

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำเข้าวัตถุดิบจากประเทศสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย เพื่อนำมาแปรรูปเป็นแป้งสาลีและจำหน่ายให้แก่ลูกค้าภายในประเทศ โดยบริษัทใช้ระบบแปรรูปแป้งสาลีอัตโนมัติ (Computer Integrated Manufacturing Practices : GMP) ภายใต้ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดควบคุมวิกฤตของแป้งสาลี (Hazard Analysis and Critical Control Point : HACCP) อีกทั้งยังคำนึงถึงความปลอดภัยด้านอาหารเป็นสำคัญ จนทำให้แป้งสาลีทุกกระสอบของบริษัทฯ ได้รับการขึ้นชั้นคุณภาพจาก ISO 22000 : 2005 (Food Safety) ทั้งนี้ ยังมีมาตรการการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability Measures) เพื่อให้เกิดความมั่นใจสูงสุดของคุณภาพของแป้งสาลีทุกกระสอบ รวมถึงยังได้รับการรับรองระบบ THS 24000 : 2552 (Thailand Halal Standard) ซึ่งถือได้ว่าเป็นโรงงานผลิตแป้งสาลีแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับรองจากศูนย์พัฒนาศักยภาพและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาลแห่งประเทศไทย

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย

บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ของบริษัทดังนี้ “เรา” คือผู้ผลิตแป้งสาลีชั้นนำ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทั้งในด้านพาณิชย์และคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ และบริษัทฯ ได้กำหนดพันธกิจของบริษัทฯ ขึ้น ดังนี้

1. มุ่งมั่นอย่างไม่หยุดยั้ง ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพสูงสุดแก่ลูกค้าทุกกลุ่ม
2. ส่งเสริมให้พนักงานมีภาวะความเป็นผู้นำในทุกระดับและสร้างบรรยากาศให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
3. ให้ความสำคัญเรื่องผลตอบแทนจากการลงทุนแก่ผู้ถือหุ้น ด้วยอัตราการเติบโตของผลกำไรที่อยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง
4. เป็นแบบอย่างในด้านความเป็นมืออาชีพ ความโปร่งใส และการดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล
5. เป็นแบบอย่างในการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานทางคุณธรรม จริยธรรม และจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้บริษัทฯ มีกำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจภายในระยะ 2 - 3 ปีข้างหน้า ดังนี้

- บริษัทฯ จะผลักดันให้โรงงานสามารถใช้กำลังการผลิตที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเพื่อให้บริษัทฯ มีสินค้ามากพอสำหรับรองรับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ในอนาคตได้
- บริษัทฯ มีแผนในการขยายฐานลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้นจากเดิมที่เน้นเฉพาะกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมรายใหญ่ ให้ครอบคลุมผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กให้มากขึ้น รวมถึงผู้บริโภคชั้น สุดท้าย เพื่อลดการกระจุกตัวในกลุ่มลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เล็งเห็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันบริษัทฯ มุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้าในกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งในการขยายฐานลูกค้าดังกล่าวจะทำให้บริษัทฯ มีช่องทางในการเพิ่มฐานรายได้ของบริษัทฯ ได้ต่อไป ทำให้อัตรากำไรเติบโตและสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นได้มากขึ้น
- บริษัทฯ มีแผนงานที่จะพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ออกมาจำหน่ายให้มากกว่าปัจจุบัน รวมถึงการพัฒนาสินค้าที่มีอยู่ให้สามารถเพิ่มมูลค่าได้ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถจำหน่ายสินค้าที่ราคาสูงขึ้นได้ ซึ่งในการดำเนินการดังกล่าวจะส่งผลให้บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มสูงขึ้น สามารถสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นได้มากยิ่งขึ้น

1.2 ประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “TMILL”) เดิมชื่อ บริษัท ไทยชูการ์คลัสต์สินค้า จำกัด ก่อตั้งโดยการรวมตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมโรงงานน้ำตาล ได้แก่ กลุ่มโรงงานในเครือบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ประจวบอุตสาหกรรม จำกัด บริษัท อุตสาหกรรมมิตรเกษตร จำกัด โดยจดทะเบียนจัดตั้ง บริษัทเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2520 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 10 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจคลัสต์สินค้าโดยรับฝากสินค้าน้ำตาลทรายดิบและน้ำตาลทรายขาวเป็นสินค้าหลัก ต่อมาในเดือนเมษายน 2534 บริษัท ไทยชูการ์ เทอร์มิเนล จำกัด (มหาชน) (“TSTE”) ได้เข้าซื้อหุ้นจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้นภายในเครือบริษัทของ TSTE ทำให้ TSTE ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 61.30 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว และบริษัทฯ มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของ TSTE ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

ต่อมาในปี 2544 บริษัทฯ ได้ขอยกเลิกใบอนุญาตประกอบกิจการคลัสต์สินค้า และจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นบริษัท ไทยชูการ์อินเตอร์เทรด จำกัด ดำเนินธุรกิจให้ TSTE เช่าอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ คลัสต์สินค้าเทกอง ใช้พักสินค้าน้ำตาลทรายดิบรอขนถ่ายขึ้นเรือเดินสมุทร และในปี 2548 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200 ล้านบาท เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจโรงงานแปรรูป โดยในการเพิ่มทุนครั้งนี้ TSTE ได้ซื้อหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ จึงทำให้สัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 97.13 ของทุนจดทะเบียนใหม่

เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2550 ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด และ เริ่มดำเนินการธุรกิจโรงงานแปรรูปในเดือนมิถุนายน 2550 ต่อมาในเดือนกันยายน 2550 จดทะเบียนเพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 200 ล้านบาทเป็น 400 ล้านบาท โดยสัดส่วนการถือหุ้นของ TSTE ปรับเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 98.82 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว และเมื่อเดือนธันวาคม 2552 ผู้บริหารของ TSTE มีความประสงค์จะนำบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (“ตลาด เอ็ม เอ ไอ”) จึงได้ทำการปรับโครงสร้างทุนของบริษัทฯ โดยลดทุนจดทะเบียนจาก 400 ล้านบาท เป็น 200 ล้านบาท โดยการลดจำนวนหุ้นลงเหลือ 2 ล้านหุ้นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ต่อมาในวันที่ 29 มิถุนายน 2553 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จาก 100 บาท เป็น 1 บาทต่อหุ้น รวมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียน 85 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 85 ล้านหุ้นเพื่อเตรียมเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้กับประชาชนทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นเป็น 285 ล้านบาท เป็นทุนชำระแล้วจำนวน 200 ล้านบาท คิดเป็นจำนวน 200 ล้านหุ้น

ต่อมาเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2555 สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้อนุญาตให้บริษัทสามารถเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 85 ล้านหุ้นต่อประชาชนทั่วไปได้ บริษัทฯ จึงได้เสนอขายหุ้นให้กับผู้ถือหุ้นเดิมตามสิทธิ Pre-emptive right โดยเปิดให้จองซื้อในวันที่ 9 12 และ 13 พฤศจิกายน 2555 และเสนอขายต่อบุคคลทั่วไปในวันที่ 14-16 พฤศจิกายน 2555 ต่อมาบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้วจากเดิม 200 ล้านบาท เป็น 285 ล้านบาท ในวันที่ 19 พฤศจิกายน 2555 และในวันที่ 21 พฤศจิกายน 2555 คณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้สั่งรับหุ้นสามัญของบริษัทฯ เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 23 พฤศจิกายน 2555 เป็นต้นไป ส่งผลให้หุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 285,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ตั้งแต่วันที่ 23 พฤศจิกายน 2555 เป็นต้นไป โดยจัดอยู่ในหมวดธุรกิจขนาดกลาง และใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า TMILL

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีโครงสร้างกลุ่มบริษัทดังนี้

บริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน)

ทุนจดทะเบียน 1,870 ล้านบาท

ทุนชำระแล้ว 1,623 ล้านบาท

↓ ร้อยละ 23.82

บริษัท ไทยซูการ์ เทอร์มิเนล จำกัด (มหาชน)

ทุนจดทะเบียน 145 ล้านบาท

ทุนชำระแล้ว 145 ล้านบาท

↓ ร้อยละ 69.34

บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน)

ทุนจดทะเบียน 285 ล้านบาท

ทุนชำระแล้ว 285 ล้านบาท

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

(1) โครงสร้างรายได้แยกตามสายผลิตภัณฑ์

ประเภทของ รายได้	2553		2554		2555		2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
แป้งสาลี	792.1	86.8	754.5	83.0	873.5	81.8	981.5	88.4
รำข้าวสาลี	106.0	11.6	86.0	9.5	101.4	9.5	121.9	11.0
จมูกข้าวสาลี และข้าวสาลี	0.5	0.0	57.4	6.3	59.3	5.6	3.5	0.3
รายได้อื่น*	8.3	0.9	12.9	1.4	33.2	3.1	3.1	0.3
รายได้รวม	906.9	100.0	910.7	100.0	1,067.4	100.0	1,110.0	100.0

หมายเหตุ : *รายได้อื่นประกอบด้วยกำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้เงินรางวัลในการทำงานเสร็จก่อนเวลา (เงินรางวัลที่ได้รับจากบริษัทเดินเรือในกรณีขนส่งสินค้าได้เสร็จก่อนเวลาที่กำหนด) ดอกเบี้ยรับ รายได้จากการขายข้าวเสีย และขายรำเสีย โดยบริษัทฯ มีรายการพิเศษเป็นรายได้จากเบี้ยปรับงานลำข้าว ในปี 2552 ปี 2554 และปี 2555 รายได้จากค่าสินไหมทดแทนเป็นรายการพิเศษในปี 2554 รวมถึงรายได้ขาดเสียจากประกันภัยในปี 2555

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งสาลี โดยสั่งเมล็ดข้าวสาลีซึ่งเป็นวัตถุดิบมาจากต่างประเทศทั้งหมด เพื่อมาทำการไม่แป้งสาลี โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากประเทศสวีเดนแลนด์ เพื่อให้ได้แป้งสาลีที่มีมาตรฐานสูง ปริมาณโปรตีนและกลูเตนที่เหมาะสม และมีอัตราเถ้าที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ ซึ่งแป้งสาลีที่บริษัทฯ ผลิตได้มีทั้งแบบโปรตีนสูงและแบบโปรตีนต่ำ โดยแป้งสาลีแต่ละชนิดที่ผลิตได้จะนำไปใช้แป้งวัตถุดิบผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน หากเป็นแป้งสาลีโปรตีนสูงจะเหมาะสำหรับผลิตขนมปังสำเร็จรูป ขนมปัง และอาหารสัตว์ ในขณะที่แป้งสาลีโปรตีนต่ำจะเหมาะกับการผลิตบิสกิต เค้กชาลาเปา ปาท่องโก๋ หรือแป้งอเนกประสงค์ บริษัทฯ จำหน่ายแป้งสาลีภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ กว่า 10 ตราสินค้า อาทิเช่น แป้งขนมปัง-ตราเส้นหยก แป้งขนมปัง-ตราเส้นเหลือง แป้งขนมปัง-ตราปิ้งแดง แป้งขนมปัง-ตราปิ้งเหลือง แป้งอาหารสัตว์-ตราลูกแดง เป็นต้น ขนาดถุงบรรจุแป้งสาลีแบ่งเป็น 3 ขนาด ได้แก่ ถุงขนาด 22.5 กิโลกรัม มียอดขายมากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78.06 ของรายได้จากการจำหน่ายแป้งสำหรับปี 2556 แบบเทกองสัดส่วนร้อยละ 21.94 โดยมีโครงสร้างรายได้ในเชิงยอดขายและปริมาณการจำหน่ายแป้งสาลีแต่ละชนิด ดังนี้

- โครงสร้างรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปี 2556

ประเภทของ รายได้	2553		2554		2555		2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
แป้งขนมปัง	182.5	23.0	183.8	24.4	246.9	28.3	250.0	25.46
แป้งขนมปังสำเร็จรูป	163.8	20.7	163.9	21.7	211.3	24.2	245.9	25.04
แป้งขนมปัง	206.9	26.1	176.2	23.4	169.3	19.4	223.8	22.80
แป้งอเนกประสงค์	65.2	8.2	91.9	12.2	112.4	12.8	123.4	12.57
แป้งทำบิสกิต	71.8	9.1	78.0	10.3	98.4	11.3	111.9	11.40

รับรองความถูกต้อง.....

