ร้านส่วนใหญ่จัดจำหน่ายอาหารประเภทอาหารทานเล่น เพื่อรองรับลูกค้าที่มีเวลาน้อยและร้านขายของฝากเพื่อรองรับลูกค้าชาวต่างชาติเป็นจุด One Stop Shopping รวมพื้นที่ทั้งหมด 232 ตร.ม.
- ร้านอาหารแบบมีที่นั่งรับประทานและเครื่องดื่ม ตั้งอยู่บริเวณ Zone B มีจำนวนร้านค้าทั้งหมด 10 ร้านส่วนใหญ่จัดจำหน่ายอาหารที่ทำตาม Order รวมถึงจุดซื้อเครื่องดื่มที่บริษัทดำเนินการเอง รวมพื้นที่ทั้งหมด 182 ตร.ม.

The Fifth Food Avenue

ร้านค้าในศูนย์อาหาร The Fifth Food Avenue เป็นศูนย์อาหารนานาชาติที่ชั้น 5 ณ ศูนย์การค้า MBK Center ในระบบ Post-paid system มีขนาดพื้นที่ทั้งหมด 2,491 ตร.ม. ศูนย์อาหารมีพื้นที่ขายทั้งหมด 370 ตร.ม.

Hina

ปัจจุบันร้าน Hina มีทั้งหมด 1 สาขา ที่ชั้น 6 ศูนย์การค้า MBK Center ขนาดพื้นที่ 222 ตร.ม. และมีที่นั่งเฉลี่ยต่อสาขา 120 ที่นั่ง จุดเด่นของร้าน คือ การตกแต่งสไตล์ ญี่ปุ่นที่เน้นความเรียบง่าย โปร่งสบาย ตกแต่งด้วยวัสดุที่เป็นไม้ที่ให้ความอบอุ่น สบาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ชัดเจนโดยใช้เจ้าหญิง Hina มาประดับและตกแต่งร้าน ภายใต้คอนเซ็ปต์ Craft Japanese Culinary” ซึ่งถ่ายทอดผ่านรสชาติและหน้าตาของอาหารที่มีการตกแต่งแบบเรียบง่ายแต่มีเอกลักษณ์รวมทั้งบรรยากาศในร้านที่มีการตกแต่งตามคอนเซ็ปต์ที่โดดเด่น

FuYuu

ปัจจุบันร้าน FuYuu มี 1 สาขา ที่ชั้น 6 ศูนย์อาหาร MBK Food Island โดยให้บริการแบบร้าน Kiosk แบบ Quick Service Restaurant โดยให้บริการ Udon เส้นสดที่ผลิตใหม่สดวันต่อวันพร้อมน้ำซุปต้นตำรับ

Suki Number One

ปัจจุบันร้าน Suki Number One มีทั้งหมด 3 สาขา คือ เดอะไนน์ เซ็นเตอร์ กลาสเฮาส์ รัชด และ MBK Center ที่ขนาดพื้นที่เฉลี่ยต่อสาขาประมาณ 160 - 230 ตร.ม. และมีที่นั่งเฉลี่ยต่อสาขา 60 - 100 ที่นั่ง ด้วยความรู้สึกที่อยากให้ผู้ที่มารับประทานอาหารที่นี่ได้ความรู้สึกอบอุ่นเหมือนอยู่ในบ้านของ ชาวจีนโบราณที่น่ากลับมามากแต่ให้ทันสมัย จึงได้ตกแต่งให้เป็นแบบเรโทร (Modern Chinese Retro Style) ที่มีความทันสมัย แต่ยังมีกลิ่นอายของความเป็นจีนอยู่

การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier)

เนื่องจากปัจจุบันทางบริษัทได้เลิกกิจการโรงสีข้าว คงไว้แต่โรงปรับปรุงคุณภาพและบรรจุข้าว ดังนั้น วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตจึงเปลี่ยนมาเป็นข้าวสารและข้าวกล้องแทน ซึ่งสามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ข้าวสารนาปี คือข้าวสารที่ได้จากการสีข้าวเปลือกเจ้านาปี ซึ่งจะปลูกได้ระหว่างเดือนพฤษภาคม – ตุลาคม และสามารถเก็บเกี่ยวพร้อมทั้งจำหน่ายสู่ตลาดได้ตั้งแต่เดือนธันวาคม - กุมภาพันธ์ ข้าวเปลือกนาปีเป็นข้าวที่มีรสชาติดีในการบริโภค คือเมื่อสีเป็นข้าวสาร หุงแล้วนุ่ม ไม่แฉะ เก็บรักษาดี เพราะมีความชื้นต่ำ มีลักษณะเป็นข้าวหนัก (ข้าวที่มีอายุเก็บเกี่ยวตั้งแต่ 120 วันขึ้นไป นับตั้งแต่เพาะกล้า) ซึ่งส่วนใหญ่นิยมบริโภคภายในประเทศ
2. ข้าวสารนาปรัง คือข้าวสารที่ได้จากการสีข้าวเปลือกเจ้านาปรัง ซึ่งปลูกนอกฤดูการทำนาปกติ สามารถปลูกได้ตลอดปี คือปีละ 2-3 ครั้ง เนื่องจากสามารถปลูกได้ในที่ลุ่มและพื้นที่ที่มีการชลประทานทั่วถึง ข้าวเปลือกนาปรังเป็นข้าวที่มีความชื้นสูง ต้องนำข้าวอบให้แห้ง เพื่อไม่ให้ เป็นเชื้อรา มีลักษณะเป็นข้าวเบา (ข้าวที่มีอายุเก็บเกี่ยวตั้งแต่ 90-120 วัน นับตั้งแต่เพาะกล้า) เมื่อสีเป็นข้าวสารรสชาติไม่อร่อย
3. ข้าวสารหอมมะลิ คือข้าวสารที่ได้รับจากการสีข้าวเปลือกเจ้าหอมมะลิ ซึ่งเป็นข้าวที่ปลูกในพื้นที่ที่เป็นดินทราย เช่น บริเวณแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ มีลักษณะเด่น คือเมื่อหุงสุกแล้วจะมีกลิ่นหอม ข้าวจะนุ่ม และเมล็ดสวยน่ารับประทาน

แหล่งที่มาของข้าวสารนาปีและนาปรังนั้นจะมีอยู่ทั่วประเทศ แต่ส่วนใหญ่จะมาจากโรงสีทางภาคกลาง เช่น จังหวัดนครสวรรค์ พิจิตร พิษณุโลก สุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา เป็นต้น ส่วนข้าวสารหอมมะลินั้น ส่วนใหญ่จะมาจากโรงสีทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น จังหวัดบุรีรัมย์ ขอนแก่น ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ และมหาสารคาม เป็นต้น และโรงสีทางภาคกลางดังกล่าว

เนื่องจากข้าวเป็นสินค้าเกษตรซึ่งโดยทั่วไปสินค้าเกษตรจะมีราคาเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ยังมีลักษณะเป็นสินค้าตามฤดูกาล กล่าวคือข้าวนาปีในช่วงเดือนธันวาคม – กุมภาพันธ์ จะเป็นช่วงที่เก็บเกี่ยวผลผลิตสูง ราคาจึงต่ำกว่าช่วงอื่น

ในการรับซื้อข้าวสารนั้นจะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพของข้าว เช่น ปริมาณความชื้น ความยาวของเมล็ด ปริมาณข้าวเต็มเมล็ด ระดับการขัดสี สิ่งเจือปน และคุณสมบัติการหุงต้ม เป็นต้น สำหรับข้าวหอมมะลิจะส่งตรวจดีเอ็นเอเพื่อหาการปนปลอมของข้าวชนิดอื่น

ในการรับซื้อข้าวสาร ส่วนใหญ่ทางบริษัทจะรับซื้อตรงจากโรงสีข้าว และซื้อผ่านนายหน้าเพียง 2-3 ราย โดยมีการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ข้าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดความเสี่ยงในด้านราคาซื้อ และป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทยังมุ่งมั่นต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยยึดมั่นตามนโยบายสิ่งแวดล้อมที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งทุกขั้นตอนของกิจกรรมการดำเนินงานจะต้องตระหนักและมุ่งมั่นในการปรับปรุงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและการป้องกันปัญหามลพิษ ตามหลักธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งเน้นการเปิดเผยข้อมูลการจัดการสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การรับวัตถุดิบจนถึงการขนส่งสินค้าปลายทาง อันได้แก่ การจัดการฝุ่นในกระบวนการผลิตก่อนปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม, การตรวจวัดระดับเสียงรบกวนรอบพื้นที่โรงงาน, การจัดการสารเคมี, การจัดการขยะให้ชุมชนรับทราบ และเปิดช่องทางการติดต่อสำหรับการร้องเรียนปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเปิดโรงงานให้ชุมชนรอบข้างได้เข้าเยี่ยมชมกระบวนการผลิตและการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ชุมชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงงานและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ตามหลักความโปร่งใส และถูกต้องตามหลักนิยาม ซึ่ง 20 ปีที่ผ่านมา ทาง PRG ไม่เคยได้รับข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ PRG ยังดำเนินโครงการลดการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่องด้วยการปรับปรุงการวางแผนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ทำให้สามารถลดค่าไฟฟ้าได้ 144,000 บาท/ปี ในขณะที่กำลังการผลิตเพิ่มขึ้น 5% และมีแนวโน้มการใช้พลังงานลดลงต่อเนื่อง ส่งผลให้ PRG ได้รับการรับรองจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้งในด้านอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) และธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม

ผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญและกำหนดเป็นนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน สำหรับในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยในการทำงาน อาชีวอนามัย ทั้งในด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย อันได้แก่ การตรวจความปลอดภัยระบบไฟฟ้า, การตรวจความปลอดภัยและทดสอบ Load Test เกรนเหนือศีรษะ, การตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงานด้านแสงสว่าง เสียงดัง โอโรหะสารเคมี และฝุ่นในบรรยากาศ และการประเมินความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ ซึ่งส่งผลให้จำนวนการเกิดอุบัติเหตุแล้วมีพนักงานบาดเจ็บเพียงแค่ 3 ครั้ง ซึ่งจำนวนเท่ากับปีที่ผ่านมาที่เกิดขึ้น 3 ครั้ง/ปี และลักษณะการบาดเจ็บในแต่ละครั้งไม่รุนแรงถึงขั้นสูญเสียอวัยวะและเสียชีวิต อีกทั้งได้ดำเนินการปรับปรุงการเดินสายไฟใหม่ภายในบริเวณโรงงาน เพื่อสร้างความปลอดภัยและลดความเสี่ยงอันตรายต่อการเกิดไฟฟ้าลัดวงจรที่ส่งผลต่อชีวิตพนักงานและการเกิดอัคคีภัย และการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยมีการตรวจวัดค่าต่าง ๆ อาทิเช่น เสียงดัง แสงสว่าง ความเข้มข้นของฝุ่นและสารเคมีในบรรยากาศ ซึ่งค่าที่วัดได้ทั้งหมดยังคงผ่านเกณฑ์มาตรฐานทั้งจากกระทรวงแรงงาน และกระทรวงอุตสาหกรรมเหมือนปีอื่นๆ ที่ผ่านมา

นอกจากที่บริษัทได้มุ่งมั่นดำเนินการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยแล้ว บริษัทยังได้มีความห่วงใยต่อสุขภาพของพนักงานด้วยการดำเนินการโครงการสถานประกอบกิจการปลอดโรค ปลอดภัย ปลอดภัยใจเป็นสุข ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข อย่างต่อเนื่อง ซึ่งที่ผ่านมาได้รับการรับรองโล่ทองระดับประเทศ ที่เป็นรางวัลการันตีถึงความเอาใจใส่ต่อพนักงานที่มุ่งเน้นการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีสุขภาพดี ลดการเจ็บป่วยจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังและการบาดเจ็บ รวมทั้งโรคที่เป็นปัญหาสาธารณสุขของพื้นที่ ปลอดภัยจากการประกอบอาชีพและสิ่งแวดล้อม และมีสุขภาพจิตที่ดี ซึ่งโครงการดังกล่าวส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการนำเสนอกิจกรรมต่างๆ อาทิเช่น การรณรงค์ส่งเสริมการลดหวาน-เค็ม, การร่วมจัดลานกีฬาออกกำลังกาย, การรณรงค์ ลด ละ เลิกบุหรี่ สุรา ยาเสพติด รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการ, กิจกรรมการสร้างคุณค่าให้แก่พนักงาน และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพจิตด้วยการคัดกรองผลประเมินสุขภาพจิตในด้านความสุข, ภาวะเครียด และภาวะซึมเศร้า แล้วจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและคุณค่าทางจิตใจให้กับพนักงานทั้งภายในบริษัท ได้แก่ การดูแลและสนับสนุนหญิงมีครรภ์ในการให้ความรู้เรื่องน่านมแม่และการมอบถุงเก็บน่านมให้พนักงานหญิงมีครรภ์ รวมถึงการจัดสถานที่ให้พนักงานหญิงที่คลอดบุตรสำหรับการปั้มน่านมและตู้เย็นสำหรับจัดเก็บน่านม, การปรับปรุงห้องน้ำหญิงสำหรับหญิงมีครรภ์โดยเฉพาะ, การจัดประกวดภาพถ่ายการร่วมกิจกรรมกับครอบครัวในการปลูกต้นดาวเรือง, การแข่งขันกีฬาภายใน, การประกวดร้องเพลง, การเพิ่มสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ, การประกวดการตกแต่งสวน, การแนะนำหรือให้คำปรึกษาปัญหาทางสุขภาพจิต, การให้รางวัลพนักงานดีเด่น, กิจกรรมส่งเสริมให้พนักงานคิดบวก, การให้ทุนการศึกษาบุตรพนักงาน และการส่งเสริม

จริยธรรมและสร้างคุณค่าทางจิตใจให้แก่พนักงานด้วยกิจกรรมทางศาสนา เช่น การทำบุญตักบาตร การฟังธรรมเทศนา เป็นต้น อีกทั้งการดูแลความเป็นธรรมและให้สวัสดิการแก่พนักงานที่ดีจนได้รับการรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (TLS8001-2010) จากกระทรวงแรงงาน และ WCA (Workplace Conditions Assessment) จาก บริษัท อินเตอร์เทค จำกัด

นอกจากนี้ บริษัทยังได้เล็งเห็นความสำคัญกับชุมชนรอบข้าง จึงได้จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ เพื่อร่วมกันส่งเสริมคุณค่าทางจิตใจ การแลกเปลี่ยนความรู้ อันที่จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน อาทิ การมอบของขวัญ, ข้าวสาร ร่วมกับสถานศึกษาและศูนย์การศึกษาพิเศษ (ออทิสติก) ชุมชนรอบข้างใน เทศกาลต่างๆ เช่น วันเด็กแห่งชาติ, เทศกาลงานกาชาด รวมถึงการถวายปัจจัยและเครื่องอุปโภคบริโภค การทำบุญทอดผ้าป่าให้แก่วัดในชุมชนตามเทศกาลทางศาสนาต่างๆ ในช่วงวันอาสาฬหบูชา, วันเข้าพรรษา และวันออกพรรษา เป็นต้น

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้จัดให้มีการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ได้แก่

1. ซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟ (ส่วนสำนักงานและหอพัก)
2. อบรมโครงการลดพุง ลดโรค วิทยาการโดยสาธารณสุขจังหวัดนครราชสีมา
3. อบรมเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับหัวหน้างาน (ครั้งที่ 1)
4. อบรมเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับหัวหน้างาน (ครั้งที่ 2)
5. อบรมโครงการ Healthy Organization
6. ซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟ (ส่วนโรงงาน)
7. อบรมโรคจากการทำงานและการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ธุรกิจข้าว

3.1.1 ความเสี่ยงจากราคาวัตถุดิบ

ข้าว เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตของบริษัทฯ ซึ่งเป็นสินค้าที่อยู่ในกลุ่มสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity) ที่มีการเปลี่ยนแปลงราคาอยู่ตลอดเวลาตามสถานการณ์ของตลาด ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจการเมือง สิ่งแวดล้อม ปัจจัยเหล่านี้ จะเป็นตัวกระตุ้นในเรื่องของอุปสงค์ อุปทาน ในปี 2561 นี้ อุปสงค์มีปริมาณมากกว่าอุปทานในส่วนของข้าวหอมมะลิ ทำให้ราคาวัตถุดิบอยู่ในระดับที่สูงกว่าปีที่ผ่านมา ดังนั้น การส่งออกของไทยจึงมีความผันผวนในเรื่องของอุปสงค์อุปทานในแต่ละช่วงเวลาตามการแข่งขันและสถานะเศรษฐกิจในตลาดโลก ในภาพรวมปีนี้ประเทศไทยยังคงครองอันดับสองของการส่งออกข้าวรองจากอินเดีย ซึ่งแสดงถึงศักยภาพของข้าวไทยที่ยังคงมีโอกาสในการเติบโตในต่างประเทศ ในส่วนของตลาดภายในประเทศนั้น มีการแข่งขันกันสูงมากในปีนี้อาจจากสถานะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวซึ่งส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นการแข่งขันทางด้านราคาจึงเป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในปีนี้อีกขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทฯ วางแผนนโยบายในการดำเนินงาน เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของตลาดโดย

- จัดเก็บสินค้าบางชนิด อาทิ ข้าวหอมมะลิ ข้าวขาว ฯลฯ เพื่อเป็นปริมาณสำรองในการผลิตในราคาที่เหมาะสมโดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลสถิติในทุกภาคส่วนก่อนการตัดสินใจซื้อ
- สินค้าที่มีการเคลื่อนไหวน้อย หรืออายุการจัดเก็บสั้นกว่าข้าวชนิดอื่น อาทิ Parboiled Rice ใช้นโยบายในการสั่งซื้อแบบพอเพียงกับปริมาณการขาย เพื่อลดปัญหาในเรื่องของคุณภาพและราคาที่ผันผวน

ในส่วนของวัตถุดิบ เพื่อตลาดต่างประเทศนั้น ใช้นโยบายในการสั่งซื้อตามที่มีคำสั่งซื้อเพื่อบรรเทาความเสี่ยงในเรื่องของราคาวัตถุดิบในคลังเมื่อเปรียบเทียบกับตลาด

3.1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงราคาขาย

ปี 2661 สถานะเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัว ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคไม่เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ทำให้กลไกราคาตลาดนั้นมีการใช้กลยุทธ์การแข่งขันทางด้านราคาที่สูงมากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน บริษัทฯ กำหนดให้มีเป้าหมายในการเพิ่มแหล่งผลิตสินค้าของบริษัทอีก 2 รายเป็นอย่างน้อย เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในเรื่องการขาดแคลนสินค้า เพื่อส่งมอบและเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ทางบริษัทฯ โดยพัฒนาศักยภาพของแหล่งผลิตให้มี

ประสิทธิภาพสอดคล้องกับมาตรฐานของบริษัท โดยการควบคุมต้นทุนจะสามารถทำให้การกำหนดราคาขายของบริษัทสอดคล้องรองรับกับสถานการณ์ทางการตลาด