ประเภทของ รายได้	2553		2554		2555		2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
แบ่งทำอาหารสัตว์	88.5	11.2	46.9	6.2	22.8	2.6	18.7	1.90
แบ่งชนิดอื่น ๆ	13.4	1.7	13.7	1.8	12.4	8.19	7.8	0.06
รวมรายได้จากการ จำหน่ายแป้งสาลี ทั้งหมด	792.1	100.0	754.4	100.0	873.5	100.0	981.5	100.0

- ปริมาณการจำหน่ายแป้งสาลีแต่ละชนิดตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปี 2556

ประเภท	2553		2554		2555		2556	
	ตัน	ร้อยละ	ตัน	ร้อยละ	ตัน	ร้อยละ	ตัน	ร้อยละ
แป้งขนมปัง	11,314	22.6	8,944	22.2	13,065	25.7	13,758	23.94
แป้งขนมปังสำเร็จรูป	12,029	24.1	10,635	26.2	14,813	29.1	16,208	28.21
แป้งขนมปัง	11,502	23.0	8,262	20.4	8,395	16.5	11,628	20.24
แป้งอเนกประสงค์	3,894	7.8	5,035	12.4	6,783	13.3	7,481	13.02
แป้งทำบิสกิต	4,530	9.1	4,421	10.9	6,045	11.9	6,908	12.02
แบ่งทำอาหารสัตว์	6,146	12.3	2,794	6.9	1,305	2.6	1,164	2.03
แบ่งชนิดอื่น ๆ	543	1.1	506	1.2	466	0.9	314	0.54
รวมปริมาณการ จำหน่ายแป้งสาลี ทั้งหมด	49,958	100.0	40,597	100.0	50,872	100.0	57,461	100

สำหรับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์แป้งสาลีของบริษัทฯ สามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้

1) แป้งขนมปัง

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีสำหรับทำเส้นขนมปังแบบจีนภายใต้ตราสินค้าเส้นหยก ซึ่งมีปริมาณโปรตีนร้อยละ 11-13 และแป้งสาลีสำหรับทำเส้นขนมปังแบบญี่ปุ่นภายใต้ตราสินค้าเส้นเหลืองและมีปริมาณโปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 10-11 โดยคุณสมบัติของแป้งสาลีจะทำให้เส้นขนมปังมีความเหนียว ยืดหยุ่นดี มีความอ่อนนุ่มและมีสีขาว

2) แป้งขนมปัง

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีสำหรับทำขนมปังภายใต้ตราสินค้าปังแดง ซึ่งเป็นแป้งที่มีปริมาณโปรตีนสูงอยู่ที่ร้อยละ 13-14 และมีปริมาณกลูเตนสูง ซึ่งกลูเตนเป็นโปรตีนที่สกัดจากแป้งสาลี โดยคุณสมบัติจะมีความเหนียว และยืดหยุ่นดี ดูดซึมน้ำได้มาก ทนทานต่อการนวดและการหมัก ทำให้ขนมปังมีคุณภาพดีได้รูปทรง มีขนาดใหญ่ และเนื้อละเอียดเหนียวนุ่ม

3) แป้งขนมปังสำเร็จรูป

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีสำหรับทำขนมปังสำเร็จรูปภายใต้ตราสินค้าเส้นทอง ซึ่งมีปริมาณโปรตีนร้อยละ 10 – 12 โดยคุณสมบัติของแป้งสาลีจะทำให้เส้นขนมปังมีความเหนียว นุ่ม สีเหลืองอ่อน นุ่มรับประทาน

รับรองความถูกต้อง.....

4) แป้งบิสกิต

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีสำหรับทำบิสกิตภายใต้ตราสินค้ากั๊กัน ซึ่งมีปริมาณโปรตีนค่อนข้างต่ำถึงปานกลางอยู่ที่ร้อยละ 9-10 โดยแป้งดังกล่าวมีความเหนียวและดูดซึมน้ำที่พอเหมาะสำหรับทำบิสกิต ขนมปังกรอบ ขนมไข่ วอฟเฟิล แพนเค้ก โดนัทเค้ก ขนมสาลี่ และขนมทอดต่าง ๆ

5) แป้งเอนกประสงค์

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีเอนกประสงค์ภายใต้ตราสินค้าลูกกลิ้ง ซึ่งเป็นแป้งที่มีปริมาณโปรตีนปานกลางประมาณร้อยละ 10-11 มีความเหนียว ยืดหยุ่น และดูดซึมน้ำที่พอเหมาะ ใช้ทำขนมได้หลากหลายชนิด เช่น บะหมี่ ปาท่องโก๋ โดนัท โรตีสี่ เค้ก คุกกี้ ขนมเปียะ ขนมไข่ ขนมสาลี่ แพนเค้ก วาฟเฟิลชาลาเปา และขนมทอดต่าง ๆ

6) แป้งอาหารสัตว์

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีสำหรับใช้ผสมอาหารสัตว์ภายใต้ตราสินค้าลูกแดง เช่น อาหารกึ่ง อาหารปลา อาหารสุนัข เป็นต้น ซึ่งมีปริมาณโปรตีนในสัดส่วนร้อยละ 13

7) อื่นๆ

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีที่มีคุณสมบัติสำหรับนำไปทำอาหารต่างๆ ได้อีกมากมาย คือ

- 1) แป้งสาลีสำหรับทำชาลาเปา ภายใต้ตราสินค้าด้าหลงเปา ซึ่งมีปริมาณโปรตีนต่ำอยู่ที่ร้อยละ 7 - 9 เนื้อแป้งมีสีขาวละเอียด เบา ปริมาณเถ้าต่ำ มีความเหนียวน้อย เหมาะสำหรับนำไปทำชาลาเปา เค้ก คุกกี้พายฝ้าย ขนมสาลี่ เอแคลร์ โม่จิ แยมโรล ขนมไข่
- 2) แป้งสาลีสำหรับทำปาท่องโก๋ ภายใต้ตราสินค้าคู้โก๋ โดยมีปริมาณโปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 11 - 13 ดูดซึมน้ำดีมาก มีความเหนียวพอเหมาะ ซึ่งจะทำให้ได้ปาท่องโก๋ที่ฟูตัวดี กรอบ ได้ปริมาณมากไม่อมน้ำมัน
- 3) แป้งสาลีสำหรับทำเค้ก ภายใต้ตราสินค้า หัวใจ เช่น บัตเตอร์เค้ก สปันจ์เค้ก ชิฟฟอนเค้ก เป็นต้น โดยแป้งดังกล่าวจะมีปริมาณโปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 7-9 เนื้อแป้งมีสีขาวละเอียด มีคุณสมบัติดูดน้ำ น้ำตาล ไขมัน ได้ดีมาก และช่วยให้การผสมส่วนต่างๆ เข้ากันได้ดี ทำให้ได้เนื้อเค้กละเอียดมีความนุ่มนวล
- 4) แป้งขนมปังโฮลวีท ภายใต้ตราสินค้า ปังทอง แป้งสำเร็จรูปสำหรับทำขนมปังโฮลวีท มีปริมาณโฮลวีทสูงถึงร้อยละ 50 สามารถนำไปผลิตขนมปังได้ง่ายและได้เนื้อขนมปังเหนียวนุ่ม อุดมไปด้วยใยอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระสำหรับผู้รักสุขภาพ

ปัจจุบันปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีมาจากการถูกควบคุมของหน่วยงานราชการ 2 หน่วยงาน ได้แก่ 1) กรมการค้าภายใน และ 2) กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมการค้าภายในได้กำหนดให้แป้งสาลีเป็นสินค้าควบคุมราคาจำหน่าย และให้ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ เรื่อง การแจ้งต้นทุน ราคา และรายละเอียดเกี่ยวกับแป้งสาลี เพื่อให้หน่วยงานราชการจะสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของราคา ให้ราคาเป็นธรรม และป้องกันการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขึ้น ราคาขายให้สูงกว่าราคาของผู้ประกอบการแจ้งได้ ดังนั้น หากราคาข้าวสาลีในตลาดโลกปรับเพิ่มขึ้น จนทำให้ราคาขายสินค้าสูงกว่าราคาขายที่ได้แจ้งไว้ โรงงานผลิตแป้งสาลีไม่สามารถผลักภาระต้นทุนให้แก่ลูกค้าได้ทั้งหมดเนื่องจากมีข้อจำกัดในการปรับขึ้นราคา ซึ่งโรงงานจะต้องได้รับอนุญาตจากกรมการค้าภายในก่อนจึงจะปรับขึ้นราคาได้ รวมถึงเรื่องความปลอดภัยต่อผู้บริโภคเนื่องจาก

แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบหลักในการนำไปผลิตสินค้ามากมายที่เราบริโภคในแต่ละวัน ดังนั้นกระทรวงสาธารณสุขมีบทบาทที่สำคัญในการดำเนินการให้โรงงานสามารถผลิตสินค้าที่ปลอดภัยตรงตามสุขลักษณะทุกอย่าง

2.2 การตลาด และการแข่งขัน

ปัจจุบันคนไทยนิยมบริโภคขนมปังมากขึ้น เพราะขนมปังเป็นเมนูอาหารที่รับประทานได้ง่าย และสะดวกในการซื้อหา รวมทั้งยังมีราคาที่ไม่แพง และหาซื้อได้ง่าย และธุรกิจขนมปังมีอยู่หลายแบรนด์มาทำตลาด เพื่อสร้างสีสัน และเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค รวมถึงตลาดขนมปังก็กำลังรุ่งโรจน์ขยายตัวขึ้นจากปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ตลาดมีความต้องการแป้งสาลีเป็นจำนวนมาก เพื่อไปผลิตเป็นสินค้าโดยยังไม่รวมความต้องการการนำเข้าแป้งสาลีไปผลิตสินค้าชนิดอื่น

ลักษณะการตลาด

เนื่องจากสินค้าของบริษัทฯ เป็นสินค้าแปรรูปนำไปผลิตสินค้าให้แก่ผู้บริโภค บริษัทฯ จะเน้นการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ โดยใช้เครื่องจักรอุปกรณ์แปรรูปแป้งที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถควบคุมการผลิตสูตรแป้งอย่างแม่นยำ สะอาด และถูกสุขลักษณะ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าให้มีความหลากหลายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยผลิตแป้งสาลีตามสูตรเฉพาะของบริษัทฯ รวมถึงการให้บริการผลิตแป้งสาลีตามสูตรเฉพาะที่ลูกค้าต้องการ (Tailor-Made Flour) และมีการคิดค้นแป้งสาลีสูตรใหม่ (Novel Products) เพื่อสนองตอบความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากการพัฒนาคุณภาพของสินค้าซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญของบริษัทฯ แล้ว บริษัทฯ ได้มีการศึกษาการเคลื่อนไหวของตลาดทำการวิเคราะห์คู่แข่ง และคอยติดตามนโยบายของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่เหมาะสม