บริษัทฯ กำหนดแนวนโยบายในการแข่งขันในตลาดภายในประเทศเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ช่องทางการค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) นั้นจะมุ่งเน้นทางการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อกระจายสินค้าข้าวภายใต้ตราสินค้าออกไปให้มากขึ้น ราคาขายในช่องทางนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์การแข่งขันทางการตลาดและ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงราคาของวัตถุดิบ
- ช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) กลยุทธ์ที่ใช้ในช่องทางนี้นั้นจะมุ่งเน้นการสร้างผลกำไรแต่เพื่อพยายามคงพื้นที่การขายจึงจะใช้การทำ Promotion อย่างต่อเนื่องการบริหารพื้นที่วางจำหน่ายในแต่ละห้าง และเพิ่มช่องทางการขายทาง Online เพื่อรักษาสัดส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด
- ช่องทางการขายตรง (HORECA) ช่องทางนี้จะมุ่งเน้นในเรื่องของความรวดเร็วและความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลักในราคาที่เหมาะสม ดังนั้นจึงเริ่มมีการจัดหาสินค้ากลุ่มอาหารประเภทอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการ ตามกลยุทธ์ One Stop Service ซึ่งจะช่วยรักษฐานลูกค้า

3.1.3 ความเสี่ยงจากการส่งออก

การแข่งขันในตลาดมีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งจากความผันผวนของเศรษฐกิจที่ตกต่ำในบางประเทศและสงครามการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศจีนทำให้ กำลังซื้อของประเทศผู้นำเข้าสินค้าข้าวหดตัวลง อุปสงค์และอุปทานในข้าวบางชนิดที่ไม่สอดคล้องกันอย่างข้าวหอมมะลิ ทำให้ราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา จากการที่ กำลังซื้อลดลง ผลกระทบเหล่านี้ทำให้การแข่งขันในตลาดมีสูงขึ้นเพื่อที่จะรักษายอดขายของแต่ละผู้ประกอบการ ในปีนี้ทางบริษัทฯ ยังคงสามารถเพิ่มยอดขายและรักษาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายไว้ได้ โดยที่ลูกค้าหลักของบริษัทฯ ยังคงให้ความเชื่อมั่นอย่างต่อเนื่อง นโยบายที่บริษัทฯ มุ่งเน้น เพื่อลดความเสี่ยงจากการค้าต่างประเทศคือ

- บริษัทจะตกลงทำสัญญาซื้อขายต่อเมื่อมีวัตถุดิบเพียงพอแล้วเท่านั้น
- บริษัทจะมีการเก็บวัตถุดิบในปริมาณที่เหมาะสม โดยมีปริมาณขั้นต่ำตามที่ทางหน่วยงานราชการกำหนดไว้
- การซื้อขายจะดำเนินการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารขนาดใหญ่ที่น่าเชื่อถือ โดยมีการตรวจสอบเครดิตของลูกค้าด้วย

- เพื่อเป็นการป้องกันความผันผวนของค่าเงินบาท บริษัทกำหนดให้มีการ Forward อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินตราต่างประเทศหลังจากได้รับคำสั่งซื้อทันที
- นโยบายในการรับชำระเงินจากลูกค้าในรูปแบบที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุด คือ การชำระเงินแบบโอนเงินล่วงหน้า หรือ รูปแบบตราสารเครดิต (Letter of Credit)

3.1.4 ความเสี่ยงของค่าเงินบาท

PRG ไม่มีนโยบายในเรื่องการทำกำไรของเงินตราต่างประเทศจากอัตราแลกเปลี่ยน ดังนั้น PRG จะป้องกันการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนโดยการประสานงานกับทางธนาคาร เพื่อบริหารอัตราแลกเปลี่ยนในแต่ละกรณี ทุกครั้งที่มีการซื้อขาย

3.1.5 ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

PRG กำหนดคนโยบายในการดูแลพื้นที่ต่างๆ ในหลากหลายรูปแบบ เพื่อรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น และมีให้การปฏิบัติงานต้องชะงัก อาทิ การจัดเตรียมพื้นที่ในส่วนของคลังสินค้าให้พร้อมรองรับภาวะอุทกภัย โดยมีนโยบายในการเตรียมพาเลทเพื่อยกสินค้าให้สูงขึ้นจากพื้น การตรวจสอบสถานที่โดยรอบตามระยะเวลาเพื่อเตรียมมาตรการการป้องกันล่วงหน้า ฯลฯ นโยบายเหล่านี้จะถูกกำหนดเพื่อลดความเสี่ยงเรื่อง การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และความเสี่ยงหายของบริษัท

3.1.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้าหรือผู้จำหน่ายรายใหญ่หรือน้อยราย

ในปีที่ผ่านมาได้มีการขายให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรก คิดเป็นร้อยละประมาณ 32 ของรายได้รวม และลูกค้ารายใหญ่ที่สุด มียอดขายขั้วร้อยละไม่เกิน 8 ของรายได้รวม ซึ่ง PRG พิจารณาว่ายยอดขายของลูกค้ารายใหญ่นี้ไม่เป็นความเสี่ยง นอกจากนั้น PRG มีความมุ่งมั่นในการเพิ่มรายได้จากธุรกิจอื่นๆ อย่างต่อเนื่องและกำหนดเป็นแผนการดำเนินงานในการขยายเข้าสู่ธุรกิจร้านอาหารและศูนย์อาหาร การคัดสรรสินค้าอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อให้มีสินค้าที่หลากหลายและครบวงจร รวมถึงการปรับกลยุทธ์ เพื่อรุกเข้าสู่ตลาดช่องทางบริการด้านขายตรงเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างการเติบโตอย่างมั่นคง และยั่งยืนต่อไปในอนาคต

3.2 ธุรกิจศูนย์อาหารและร้านอาหาร

3.2.1 ความเสี่ยงด้านการแข่งขันทางธุรกิจ

ทาง PRG ได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้าน คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมการตลาดรูปแบบต่างๆ โดยเน้นการให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก รวมถึงการมุ่งเน้นด้านการขยายสาขาในทำเลที่มีศักยภาพ และการพัฒนาบุคลากรเพื่อตอบสนองการขยายตัวของธุรกิจและบริษัทฯ

การเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมส่งผลให้ผู้บริโภคนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการแข่งขันด้านคุณภาพและราคา ดังนั้น บริษัทฯ ต้องแข่งขันกับคู่แข่งกับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารนานาชาติเป็นจำนวนมาก คู่แข่งขันเหล่านี้มีทั้งผู้ประกอบการกลุ่มเครือข่ายร้านอาหารจากต่างประเทศ (International Restaurant Chains) และ กลุ่มร้านอาหารที่ดำเนินกิจการในประเทศมาอย่างยาวนาน (Local Restaurant Chains) รวมถึงผู้ประกอบการรายใหม่ที่แสวงหาโอกาสของการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจที่เข้ามาในธุรกิจร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อกระแสหลักและเครือข่ายสังคมในอินเทอร์เน็ต (Social Network) ที่ส่งผลต่อการตอบสนองต่อสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มีมิติความกว้างและความลึกในด้านสินค้าและบริการ ทำให้ต้นทุนในการเปลี่ยนใช้สินค้าและบริการลดลง (Lower Switching Costs) ซึ่งผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารล้วนให้ความสำคัญกับโอกาสดังกล่าวในการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์ในการแข่งขันเชิงราคา และคุณภาพของอาหาร ความหลากหลาย และความรู้สึกรักที่คุ้มค่า (Value for Money) รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพด้านการบริการ จำนวนและตำแหน่งที่ตั้งของร้านอาหาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ (Menu Visions) และกิจกรรมทางการตลาด และการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งชื่อเสียงและความแข็งแกร่งของแบรนด์ เพื่อสร้างอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barrier to Entry) สำหรับ ผู้เล่นรายใหม่ๆ ทั้งนี้หากบริษัทฯ ไม่สามารถแข่งขันในปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาได้ อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจและผลการดำเนินการของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม PRG ได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมการตลาดรูปแบบต่างๆ โดยเน้นการให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก รวมถึงการมุ่งเน้นด้านการขยายสาขาในทำเลที่มีศักยภาพ และการพัฒนาบุคลากรเพื่อตอบสนองการขยายตัวของธุรกิจและบริษัท

3.2.2 ความเสี่ยงที่ไม่สามารถขยายสาขาในพื้นที่เป้าหมาย

เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมค่อนข้างรุนแรง และมีผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทอื่นๆ เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้พื้นที่เช่าที่มีศักยภาพตามเกณฑ์ในการขยายสาขาของ PRG หายากขึ้น อาจทำให้ PRG มีความเสี่ยงในการหาพื้นที่ในการเปิดสาขาใหม่ไม่ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด อย่างไรก็ตาม PRG ได้เล็งเห็นถึงการจัดการความเสี่ยง จึงได้มุ่งเน้นด้านการให้ความสำคัญในการเสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับหน่วยงานบริหารพื้นที่เช่าของผู้ประกอบการพื้นที่เช่า (Landlord) ศูนย์การค้าประเภทต่างๆ ได้แก่ Shopping Mall, Hypermarket, Community Mall และ Mix Used Complex โดยจัดทำแผนการขยายสาขาและฐานข้อมูลภายในของบริษัทสำหรับพื้นที่เช่า ทั้งในกรุงเทพและปริมณฑล ตามกลยุทธ์ในการขยายสาขาของบริษัทร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อลดความเสี่ยงในการไม่สามารถหาพื้นที่เช่าได้ตามเป้าหมาย ซึ่งอาจเกิดผลกระทบต่อผลประกอบการที่ไม่ได้ตามเป้าหมาย