กลยุทธ์การแข่งขัน

ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะเพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจโรงงานผลิตแป้งสาลีเมื่อกลางปี 2550 แต่หากพิจารณาจากปริมาณการขายสินค้าแล้วพบว่าบริษัทฯ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลยุทธ์การแข่งขันในทางการตลาดมีความสำคัญมากที่ทำให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มยอดขายได้ มุ่งเน้นการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ การให้บริการที่เน้นการเอาใจใส่ความต้องการของลูกค้า ดังนั้นในด้านการตลาดบริษัทฯ จึงมีกลยุทธ์การแข่งขันโดยแบ่งออกได้ดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านคุณภาพ บริษัทฯ เลือกใช้อุปกรณ์เครื่องจักรที่ทันสมัยใช้ระบบแปรรูปแป้งสาลีอัตโนมัติซึ่งมีความสามารถพิเศษในการควบคุมคุณภาพของแป้งสาลีสูตรต่าง ๆ ได้อย่างแม่นยำ สะอาดและถูกสุขลักษณะ รวมถึงการมีฝ่ายประกันคุณภาพที่ดูแลคุณภาพการผลิตตั้งแต่กระบวนการรับวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ระหว่างกระบวนการผลิต จนถึงผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายก่อนการส่งมอบเพื่อให้การตรวจสอบเป็นไปตามระบบ GMP, HACCP, ISO 22000 และ HALAL โดยในกระบวนการรับวัตถุดิบฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะสุ่มเก็บตัวอย่างวัตถุดิบทุก ๆ 2 ชั่วโมงสำหรับกรณีที่ใช้แบบเทกอง และเก็บตัวอย่างจากรถทุกคันกรณีซื้อเป็น Container เพื่อนำมาวิเคราะห์ค่าความชื้น โปรตีน และเถ้า สำหรับผลิตภัณฑ์ระหว่างกระบวนการผลิตจะมีการสุ่มเก็บตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์ค่าอื่น ๆ เพิ่มเติม ได้แก่ กลูเตน ตรวจดูสีแป้ง วิเคราะห์เชื้อจุลินทรีย์ และทำ Baking test (นำแป้งมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ตามที่ลูกค้าจะนำไปใช้) รวมถึงการดูแลแป้งที่ผลิตเรียบร้อยแล้วเก็บในสถานที่ที่ปลอดภัยต่อสภาวะอากาศ สัตว์แมลง เช่น มอด เป็นต้น

2) กลยุทธ์ด้านบริการ พนักงานขายจะเน้นการเอาใจใส่ความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ และมีการสอบถามลูกค้าเพื่อประเมินคุณภาพสินค้าว่าตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือไม่ รวมถึงมีแผนวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำการวิเคราะห์วิจัยหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อให้ลูกค้ามีสินค้าให้เลือกที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการ

ให้บริการหลังการขาย หลังจากส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าแล้วหากสินค้ามีปัญหาบริษัทฯ จะรีบส่งฝ่ายตรวจสอบคุณภาพเพื่อตรวจหาสาเหตุให้กับลูกค้าและจะรีบดำเนินการจัดส่งสินค้าใหม่ให้ลูกค้าไม่เกิน 7 วัน

3) กลยุทธ์ด้านราคา ในช่วงเริ่มเปิดดำเนินการใช้กลยุทธ์ด้านราคาถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญเนื่องจากบริษัทฯ เพิ่งเริ่มดำเนินการธุรกิจไม่นาน ต้องสร้างฐานลูกค้าให้เข้มแข็งเพื่อจะเพิ่มยอดขายในอนาคตต่อไป ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องจำหน่ายสินค้าในราคาที่จูงใจต่อลูกค้าในช่วงแรก และปัจจุบันได้ปรับราคาเพื่อให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าที่ลูกค้าได้รับ

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากแป้งสาลีเป็นวัตถุดิบหลักที่จำเป็นต้องใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารหลายประเภท ซึ่งลูกค้าแต่ละประเภทจะนิยมซื้อแป้งสาลีที่มีปริมาณโปรตีนแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการใช้ ดังนั้นบริษัทฯ จะผลิตแป้งสาลีตามสูตรเฉพาะของบริษัทฯ และผลิตตามสูตรเฉพาะตามที่ต้องการ (Tailor-Made Flour) เพื่อสามารถรองรับตามความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้ โดยกลุ่มลูกค้าที่ซื้อแป้งสาลีโปรตีนสูงคิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 75 ของรายได้รวม ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมผลิต บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผลิตบะหมี่สด ผลิตขนมปัง และผลิตอาหารสัตว์ ส่วนแป้งสาลีโปรตีนต่ำคิดเป็นสัดส่วนรายได้ร้อยละ 25 จะเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ได้แก่ ร้านเบเกอรี่ ร้านขนมลูกก็๋ ขนมขบเคี้ยว ขนมอบนานาชาติ ซาลาเปาและปาท่องโก๋

ลักษณะลูกค้าของบริษัทฯ จะสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) กลุ่มลูกค้า ที่สั่งซื้อสินค้าเป็นครั้ง โดยไม่มีการผูกสัญญาระยะยาว ซึ่งกลุ่มลูกค้าลักษณะนี้บริษัทฯ จะทำการส่งใบเสนอราคาล่าสุดไปให้ตามสินค้าที่ลูกค้าแต่ละรายต้องการสั่งซื้อ 2) กลุ่มลูกค้าที่มีการผูกสัญญาเป็นรายไตรมาส โดยกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ บริษัทฯ จะมีการส่งใบเสนอราคาไปเช่นกันแต่จะระบุให้ชัดเจนว่าราคาที่นำเสนอเป็นราคาที่ครอบคลุมช่วงระยะเวลาใด และในแต่ละเดือนจะมีปริมาณการจัดส่งมากน้อยเพียงใด และรวมของทั้งสัญญาจะมีปริมาณเท่าใด โดยจะมีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นข้อมูลล่าสุดให้กับลูกค้าไตรมาสละ 1 ครั้ง และ 3) กลุ่มลูกค้าที่มีการผูกสัญญาระยะยาว โดยกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ บริษัทฯ จะมีการส่งใบเสนอราคาโดยชัดเจนว่าราคาที่นำเสนอเป็นราคาที่ครอบคลุมช่วงระยะเวลาใด และในแต่ละเดือนจะมีปริมาณการจัดส่งมากน้อยเพียงใด และรวมของทั้งสัญญาจะมีปริมาณเท่าใดด้วยเช่นกัน โดยแต่เดิมเคยมีการผูกสัญญายาวถึง 6 เดือน แต่การผูกสัญญาระยะยาวทำให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการคลังสินค้าที่สูงขึ้นมาก รวมไปถึงภาระดอกเบี้ยจากสถาบันการเงินที่สูงต่อมาบริษัทฯ จึงปรับลดลงมาอยู่ที่ 4 เดือน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายคลังวัตถุดิบของบริษัทฯ โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายของลูกค้าแต่ละประเภทอยู่ที่ประมาณร้อยละ 78 ร้อยละ 5 และร้อยละ 17 ตามลำดับ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทแบ่งได้ 3 ประเภท ได้แก่ 1) โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมผลิตบะหมี่สำเร็จรูป ผลิตบะหมี่สด ผลิตขนมปัง และผลิตอาหารสัตว์ 2) ผู้ขายส่งหรือยี่ปั๊วรายใหญ่ และ 3) ผู้ใช้แป้งสาลีขนาดกลางและย่อม (SME) บริษัทฯ มีการให้เครดิตในการชำระค่าสินค้าประมาณ 15 – 60 วัน ซึ่งขึ้นอยู่กับลูกค้าแต่ละประเภท โดยพื้นที่กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล รวมไปถึงแถบภาคตะวันออก