นอกจากนี้ สำหรับสาขาของธุรกิจร้านอาหารที่ดำเนินกิจการอยู่นั้น ทาง PRG ทำสัญญาเช่าครั้งละ 3 ปี และสามารถต่ออายุได้ 3 ครั้ง ครั้งละ 3 ปี สำหรับสัญญาระยะสั้น และทำการจดกรรมสิทธิการเช่าสำหรับสัญญาระยะยาวเพื่อการบริหารความเสี่ยงด้านสัญญา โดย PRG ตระหนักถึงความสำคัญของการต่อสัญญาเช่าจึงได้เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ให้เช่าพื้นที่โดยการปฏิบัติตามสัญญาเข้ามาโดยตลอดไม่เคยมีปัญหากับผู้ให้เช่า รวมถึงร่วมกันแก้ปัญหา และดำเนินกิจกรรมการตลาดร่วมกับเจ้าของพื้นที่ให้เช่าเมื่อมีการร้องขอ เพื่อลดความเสี่ยงจากการไม่ได้ต่อสัญญาเช่า และความสามารถในการต่อรองเงื่อนในสัญญาเช่าในอนาคต

3.2.3 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากร

เนื่องจากธุรกิจของ PRG เป็นธุรกิจบริการ ดังนั้น บุคลากรจึงเป็นกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนธุรกิจได้ ตามกลยุทธ์ของ PRG ที่มีแผนงานในการขยายสาขา เพื่อเปิดสาขาใหม่ทุกปี และทุกสาขาจะต้องใช้พนักงานอย่างน้อย 20 - 25 คนต่อสาขา โดย PRG จะต้องมีการสรรหาและว่าจ้างพนักงานใหม่จำนวนมาก เพื่อรองรับการเปิดสาขาใหม่ตามแผนการขยายสาขา รวมถึงการรับพนักงานใหม่ทดแทนพนักงานเดิมที่ลาออกได้ทันเวลา ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อให้บริการและการดำเนินการของบริษัทได้อย่างมีนัยสำคัญ

ด้วยวิสัยทัศน์ของคณะกรรมการ และ ฝ่ายจัดการของบริษัทฯ ที่ตระหนักต่อปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าว จึงให้ความสำคัญในขับเคลื่อน นโยบายด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและทุนมนุษย์ ซึ่งเป็นฐานรากที่สำคัญ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถ ทักษะ ความชำนาญ และสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความก้าวหน้าและมั่นคงในหน้าที่การงาน รวมถึงการให้ค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์ และสวัสดิการที่เป็นธรรมมากกว่าที่กฎหมายกำหนด และสามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน ตลอดจนสร้างภาวะแวดล้อมในการทำงานที่อบอุ่นและเป็นมิตร ผ่านทางการปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร

3.2.4 ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบ

ต้นทุนอาหารถือเป็นต้นทุนที่สำคัญที่สุดในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร โดยคิดเป็นสัดส่วนของรายได้จากการขายสูงถึงร้อยละ 35 และต้นทุนอาหารนั้นส่วนใหญ่เป็นต้นทุนวัตถุดิบหลัก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงราคาของวัตถุดิบในขณะนั้น อาจทำให้ยังไม่สามารถปรับราคาขายให้สูงขึ้น เพื่อชดเชยได้ทันกับผลกระทบจากราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นได้ทั้งหมด หรือหากปรับก็อาจชดเชยได้เพียงบางส่วน ซึ่งราคาของวัตถุดิบเหล่านี้จะผันผวนตามอุปสงค์และอุปทานของตลาด โดยได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศภัยธรรมชาติ การแพร่ระบาดของโรคติดต่อ ซึ่งเป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของ PRG ซึ่งความผันผวนของระดับราคาของวัตถุดิบดังกล่าว ส่งผลกระทบเชิงลบต่อผลการดำเนินงานของ PRG อย่างมีนัยสำคัญ

เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบให้อยู่ในราคาที่เหมาะสม PRG ได้มีการดำเนินการประมาณการปริมาณความต้องการของวัตถุดิบหลักที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการอย่างมีนัยสำคัญต่อต้นทุนโดยรวมของบริษัท เพื่อใช้ในการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบได้ตามกำหนดเวลาของแผนการขาย รวมถึงเป็นข้อมูลในการต่อรองกับผู้ผลิตและจำหน่ายในการจัดซื้อในปริมาณมาก มีรายงานการวิเคราะห์การเปรียบเทียบอย่างสม่ำเสมอของการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อต้นทุน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับขึ้นราคาขายในกรณีที่จำเป็น เพื่อลดความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาที่มีผลต่อราคาวัตถุดิบ และยังเป็นการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบให้อยู่ในระดับราคาที่เหมาะสมและยอมรับได้

3.2.5 ความเสี่ยงในการดำเนินการของสาขาไม่ปฏิบัติตามคาดการณ์

ผลการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารในแต่ละสาขา เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในและภายนอกต่างๆ ปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้ เช่น คุณภาพอาหาร การบริการ วัตถุดิบคุณภาพ ส่วนปัจจัยภายนอก เช่น ความผันผวนของราคาวัตถุดิบ การขาดแคลนบุคลากร การแข่งขันทางธุรกิจ สภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจ ลักษณะด้านประชากร จำนวนร้านอาหารคู่แข่ง หรือร้านอาหารทดแทนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง PRG บริหารความเสี่ยงดังกล่าว โดยมีการจัดการด้านข้อมูลสารสนเทศของพื้นที่ ที่มีศักยภาพ (Strategic Location) สำหรับการเปิดสาขาในแต่ละแบรนด์ของร้านอาหารเครือข่าย เริ่มจากการแสวงหาทำเลที่เหมาะสม โดยการศึกษาข้อมูลด้านประชากร พฤติกรรมผู้บริโภค ร้านค้าคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียง การขยายตัวของสาขารูปโภคพื้นฐาน และอุปสงค์ - อุปทาน ในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลศึกษาความเหมาะสมของพื้นที่ (Site Analysis and Optimization)

นอกจากนี้ PRG ยังมีการศึกษาข้อมูลสำคัญทั้งในด้านการจัดหาวัตถุดิบ บุคลากร และการควบคุมคุณภาพ เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาใช้สำหรับการศึกษาความเป็นไปได้ทางการลงทุน (Feasibility Study) ก่อนที่จะมีการขยาย/เปิดสาขาใหม่ทุกครั้ง มีการควบคุมค่าใช้จ่ายคงที่ให้อยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งมีการวิเคราะห์และรายงานผลการดำเนินงานรายสาขาเป็นประจำ ตลอดจนมีทีมงานในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์อย่างทันต่วงที

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดิน อาคารและเครื่องจักร

บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน)

1. ที่ดิน บริษัทฯ มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินตั้งอยู่เลขที่ 88 หมู่ 2 ถ.ติวานนท์ ต. บางกะดี อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี 12000 รวม 16-0-22 ไร่ มีมูลค่าตามบัญชี 942,720 บาท มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินตั้งอยู่เลขที่ 109 หมู่ 14 ถ.มิตรภาพ ก.ม.90 ต.ลาดบัวขาว อ.สีคิ้ว จ.นครราชสีมา 30340 รวม 288-1-0 ไร่ มีมูลค่าตามบัญชี 107,178,733 บาท และมีกรรมสิทธิ์ในที่ดินที่ ต.หนองไผ่ อ.ด่านมะขามเตี้ย จ.กาญจนบุรี รวม 1-3-40 ไร่ มีมูลค่าตามบัญชี 40,000 บาท

2. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง ตั้งอยู่เลขที่ 88 หมู่ 2 ถ.ติวานนท์ ต.บางกะดี อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000 มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. หลังคา กันสาด	-	-	199,873
2. อาคารโรงงานขัดข้าวและบรรจุข้าว 900 ตารางเมตร	-	-	1
3. อาคารโรงงานขัดข้าว (ใหม่) 150 ตารางเมตร	-	-	1
4. ห้องพยาบาล, ลานจอดรถหลังศาล	-	-	3
5. อาคารเก็บอุปกรณ์ดับเพลิง โรงเก็บวัตถุดิบ (น้ำมัน)	-	-	74,570
6. ห้องแพ็คข้าวถุง, ห้องทำงานบรรจุข้าวถุง	-	-	205,477
7. รั้วคอนกรีต, แสงกันเหล็ก	-	-	282,093
8. งานกันห้องกฎหมายและห้องคอมพิวเตอร์	-	-	44,483
9. งานกันห้องคลังสินค้าสำเร็จรูปโกดัง 5, สำนักงานจัดส่งโกดัง 1	-	-	32,168
10. งานต่อเติมปรับปรุงห้องน้ำ	-	-	26,166
11. งานกันห้องสำนักงานฝ่ายผลิต, QC	-	-	28,875
12. สินทรัพย์อื่นๆ	-	-	4
รวมทั้งหมด			893,714

3. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง ตั้งอยู่เลขที่ 109 หมู่ 14 ถ.มิตรภาพ ก.ม. 90 ต.ลาดบัวขาว อ.สีคิ้ว จ.นครราชสีมา 30340 มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. ถนนรอบโรงงานสีคิ้ว	-	-	3,417,275
2. หอพักพนักงาน	-	-	2,464,492
3. อ่างเก็บน้ำและเขื่อนดิน	-	-	1
4. ถนนเชื่อมทางหลวง	-	-	1
5. โรงสูบน้ำและบ่อบาดาล	-	-	2
6. ฝ่ายน้ำดื่มและอาคารควบคุมน้ำเสีย	-	-	2
7. ร่องน้ำและลำเหมือง	-	-	2
8. ถนนเชื่อมทางหลวงพิเศษ	-	-	39,123
9. โรงผลิตน้ำประปา	-	-	616,128
10. โรงผลิตแป้ง	30,689,182	04/08/2560	2,899,928
11. บ่อนำบ้น้ำเสีย	-	-	476,536
12. ประตูระบายน้ำ	-	-	1
13. โรงอาหารและห้องน้ำ	-	-	2,950,191
14. หลังคาคลุมลานขึ้นสินค้า	-	-	118,991
15. ทางเดินบนหลังคาโรงแป้ง	-	-	24,907
16. กันห้องสำนักงานบรรจุและห้อง QC ตรวจข้าวบรรจุ	-	-	196,245
17. กันห้องซ่อมบำรุง	-	-	57,545
18. ที่จอดรถจักรยานยนต์	-	-	1
19. โกดังเก็บสินค้าสีคิ้ว	-	-	14,504,862
20. อาคารคลุมเครื่องชั่งและสำนักงาน	-	-	986,942
21. อาคารสำนักงาน Survey	-	-	338,574
22. หลังคาโรงจอดรถจักรยานยนต์ (บรรจุ)	-	-	24,422
23. งานซ่อมเพดานห้องประชุมเบอร์ 9	-	-	103,887
24. งานปรับปรุงฝ้าเพดานโรงอาหาร	-	-	87,072
25. งานทาสีทาสีหลังคาโปร่งแสง	-	-	92,630
26. งานทาสีทาสีหลังคาโรงแป้ง	-	-	88,027
รวมทั้งหมด			29,487,787

4. เครื่องจักรและอุปกรณ์ ณ 31 ธันวาคม 2561 บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ไม่มีเครื่องจักรใดที่มีมูลค่าตามบัญชีเกินกว่าร้อยละ 10 ของสินทรัพย์รวม

5. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. อุปกรณ์สำนักงาน	-	-	2,611,498
2. เครื่องตกแต่งสำนักงาน	-	-	372
3. คอมพิวเตอร์	-	-	1,835,304
4. ทรัพย์สินอื่นๆ	-	-	1,954,916
รวมทั้งหมด			6,402,090

บริษัท พี อาร์ จี ฟิวเจอร์ จำกัด

- ที่ดิน บริษัทฯ มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินรวมทั้งสิ้น 60-2-87 ไร่ ตั้งอยู่เลขที่ 88 หมู่ 2 ถ.ติวานนท์ ต. บางกะดี อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000 มีมูลค่าตามบัญชี 33,158,630 บาท
- อาคารและสิ่งปลูกสร้าง ตั้งอยู่เลขที่ 88 หมู่ 2 ถ.ติวานนท์ ต. บางกะดี อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000 มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. โกดังรวม 5,625 ตารางเมตร	49,670,400	03/08/2560	3,266,863
2. ถนนภายในโรงงาน	-	-	111,751
3. ท่าเรือ	-	-	1
4. อาคารสำนักงาน 500 ตารางเมตร	5,537,280	03/08/2560	5
5. อาคารพัสดุ 800 ตารางเมตร	3,654,000	03/08/2560	2
6. WORK SHOP 800 ตารางเมตร	4,865,000	03/08/2560	2
7. ทรัพย์สินอื่นๆ	-	-	3
8. ถนนทางเข้าหน้าโรงงาน	1,641,600	03/08/2560	228,282
9. งานปรับปรุงห้องน้ำ หลังโกดัง 2	49,670,400	03/08/2560	51,971
รวมทั้งหมด			3,658,880

- เครื่องจักรและอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัท พี อาร์ จี ฟิวเจอร์ จำกัด ไม่มีเครื่องจักรใดที่มีมูลค่าตามบัญชีเกินกว่าร้อยละ 10 ของสินทรัพย์รวม

บริษัท ราชสิมาไรซ์ จำกัด

1. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง ตั้งอยู่เลขที่ 109 หมู่ 14 ถ.มิตรภาพ ก.ม. 90 ต.ลาดบัวขาว อ.สีคิ้ว จ.นครราชสีมา 30340 มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. โกดังโรงบรรจุข้าวถุง โกดัง A 1,808 ตารางเมตร	12,598,500	04/08/2560	1
2. โกดังโรงบรรจุข้าวถุง โกดัง B 2,125 ตารางเมตร	14,707,500	04/08/2560	1
3. สำนักงานโรงบรรจุโกดัง B 325 ตารางเมตร	2,600,640	04/08/2560	1
4. โกดังโรงบรรจุข้าวถุง โกดัง C 2,125 ตารางเมตร	16,756,560	04/08/2560	3
5. สำนักงานชั่วคราวโรงบรรจุโกดัง C 325 ตารางเมตร	213,120	04/08/2560	1
6. โรงอาหาร, งานกันห้องสำนักงาน,คลังสินค้าปี 2010	9,363,750	06/11/2557	35,059
7. อาคารแท้งค์น้ำบาดาล	49,500	06/11/2557	1
8. ตู้สำนักงานเคลื่อนที่พร้อมแอร์	-	-	1
9. งานกันห้องเกษตรอินทรีย์	-	-	297,236
10. งานปรับปรุงห้อง Line 6	-	-	160,983
11. งานปรับปรุงห้องน้ำเจ้าหน้าที่ เซอร์เวย์	-	-	86,084
12. งานปรับปรุงห้องเกษตรอินทรีย์ตามสโลปงาน	-	-	213,627
13. งานปรับปรุงและรื้อเพดานห้องผลิต/ห้องSortor/ห้องControl	-	-	126,292
14. อาคารสำนักงานจัดซื้อวัตถุดิบ	-	-	417,547
รวมทั้งหมด			1,336,837

2. เครื่องจักรและอุปกรณ์ ณ 31 ธันวาคม 2561 บริษัท ราชสิมาไรซ์ จำกัด ไม่มีเครื่องจักรใดที่มีมูลค่าตามบัญชีเกินกว่าร้อยละ 10 ของสินทรัพย์รวม

บริษัท สยามแพค จำกัด

อาคารและสิ่งปลูกสร้าง ตั้งอยู่เลขที่ 109/2 หมู่ 14 ถ.มิตรภาพ ต.ลาดบัวขาว อ.สีคิ้ว จ.นครราชสีมา 30340 มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. อาคารสำนักงานและโรงงาน สูง 2 ชั้น	11,655,440	04/08/2560	608,128
2. อาคารห้องน้ำ, เก็บสารเคมี	192,720	04/08/2560	174,912
3. อาคารซ่อมบำรุง	63,878	04/08/2560	167,373
รวมทั้งหมด			950,413

บริษัท อินโนฟู้ด (ไทยแลนด์) จำกัด

1. ร้านอาหาร มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1.งานตกแต่งร้านอาหาร HINA	-	-	555,361
2. ร้านอาหาร Fuyuu	-	-	-
รวมทั้งหมด			555,361

2. ห้องครัวและอุปกรณ์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. งานสแตนเลสห้องครัว	-	-	96,967
2. ห้องครัวอื่นๆ	-	-	15,265
3. เครื่องทำเส้นอุด้งและเครื่องตัดเส้น	-	-	323,368
4. อุปกรณ์อื่นๆ	-	-	524,866
รวมทั้งหมด			960,466

3. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. เครื่องใช้สำนักงาน	-	-	55,677
2. เครื่องคอมพิวเตอร์	-	-	165,557
3. เครื่องตกแต่ง	-	-	32,834
4.สินทรัพย์อื่นๆ	-	-	165,028
รวมทั้งหมด			419,096

บริษัท เอ็ม บี เค เรสเตอรองท์ กรุ๊ป จำกัด

1. ร้านอาหาร สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 444 ชั้น 8 อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ถ.พญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. งานตกแต่งร้านสุกี้ The nine	-	-	932,123
2. งานตกแต่งร้านสุกี้ กลาสเฮ้าส์	-	-	2,596,327
3. งานตกแต่งร้านสุกี้ MBK	-	-	2,182,152
รวมทั้งหมด			5,710,602

2. ห้องครัวและอุปกรณ์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. ห้องครัว ร้านสุกี้ The nine	-	-	183,300
2. ห้องครัว ร้านสุกี้ กลาสเฮ้าส์	-	-	156,915
3. ห้องครัว ร้านสุกี้ MBK	-	-	213,544
4. อุปกรณ์ ร้านสุกี้ The nine	-	-	214,487
5. อุปกรณ์ ร้านสุกี้ กลาสเฮ้าส์	-	-	339,347
6. อุปกรณ์ ร้านสุกี้ MBK	-	-	431,562
7. อุปกรณ์คลังปทุมธานี	-	-	954,332
รวมทั้งหมด			2,493,487

3. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. เครื่องใช้สำนักงาน	-	-	259,040
2. เครื่องตกแต่งสำนักงาน	-	-	401,946
3. คอมพิวเตอร์	-	-	543,303
4. ทรัพย์สินอื่นๆ	-	-	742,723
รวมทั้งหมด			1,947,012

บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

1. งานระบบ สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 444 ชั้น 8 อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ถ.พญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. งานระบบแอร์ และอื่นๆ	-	-	55,629
2. งานระบบคอมพิวเตอร์	-	-	1
รวมทั้งหมด			55,630

2. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 444 ชั้น 8 อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ถ.พญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. ส่วนประกอบอาคาร	-	-	1
2. เครื่องใช้สำนักงาน	-	-	77,065
3. เครื่องตกแต่งสำนักงาน	-	-	117,106
4. เครื่องมืออุปกรณ์และคอมพิวเตอร์	-	-	367,919
รวมทั้งหมด			562,091

บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด ไอแลนด์ จำกัด

1. งานระบบ สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 444 ชั้น 8 อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ถ.พญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. งานระบบไฟฟ้า	-	-	512,122
2. งานระบบคอมพิวเตอร์	-	-	323,760
รวมทั้งหมด			835,882

2. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 444 ชั้น 8 อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ถ.พญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. ส่วนประกอบอาคาร	-	-	3,877,819
2. เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และอุปกรณ์สำนักงาน	-	-	4,936,581
3. เครื่องใช้สำนักงาน	-	-	463,817
4. งานอุปกรณ์ร้านค้า ชั้น 6	-	-	1,844,149
รวมทั้งหมด			11,122,366

3. ค่าสิทธิการเช่า บริษัทฯ ตั้งอยู่เลขที่ 444 อาคาร เอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ชั้น 6 ถ.พญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 มีมูลค่าตามบัญชี 321,528,598.52 บาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด

1. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 444 ชั้น 8 อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ถ.พญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. อาคาร-ครัวกลาง	-	-	4,564,081
รวมทั้งหมด			4,564,081

2. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

รายการ	ราคาประเมิน (บาท)	วันที่ทำ การประเมิน	มูลค่าบัญชี (บาท)
1. เครื่องใช้สำนักงาน	-	-	115,797
2. เครื่องคอมพิวเตอร์	-	-	187,937
3. ห้องครัวผลิตอาหาร	-	-	337,978
4. อุปกรณ์ครัวกลาง	-	-	403,136
5. เครื่องตกแต่ง	-	-	29,815
6. สินทรัพย์อื่นๆ	-	-	5,356
รวมทั้งหมด			1,080,019

- 1.1 บริษัท และบริษัทย่อยไม่ได้ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
- 1.2 บริษัทหรือบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ
- 1.3 การลงทุนในบริษัทย่อย, และบริษัทอื่นๆ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

รายละเอียดเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ประกอบด้วย

คำขอเลขที่	ทะเบียน เลขที่	ประเภทสินค้า	วันจด ทะเบียน	วันที่ออก หนังสือ	วันสิ้นอายุ	อนุสิทธิบัตร / เครื่องหมายการค้า
0603000729	4767	อนุสิทธิบัตร ข้าวผสมธัญพืช (ข้าวห้าสี)	1 มิ.ย. 49	9 มี.ค. 52	**31 พ.ค. 59	ข้าวผสมธัญพืช มานูญครองพลัส
0603000731	4768	อนุสิทธิบัตร ข้าวผสมธัญพืช (ข้าวกระเทียมเห็ดหอม)	1 มิ.ย. 49	9 มี.ค. 52	**31 พ.ค. 59	ข้าวผสมธัญพืช มานูญครองพลัส
0603000730	4769	อนุสิทธิบัตร ข้าวผสมธัญพืช (ข้าวธัญพืช)	1 มิ.ย. 49	9 มี.ค. 52	**31 พ.ค. 59	ข้าวผสมธัญพืช มานูญครองพลัส
342156	ค99071	ข้าวสาร	25 ต.ค. 40	14 ก.ย. 61	24 ต.ค. 70	ข้าวหอมมะลิทอง ตรามานูญครอง
342157	ค90280	ข้าวสาร	25 ต.ค. 40	14 ก.ย. 61	24 ต.ค. 70	ข้าวหอมทิพย์ ตรามานูญครอง

คำขอเลขที่	ทะเบียน เลขที่	ประเภทสินค้า	วันจด ทะเบียน	วันที่ออก หนังสือ	วันสิ้นสุดอายุ	อนุสิทธิบัตร / เครื่องหมายการค้า
371817	ค83521	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	22 ธ.ค. 31	1 ต.ค. 51	* 4 ธ.ค. 61	ข้าวหอมมะลิ ตรามานบุญครอง
371818	ค91643	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	22 ธ.ค. 31	1 ต.ค. 51	* 4 ธ.ค. 61	ข้าวเสาไห้ ตรามานบุญครอง
371819	ค91644	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	22 ธ.ค. 31	1 ต.ค. 51	* 4 ธ.ค. 61	ข้าวหอมมะลิ ตรามานบุญครอง
371820	ค91645	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	22 ธ.ค. 31	1 ต.ค. 51	* 4 ธ.ค. 61	ข้าวรวงแก้ว ตรามานบุญครอง
378055	ค89641	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	11 ม.ค. 32	13 พ.ย. 51	* 9 ม.ค. 62	ข้าวสารคุณภาพปานกลาง ตรามานบุญครอง (ภาพโรงสี)
378056	ค89640	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	11 ม.ค. 32	13 พ.ย. 51	* 9 ม.ค. 62	ข้าวหอมมะลิ ตรามานบุญครอง (ภาพโรงสี)
378057	ค89639	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	11 ม.ค. 32	13 พ.ย. 51	* 9 ม.ค. 62	ข้าวสาร ตรามานบุญครอง (ภาพโรงสี)
378154	ค89652	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	11 ม.ค. 32	13 พ.ย. 51	* 9 ม.ค. 62	ข้าวเสาไห้ ตรามานบุญครอง (ภาพโรงสี)
379743	ค112488	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	1 ก.พ. 42	24 พ.ย. 51	31 ม.ค. 62	ข้าวรวงทิพย์ ตรามานบุญครอง
441758	ค145180	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	21 ธ.ค. 43	29 พ.ย. 53	20 ธ.ค. 63	ข้าวสาร ตราศักดิ์ดา
445823	ค146649	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	14 ก.พ. 44	1 ธ.ค. 53	13 ก.พ. 64	ข้าวสาร ตราจัสตินโกลด์ (JG)
455985	ค154985	แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว	11 มิ.ย. 44	28 เม.ย. 54	10 มิ.ย. 64	แป้งแม่ขนม (ภาพแม่ครัว)
455986	ค154984	แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว	11 มิ.ย. 44	28 เม.ย. 54	10 มิ.ย. 64	แป้งมานบุญครอง (ภาพแม่ครัว)
456044	ค154983	แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว	12 มิ.ย. 44	3 พ.ค. 54	11 มิ.ย. 64	แป้งดำรับแม่ (ภาพแม่ครัว)
456045	ค154982	แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว	12 มิ.ย. 44	23 พ.ค. 54	11 มิ.ย. 64	แป้งฝีมือแม่ (ภาพแม่ครัว)
456046	ค154981	แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว	12 มิ.ย. 44	23 พ.ค. 54	11 มิ.ย. 64	แป้งอร่อยล้ำ (ภาพแม่ครัว)
456047	ค154980	แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว	12 มิ.ย. 44	3 พ.ค. 54	11 มิ.ย. 64	แป้งกลมกล่อม (ภาพแม่ครัว)
458021	ค154979	แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว	29 มิ.ย. 44	10 พ.ค. 54	28 มิ.ย. 64	แป้งแม่ขนม (ภาพแม่ครัว)
458433	ค155649	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว	3 ก.ค. 44	19 พ.ค. 54	2 ก.ค. 64	PRG (โลโก้บริษัทฯ)
468098	ค159530	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	5 ต.ค. 44	29 ส.ค. 54	4 ต.ค. 64	ข้าวสาร ตราทิพย์มงคล
468099	ค159531	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	5 ต.ค. 44	1 ก.ย. 54	4 ต.ค. 64	ข้าวสาร ตราขวัญพุ่ม
468100	ค159532	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	5 ต.ค. 44	1 ก.ย. 54	4 ต.ค. 64	ข้าวสาร ตราร่มโพธิ์
468101	ค159533	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	5 ต.ค. 44	1 ก.ย. 54	4 ต.ค. 64	ข้าวสาร ตราปิ่นโตทอง

คำขอเลขที่	ทะเบียน เลขที่	ประเภทสินค้า	วันจด ทะเบียน	วันที่ออก หนังสือ	วันสิ้นสุดอายุ	อนุสิทธิบัตร / เครื่องหมายการค้า
468102	ค159534	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	5 ต.ค. 44	1 ก.ย. 54	4 ต.ค. 64	ข้าวสาร ตราสกุลไทย
471414	ค160655	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	8 พ.ย. 44	15 พ.ย. 54	7 พ.ย. 64	ข้าวปทุมธานี 1 ตรามานูญครอง
479015	ค165749	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	30 ม.ค. 45	19 ม.ค. 55	29 ม.ค. 65	ข้าวจัสมิน โกลด์ ตรามานูญครอง
481578	ค167549	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว	28 ก.พ. 45	23 ม.ค. 55	23 ม.ค. 65	ตรามานูญครอง MAH BOONKONG BRAND
483182	ค171258	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	20 มี.ค. 45	23 ม.ค. 55	19 มี.ค. 65	ข้าวหอมมะลิ ตรามานูญครอง (รูปรวงข้าวใหม่)
483183	ค171259	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	20 มี.ค. 45	23 ม.ค. 55	19 มี.ค. 65	ข้าวหอมมะลิทอง ตรามานูญครอง (รูปรวงข้าวใหม่)
483184	ค171260	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	20 มี.ค. 45	23 ม.ค. 55	19 มี.ค. 65	ข้าวหอมมะลิ ตรามานูญครอง (รูปรวงข้าวใหม่)
492462	ค177646	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	15 ก.ค. 45	17 พ.ค. 45	14 ก.ค. 65	ข้าวรวงแก้ว ตรามานูญครอง (รูปรวงข้าวใหม่)
492463	ค177647	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	15 ก.ค. 45	17 พ.ค. 45	14 ก.ค. 65	ข้าวรวงทิพย์ ตรามานูญครอง (รูปรวงข้าวใหม่)
492464	ค177648	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	15 ก.ค. 45	17 พ.ค. 45	14 ก.ค. 65	ข้าวหอมทิพย์ ตรามานูญครอง (รูปรวงข้าวใหม่)
503812	ค186991	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	15 พ.ย. 45	12 ต.ค. 55	14 พ.ย. 65	ข้าว ตรามานูญครอง (รวงข้าวเดี่ยว)
511094	ค189635	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว	14 ก.พ. 46	4 ก.พ. 56	13 ก.พ. 66	ข้าวมานูญครองภายในเงิน อ่านว่า แป้ง-ฮัง-ฮัง-ไป
555555	ค221944	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	14 มี.ย. 47	28 มี.ย. 48	13 มี.ย. 67	ข้าวหอมปทุมทิพย์ ตรามานูญครอง
614925	ค254824	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	12 ม.ค. 49	24 ม.ค. 49	11 ม.ค. 69	ข้าว ตรามานูญครอง (รูปที่ดักข้าว)
630973	ค261787	ข้าวสารผสมธัญพืช	3 ก.ค. 49	30 พ.ค. 50	2 ก.ค. 69	ข้าวมานูญครอง พลัส
631808	ค260927	แป้งทอดกรอบข้าวหอมมะลิ	12 ก.ค. 49	17 พ.ค. 50	11 ก.ค. 69	แป้งทอดกรอบข้าวหอมมะลิ ตรามานูญครอง
677119	ค284193	ข้าวสาร ข้าวเหนียว ข้าวเหนียว	19 ต.ค. 50	12 มี.ย. 61	18 ต.ค. 70	ข้าวหอมมะลิ ตรามานูญครอง (รูปปลั๊กใหม่)
709114	ค298240	ข้าว	25 ก.ย. 51	2 มี.ย. 52	* 19 ก.ย. 61	ข้าวมานูญครอง พลัส
758673	ค330278	อาหารเสริมทำจากน้ำมันรำข้าว (ไม่ใช้ในทางการแพทย์)	12 ก.พ. 53	22 ก.พ. 54	11 ก.พ. 63	มานูญครอง พลัส นูตรา ออริส เท็น
798401	ค382576	อาหารเสริมทำจากน้ำมันรำข้าว (ไม่ใช้ในทางการแพทย์)	2 มี.ค. 54	17 ส.ค. 55	1 มี.ค. 64	“INNOFOOD” เจ้าของเครื่องหมาย การค้า คือ บริษัท อินโนฟู้ด (ไทย แลนด์) จำกัด

คำขอเลขที่	ทะเบียนเลขที่	ประเภทสินค้า	วันจดทะเบียน	วันที่ออกหนังสือ	วันสิ้นสุดอายุ	อนุสิทธิบัตร / เครื่องหมายการค้า
837932	ค357701	ข้าว	1 มี.ค. 55	29 พ.ย. 55	28 ก.พ. 65	ข้าวสาร ตราร่มฉัตร
831536	ค366229	ขนมที่ทำมาจากข้าว	4 ม.ค. 55	10 มี.ย. 56	3 ม.ค. 65	ตรามานูญครอง
831538	ค366223	น้ำดื่มบรรจุขวด	4 ม.ค. 55	10 มี.ย. 56	3 ม.ค. 65	MBK
828537	ค373221	ข้าว	8 ธ.ค. 54	10 มี.ย. 56	7 ธ.ค. 64	"INNOFOOD" เจ้าของเครื่องหมายการค้า คือ บริษัท อินโนฟู้ด (ไทยแลนด์) จำกัด
828135	ค373221	ผงสำเร็จรูปใช้ขังเป็นเครื่องคั้น	6 ธ.ค. 54	9 ธ.ค. 56	5 ธ.ค. 64	MBK
828133	ค373220	อาหารเสริมทำจากน้ำมันรำข้าว (ไม่ใช้ในทางการแพทย์)	6 ธ.ค. 54	9 ธ.ค. 56	5 ธ.ค. 64	MBK
623690	บ32282	บริการอาหารและเครื่องคั้น	18 เม.ย. 49	23 ก.ย. 59	17 เม.ย. 69	"THE FIFTH food avenue" เจ้าของเครื่องหมายบริการ คือ บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
640493	ค267436	กระดวยและผลิตภัณฑ์กระดวย	29 ก.ย. 49	12 ก.ย. 50	28 ก.ย. 69	"THE FIFTH food avenue" เจ้าของเครื่องหมายการค้า คือ บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
640494	ค267437	กล่องอาหารทำด้วยพลาสติก	29 ก.ย. 49	12 ก.ย. 50	28 ก.ย. 69	"THE FIFTH food avenue" เจ้าของเครื่องหมายการค้า คือ บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
640495	ค267438	แก้วน้ำทำด้วยพลาสติก	29 ก.ย. 49	12 ก.ย. 50	28 ก.ย. 69	"THE FIFTH food avenue" เจ้าของเครื่องหมายการค้า คือ บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
640496	บ33773	ผลิตรายการโทรทัศน์ช่องต่างๆ ผลิตรายการทางโทรทัศน์ เป็น การสื่อสารภายใน	29 ก.ย. 49	7 มี.ย. 50	28 ก.ย. 69	"THE FIFTH food avenue" เจ้าของเครื่องหมายบริการ คือ บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

หมายเหตุ * ยื่นคำขอต่ออนุญาตแล้ว แต่ยังไม่ได้รับใบอนุญาต

** อนุสิทธิบัตร ได้แก่ ข้าวผสมธัญพืช มาบุญครองพลัส ทั้งสามชนิด

(ตามกฎหมายต่ออายุอนุสิทธิได้ 2 ครั้ง ครั้งละ 2 ปี ซึ่งได้ต่อครบถ้วน 2 ครั้ง
ตามกฎหมายแล้ว จึงไม่สามารถต่ออายุได้อีก)

4.2 การลงทุนในบริษัทย่อย, และบริษัทอื่นๆ ณ 31 ธันวาคม 2561

บริษัท	ประเภทและลักษณะธุรกิจ	ทุนชำระแล้ว	% การถือหุ้น	มูลค่าตาม บัญชีตามวิธี ราคาทุน
บริษัทย่อย				
บริษัท พี อาร์ จี ฟิชผล จำกัด	-ให้เช่าโกดังสินค้าและขนส่ง	500,000,000	99.99	489,636,680
บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	-ศูนย์อาหาร, ให้เช่าพื้นที่ศูนย์อาหารและ บริการ	50,000,000	75.00	84,751,452
บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด ไอแลนด์ จำกัด	-ศูนย์อาหาร	500,000,000	99.98	498,685,435
บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด	-ครัวกลาง และ กระจายสินค้า	5,000,000	51.00	2,550,000
บริษัท เอ็ม บี เค เรสเตอรองท์ กรุ๊ป จำกัด	-จำหน่ายอาหาร (หยุดดำเนินการตั้งแต่ พ.ย. 2559)	150,000,000	99.99	125,938,993
บริษัทที่บริษัทถือหุ้นโดยอ้อม				
บริษัท ราชสิมาไรซ์ จำกัด	-จัดจำหน่ายและปรับปรุงคุณภาพข้าวและ ให้เช่าอาคารโรงงาน	300,000,000	99.99	300,000,000
บริษัท สยามแพค จำกัด	-ให้เช่าอาคารและจำหน่ายข้าวสาร	150,000,000	99.99	150,000,000
บริษัท อินโนฟู้ด (ไทยแลนด์) จำกัด	-จำหน่ายอาหาร	71,000,000	99.99	55,829,874
บริษัทอื่นๆ				
บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน)	-พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	1,694,923,000	29.46	955,416,356
บริษัท ไทยโคชิบา โลที่ติ้ง จำกัด	-ผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า	35,000,000	9.7	3,395,000
กองทุนรวมชนชาติฟร็อพ-เพอร์ตี-ฟันด์ 1	ครบกำหนดอายุโครงการตั้งแต่ 31 สิงหาคม 2558 ณ ปัจจุบัน อยู่ในระหว่างการชำระบัญชี	13,651,692	0.06	13,275

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม ที่มีลักษณะ
ดังต่อไปนี้

4.3.1. นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

- ลงทุนในกิจการที่สอดคล้องกับธุรกิจที่บริษัททำอยู่ในปัจจุบัน
- มีผลตอบแทนการลงทุนที่ดี
- เป็นธุรกิจไม่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัท

4.3.2. นโยบายการลงทุนในบริษัทร่วม

โดยทั่วไปแล้วบริษัทฯ มักจะลงทุนโดยถือหุ้นมากกว่า 50% เพื่อความสะดวกในการบริหาร ดังนั้น ถ้าหากบริษัท จะเข้าถือหุ้นบริษัทใดโดยที่จะถือหุ้นน้อยกว่า 50% บริษัทย่อมต้องพิจารณาถึง

- กลุ่มผู้ถือหุ้นหลักของบริษัทที่จะเข้าไปลงทุน ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าจะไม่เกิดปัญหาในการร่วมบริหารงานในอนาคต
- ผลตอบแทนการลงทุนต้องสูงเพียงพอ

4.4 นโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

4.4.1. นโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อย

บริษัทฯ มีนโยบายในการบริหารงานแบบอนุรักษ์นิยม (Conservative) ดังนั้น การควบคุมบริษัทย่อยส่วนใหญ่ยังคงมีลักษณะที่รัดกุม งานบริหารส่วนใหญ่จะถูกควบคุมโดยส่วนกลาง (Centralized) ทั้งนี้มีได้หมายความว่าบริษัทจะเข้าควบคุมการทำงานทุกอย่างในบริษัทย่อย กล่าวคือ งานในระดับ Operation บริษัทย่อยจะมีอิสระในการทำงานและการตัดสินใจด้วยตนเอง ส่วนบริษัทย่อยที่ต้องการผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะทางมาดำเนินการ บริษัทก็จะว่าจ้างผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะทางมาบริหาร

4.4.2. นโยบายการบริหารงานของบริษัทร่วม

เมื่อบริษัทฯ ได้เข้าร่วมทุนกับบริษัทอื่นแล้ว บริษัทจะส่งตัวแทนเข้าเป็นกรรมการบริหารในบริษัทร่วมนั้นๆ เพื่อเป็นการติดตามการทำงานของบริษัทร่วมว่าได้ดำเนินงานตามแนวทางที่บริษัทได้คาดหวังไว้

4.5 การกำหนดสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งหมดต่อสินทรัพย์รวม

ยังไม่ได้กำหนด อย่างชัดเจน

4.6 การส่งตัวแทนของบริษัทไปเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

โดยส่วนใหญ่กรรมการของบริษัทฯ จะมีตำแหน่งเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม และมีบางบริษัทที่ได้ส่งผู้บริหารระดับสูงของบริษัทไปเป็นกรรมการด้วย (รายละเอียดการดำรงตำแหน่งปรากฏตามเอกสารแนบ)

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ข้อพิพาททางกฎหมายในปี 2561 ของ บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) มีคดีที่ยังไม่สิ้นสุดและอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองกลาง มีรายละเอียด ดังนี้

คดีหมายเลขดำที่ 939/2561

ศาลที่ฟ้องคดี : ศาลปกครองกลาง

วันเริ่มคดี : วันที่ 30 เมษายน 2561

คู่ความ :	องค์การคลังสินค้า	ผู้ฟ้องคดี
	บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน)	ผู้ถูกฟ้องคดีที่ 1
	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	ผู้ถูกฟ้องคดีที่ 2

ข้อหาหรือฐานความผิด : ผิดสัญญา เรียกค่าเสียหาย

ทุนทรัพย์ : 17,486,344.10 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.99 ของส่วนของผู้ถือหุ้น
ณ 31 ธันวาคม 2561

ความคืบหน้าของคดี : ในวันที่ 5 พฤศจิกายน 2561 ยื่นคำให้การและฟ้องแย้งเรียกค่าเสียหาย
เป็นเงิน 3,552,341.97 บาท

ความเห็นของฝ่ายของผู้ : คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองกลาง ซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อ

บริหารเกี่ยวกับผลกระทบ ต่อธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยและไม่ทำให้ธุรกิจโดยรวม

ที่อาจเกิดขึ้นของคดีต่อ
ของบริษัทต้องหยุดชะงักแต่อย่างใด
การดำเนินงานของบริษัท

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

บริษัท	:	บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน)
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107536001702
ประกอบธุรกิจประเภท	:	อาหารและเครื่องดื่ม
ทุนจดทะเบียนและทุนที่เรียกเก็บชำระแล้ว	:	900 ล้านบาท ทุนที่เรียกเก็บชำระแล้ว 600 ล้านบาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 600 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 88 หมู่ 2 ถนนติวานนท์ ตำบลบางกะดี อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 12000
โทรศัพท์	:	0-2501-2175
โทรสาร	:	0-2501-2176
สถานที่ตั้งฝ่ายขายต่างประเทศ	:	เลขที่ 1 ชั้น 15 อาคารกลาสเฮ้าส์ ซอยสุขุมวิท 25 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	0-2661-7900
โทรสาร	:	0-2661-7901
เว็บไซต์	:	www.mahboonkrongrice.com , www.patumrice.com และ www.patumrice.co.th
อีเมล	:	prgrice@patumrice.co.th

นิติบุคคลที่ บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

บริษัท	:	บริษัท พี อาร์ จี ฟิชผล จำกัด (ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 99.99%)
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105517008690
ประกอบธุรกิจประเภท	:	ให้บริการจัดส่ง ให้เช่าคลังสินค้าและที่ดิน
ทุนจดทะเบียนและทุนที่เรียกเก็บชำระแล้ว	:	500 ล้านบาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 8,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 62.50 บาท
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	88 หมู่ 2 ถนนติวานนท์ ตำบลบางกะดี อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 12000
โทรศัพท์	:	0-2501-2175, 0-25012160
โทรสาร	:	0-2501-2176

บริษัท	: บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด ไอแลนด์ จำกัด (ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 99.98%)
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105549022477
ประกอบธุรกิจประเภท	: ศูนย์อาหาร
ทุนจดทะเบียนและทุนที่เรียกเก็บชำระแล้ว	: 500 ล้านบาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 5,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 444 ชั้น 8 อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์	: 0-2583-9807
โทรสาร	: -
บริษัท	: บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 75.00%)
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105540062689
ประกอบธุรกิจประเภท	: ศูนย์อาหาร
ทุนจดทะเบียนและทุนที่เรียกเก็บชำระแล้ว	: 50 ล้านบาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท (บริษัทฯ ถือหุ้นเท่ากับ 375,000 หุ้น)
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 444 ชั้น 8 อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์	: 0-2583-9807
โทรสาร	: -
บริษัท	: บริษัท เอ็ม บี เค เรสเทอรองท์ กรุ๊ป จำกัด (ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรซ์มิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 99.99%)
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105555077440
ประกอบธุรกิจประเภท	: ธุรกิจร้านอาหารเครือข่าย
ทุนจดทะเบียนและทุนที่เรียกเก็บชำระแล้ว	: 270 ล้านบาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท และ หุ้นบุริมสิทธิ์ 2,200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 444 ชั้น 8 อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์	: 0-2583-9807
โทรสาร	: -

บริษัท	:	บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน) (ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 27.98%)
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107537001102
ประกอบธุรกิจประเภท	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
ทุนจดทะเบียนและทุนที่เรียกเก็บชำระแล้ว	:	1,694,923,000 บาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,694,923,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท (บริษัทฯ ถือหุ้นเท่ากับ 474,249,530 หุ้น)
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	444 ชั้น 8 อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์	:	0-2853-9000
โทรสาร	:	0-2853-7000
เว็บไซต์	:	www.mbkgroup.co.th
บริษัท	:	บริษัท เอ็ม บี เค ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด (ถือหุ้นโดย บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) 51.00%)
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105560138842
ประกอบธุรกิจประเภท	:	ประกอบกิจการครัวกลางและกระจายสินค้าด้านอาหาร ให้แก่กลุ่มบริษัท
ทุนจดทะเบียนและทุนที่เรียกเก็บชำระแล้ว	:	5 ล้านบาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท (บริษัทฯ ถือหุ้นเท่ากับ 25,498 หุ้น)
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	444 ชั้น 8 อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์	:	0-2501-2175
โทรสาร	:	-

นิติบุคคลที่ บริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นทางอ้อม

บริษัท	:	บริษัท ราชสิมาไรซ์ จำกัด (ถือหุ้นโดย บริษัท ฟิอาร์จี ฟิซผล จำกัด 99.99%)
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105539087827
ประกอบธุรกิจประเภท	:	ผู้ผลิตและจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุง
ทุนจดทะเบียนและทุนที่เรียกเก็บชำระแล้ว	:	300 ล้านบาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 2,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 25 บาท และหุ้นบุริมสิทธิ์ 9,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 25 บาท
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	สำนักงานใหญ่ เลขที่ 88 หมู่ 2 ถนนติวานนท์ ตำบลบางกะดี อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 12000
สถานที่ตั้งโรงงาน	:	สำนักงานสาขา (1) เลขที่ 109 หมู่ 14 ถนนมิตรภาพ กม.90 ตำบลลาดบัวขาว อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา 30340
โทรศัพท์	:	0-8126-53670, 0-8126-54085
โทรสาร	:	-
บริษัท	:	บริษัท อินโนฟูด (ไทยแลนด์) จำกัด (ถือหุ้นโดย บริษัท ราชสิมาไรซ์ จำกัด 99.99%)
เลขทะเบียนบริษัท	:	0135551002267
ประกอบธุรกิจประเภท	:	ธุรกิจร้านอาหารเครือข่าย
ทุนจดทะเบียนและทุนที่เรียกเก็บชำระแล้ว	:	71 ล้านบาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 210,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท และหุ้นบุริมสิทธิ์ 500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่และโรงงาน	:	88 หมู่ 2 ถนนติวานนท์ ตำบลบางกะดี อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 12000
โทรศัพท์	:	0-2583-9807
โทรสาร	:	-
บริษัท	:	บริษัท สี่มาแพค จำกัด (ถือหุ้นโดย บริษัท ฟิอาร์จี ฟิซผล จำกัด 99.99%)
เลขทะเบียนบริษัท	:	0135540003119
ประกอบธุรกิจประเภท	:	ให้เช่าอาคารโรงงาน
ทุนจดทะเบียนและทุนที่เรียกเก็บชำระแล้ว	:	150 ล้านบาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท และหุ้นบุริมสิทธิ์ 1,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
	:	สำนักงานใหญ่ เลขที่ 88 หมู่ 2 ถนนติวานนท์ ตำบลบางกะดี

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 12000
สถานที่ตั้งโรงงาน	สำนักงานสาขา เลขที่ 109/2 หมู่ 14 ตำบลลาดบัวขาว อำเภอลี้คว จังหวัดนครราชสีมา 30340
โทรศัพท์	: 0-8126-53670 ต่อ 116, 0-8126-549085 ต่อ 116
โทรสาร	: -