นโยบายการกำหนดราคา

แป้งสาลีที่บริษัทฯ จำหน่ายมีหลายประเภทโดยแยกเป็นแป้งสาลีที่มีปริมาณโปรตีนสูงและโปรตีนต่ำ และในแป้งสาลีที่มีปริมาณโปรตีนสูงสามารถแบ่งได้หลายชนิด ได้แก่ แป้งบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป แป้งบะหมี่สด แป้งขนมปัง และแป้งอาหารสัตว์ ส่วนแป้งสาลีที่มีปริมาณโปรตีนต่ำเป็นแป้งสาลีจำพวกแป้งเอนกประสงค์ บิสกิต เค้ก ซาลาเปา และปาท่องโก๋ จากคุณสมบัติที่แตกต่างกันจึงมีผลต่อต้นทุนการผลิตของแป้งสาลีทำให้ราคาขายสินค้าแต่ละประเภทแตกต่างกัน รวมถึงบริษัทฯ ต้องคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ว่าเป็นอุตสาหกรรมโรงงานขนาดใหญ่หรือเป็นอุตสาหกรรมโรงงานขนาดกลางและเล็ก

รับรองความถูกต้อง.....

บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการกำหนดราคาแบ่งในลักษณะต้นทุนในการผลิตบวกด้วยอัตรากำไรตามที่คณะกรรมการบริหารได้กำหนดไว้ โดยจะพิจารณาราคาขายสินค้าของผู้ประกอบการรายอื่นประกอบด้วย ซึ่งในการตั้งราคาขายดังกล่าวต้องไม่เกินราคาขายที่บริษัทฯ แจ้งกับกรมการค้าภายในไว้

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ลักษณะการขายของบริษัทฯ จะเน้นการขายตรงให้แก่ลูกค้า โดยลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้าเป็นล็อตโดยมีการกำหนดราคาล่วงหน้าเป็นระยะสั้น ๆ และบริษัทฯ จะทยอยจัดส่งให้ลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการตามราคาที่ตกลงไว้โดยการชำระเงินมีทั้งแบบการให้เครดิตทางการค้า และแบบเงินสด ในการขายตรงดังกล่าวบริษัทฯ มีทีมงานขายของบริษัทเอง โดยจะเน้นกรุงเทพและปริมณฑลเป็นหลัก ในปี 2556 มีทีมงานขายจำนวน 6 คน ดูแลลูกค้ากว่า 270 ราย ซึ่งพนักงานขายมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญและชำนาญในด้านการขาย โดยทำหน้าที่ติดต่อและประสานงานในการขายกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ค้าส่งหรือยี่ปั๊วจะเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อให้สินค้ากระจายถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

ภาวะอุตสาหกรรม

ภาวะอุตสาหกรรมผลิตข้าวสาลีและแป้งสาลีในตลาดโลก

ข้าวสาลีเป็นธัญพืชชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญโดยประชากรส่วนใหญ่ในหลาย ๆ ทวีปทั่วโลก อาทิเช่น ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกาเหนือและใต้ ทวีปออสเตรเลีย และประชากรในภูมิภาคเอเชียก็อีกเป็นส่วนใหญ่ จะนิยมบริโภคมากกว่าอาหารชนิดอื่น และด้วยความเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกจึงส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้คนเป็นจำนวนมาก โดยหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากแป้งสาลีมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการนำแป้งสาลีไปใช้เป็นอาหารสัตว์ด้วย แหล่งเพาะปลูกข้าวสาลีที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศอียู และจีน จากข้อมูลขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agricultural Organization of the United Nations หรือ “FOA”) ประจำปีเดือนพฤศจิกายน 2556 ผลิตข้าวสาลีรวมทั้งโลกในปี 2555/2556 เท่ากับ 659.7 ล้านตัน และได้ปรับเพิ่มขึ้นเป็น 708.5 ล้านตันในปี 2556/2557 เพิ่มขึ้นเทียบกับร้อยละ 7.4 โดยส่วนใหญ่จะเพิ่มมาจากประเทศสหภาพยุโรป จีน รัสเซีย แคนาดา คาซัคสถาน และยูเครน โดยคาดว่าประเทศเหล่านี้จะมีผลผลิตเพิ่มขึ้นมากหลังจากที่ปี 2555 หลังเกิดปัญหาสภาวะแห้งแล้งในปีที่แล้วสะท้อนให้เห็นถึงการฟื้นตัวของการผลิตในหลายประเทศที่สำคัญในยุโรปและเอเชีย โดยข้อมูลล่าสุดปรากฏผลผลิตข้าวสาลีเพิ่มขึ้นมากในรัสเซียและยูเครนคิดเป็นร้อยละ 36 และประเทศคาซัคสถาน ผลผลิตเพิ่มขึ้นในปี 2556 ในอัตราร้อยละ 66 จากจุดที่ต่ำสุดเมื่อปีที่แล้วในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกากลับลดลงในอัตราร้อยละ 7 ทั้งที่พื้นที่เพาะปลูกขยายซึ่งมีสาเหตุมาจากสภาพอากาศที่หนาวจัดในบางพื้นที่ อย่างไรก็ตามประเทศที่เป็นผู้ส่งออกข้าวสาลีมากที่สุดในโลกได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป แคนาดา ออสเตรเลีย รัสเซีย ยูเครน คาซัคสถาน และอาร์เจนตินา และผู้นำเข้าข้าวสาลีรายใหญ่ได้แก่ ประเทศในภูมิภาคเอเชีย แอฟริกา อเมริกาใต้ อเมริกากลาง และยุโรป ซึ่งผู้นำเข้าข้าวสาลีหลักในทวีปเอเชียประกอบไปด้วย ฟิลิปปินส์ อิสราเอล ซาอุดีอาระเบีย และเยเมน โดยมีประมาณการนำเข้าในปี 2556/2557 เพิ่มขึ้น 4.5 ล้านตัน จากปี 2555/2556

ตารางแสดงรายชื่อประเทศผู้ผลิตและผลผลิตข้าวสาลีในฤดูผลิตปี 2555/2556 และ 2556/2557

ชื่อประเทศ	ผลผลิต ปี 2555/2556 (ค่าประเมิน)	ผลผลิต ปี 2556/2557 (ประมาณการ)	ผลต่าง
	ล้านตัน		ร้อยละ
สหภาพยุโรป	132.4	144.3	9.0
จีน	120.8	122.2	1.2
อินเดีย	94.9	92.5	-2.5
สหรัฐอเมริกา	61.8	57.5	-7.0
รัสเซีย	37.7	51.2	35.8
แคนาดา	27.2	33.2	22.1
ออสเตรเลีย	22.1	24.5	10.9
ปากีสถาน	23.5	24.3	3.4
ตุรกี	20.1	22.0	9.5
ยูเครน	15.8	21.5	36.1
คาซัคสถาน	9.8	16.3	66.3
อิหร่าน	13.8	14.0	1.4
อาร์เจนตินา	8.2	8.8	7.3
อียิปต์	8.8	9.4	6.8
อุซเบกิสถาน	6.7	6.9	3.0
อื่น ๆ	56.1	59.9	6.8
ผลผลิตรวมของโลก	659.7	708.5	7.4

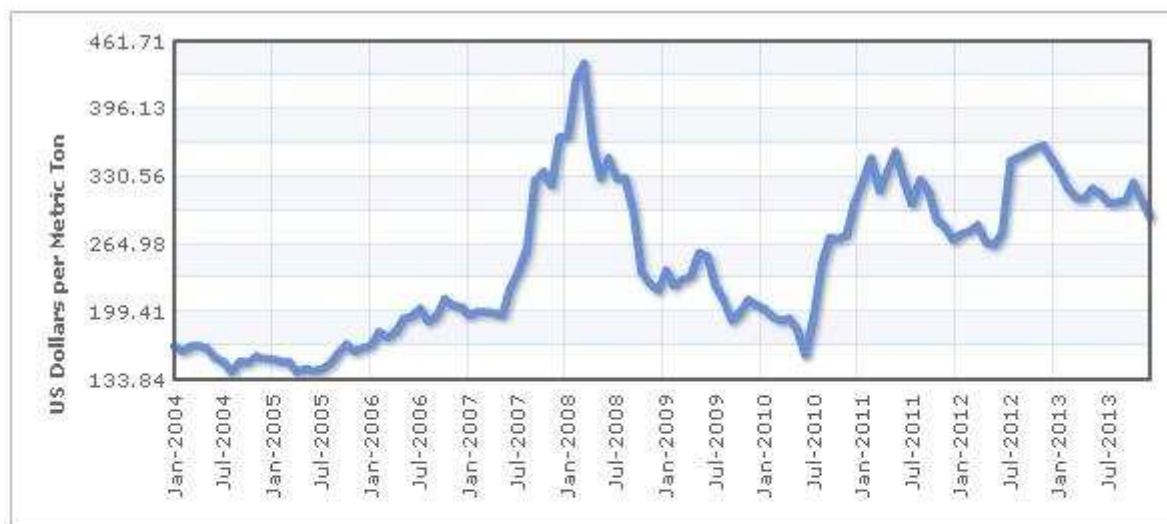
ที่มา : Food Outlook November 2013 ของ FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations หรือคณะกรรมการพิเศษสูงจกเกษตร
องค์การอาหารและเกษตร)

ข้าวสาลีเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ที่มีการกำหนดราคาซื้อขายในตลาดล่วงหน้าในสหรัฐอเมริกา ที่ผ่านมตลาดข้าวสาลีมีความผันผวนค่อนข้างน้อยโดยระดับราคาอ้างอิงข้าว Hard Red Winter (“HRW”) สูงสุดไม่เกิน 220 เหรียญสหรัฐต่อตัน ยกเว้นในช่วงปี 2550/51 ที่ราคาข้าวสาลีพุ่งสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นถึง 450 เหรียญสหรัฐต่อตัน โดยสาเหตุหลักมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะอากาศที่มีผลทำให้พื้นที่เพาะปลูกในหลายภูมิภาคของโลกประสบภัยแล้งรวมถึงประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ ได้แก่ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ยูเครน และสหภาพยุโรป และประกอบกับเกษตรกรหันไปปลูกพืชอื่นที่ได้รับความนิยมและมีผลกำไรสูงกว่า โดยเฉพาะพืชในกลุ่มพลังงานทดแทน เช่น ถั่วเหลือง ข้าวโพด จึงทำให้ปริมาณข้าวสาลีเข้าสู่ตลาดน้อยลง ส่งผลให้สต็อกขาดแคลน ไม่สอดคล้องกับความต้องการบริโภค อย่างไรก็ตามหลังจากปี 2550/2551 ราคาข้าวสาลีได้รับลดลงมาจน

รับรองความถูกต้อง.....

เหลือ 150 เหรียญสหรัฐต่อตันช่วงไตรมาส 2 ของปี 2553 ก่อนที่จะปรับเพิ่มขึ้นไปเป็น 360 เหรียญสหรัฐต่อตัน ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีเดียวกัน ซึ่งเป็นผลมาจากปริมาณข้าวสาลีที่ลดลงตามที่กล่าวไว้แล้ว ปัจจุบันราคาข้าวสาลี ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2556 ปรับตัวสูงขึ้นอยู่ที่ประมาณ 297.77 เหรียญสหรัฐต่อตัน

กราฟแสดงราคาข้าวสาลีประเภท Hard Red Winter, US ในช่วงกรกฎาคม 2547 – กรกฎาคม 2556



ที่มา : USDA Market News; <http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=wheat&months=120>

ข้อมูล ณ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2557

หน่วย : เหรียญสหรัฐต่อเมตริกตัน

อย่างไรก็ตามภาวะอุตสาหกรรมข้าวสาลีโลก ณ ปัจจุบัน หลังจากในปี 2555/2556 อัตราการบริโภคข้าวสาลียังคงปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งภาคการบริโภคของประชากรและภาคอาหารสัตว์ได้คาดการณ์ไว้ว่าในปี 2556/2557 ปริมาณการใช้ข้าวสาลีรวมทั้งหมดจะอยู่ที่ 696 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2555/2556 ร้อยละ 1.4 และในส่วนของภาคการบริโภค FOA คาดการณ์ว่าในปี 2556/2557 จะมีปริมาณการบริโภคข้าวสาลีสูงถึง 482 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 เมื่อเทียบกับปี 2555/2556 สำหรับภาคอาหารสัตว์ คาดการณ์ว่าจะมีปริมาณการใช้ข้าวสาลีประมาณ 134 ล้านตัน ในปี 2556/2557 เพิ่มขึ้นจากปี 2555/2556 ที่ร้อยละ 0.6 โดยมีสาเหตุมาจากราคาของเมล็ดถั่วเหลืองที่ยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ยังมีความต้องการข้าวสาลีในภาคอาหารสัตว์อยู่ซึ่งเป็นระดับราคาที่ไม่แพงจนเกินไปและใช้ทดแทนกันได้

ภาวะอุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีในประเทศไทย

ปัจจุบันคนไทยมีความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์จากแป้งสาลีเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นขนมปัง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ต่าง ๆ อาทิเช่น เค้ก คุกกี้ บิสกิต ทำให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากแป้งสาลีในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะตั้งแต่ช่วงหลังปี 2542 มีอัตราการขยายตัวของตลาดเฉลี่ยประมาณร้อยละ 10 – 15 ต่อปี ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายตัวของตลาดผลิตภัณฑ์จากแป้งสาลีคือ การขยายตัวของประชากร ค่านิยมการบริโภคอาหารแบบตะวันตกมากขึ้น และภาวะเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังนับว่าเป็นประเทศที่มีอัตราการบริโภคแป้งสาลีอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำในภูมิภาคเอเชีย โดยมีอัตราการบริโภคเฉลี่ยเพียงร้อยละ 10 กิโลกรัมต่อคนต่อปีเท่านั้น ในขณะที่การบริโภคของประชากรทั้งโลกเฉลี่ย 67.5 กิโลกรัมต่อปี และแถบประเทศ LIFDC (Low Income Food Deficit Countries) ยังมีอัตราการบริโภคเฉลี่ยอยู่ที่ 50.4 กิโลกรัมต่อปี (ข้อมูลจาก Food Outlook May 2555 ของ FAO) นอกจากการนำผลิตภัณฑ์จากแป้งสาลีมาบริโภคแล้วยังสามารถ

นำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์น้ำด้วยเช่นกัน โดยข้าวสาลีและแป้งสาลีที่นำเข้ามาราว 2 ใน 3 จะนำมาผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค ส่วนที่เหลืออีก 1 ใน 3 จะใช้ในการผลิตอาหารสัตว์น้ำ ได้แก่ กุ้ง ปลา เป็นต้น

วัตถุดิบหลักในการผลิตแป้งสาลี คือ ข้าวสาลี ซึ่งเป็นธัญพืชที่เจริญเติบโตได้ดีในสภาพแวดล้อมที่มีอากาศเย็นและไม่สามารถปลูกได้ในประเทศ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยประเทศไทยสามารถนำเข้าได้ทั้งในรูปของข้าวสาลีและแป้งสาลี โดยข้าวสาลีและแป้งสาลีที่นำเข้าจากแต่ละประเทศจะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน โดยปกติข้าวสาลีแบ่งได้ 2 จำพวก ได้แก่ ข้าวเมล็ดแข็ง (Hard Wheat) และข้าวเมล็ดอ่อน (Soft Wheat) ซึ่งแป้งที่ได้จากข้าวเมล็ดแข็งจะมีโปรตีนสูง ในขณะที่แป้งที่ได้จากข้าวเมล็ดอ่อนจะมีโปรตีนต่ำ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องทำการวิเคราะห์คุณภาพของข้าวสาลีก่อนว่ามีความเหมาะสมจะนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดเพื่อง่ายต่อการสั่งซื้อ ข้าวสาลีที่ประเทศไทยสั่งซื้อเป็นประจำ ได้แก่

- Hard Wheat จากสหรัฐอเมริกา ได้แก่ Dark Northern Spring (“DNS”) และ Hard Red Winter (“HRW”)
- Soft Wheat จากสหรัฐอเมริกา ได้แก่ Western White และจากออสเตรเลีย ได้แก่ Australian Standard White

ประเทศไทยมีการนำเข้าข้าวสาลีจากประเทศสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลียเป็นหลัก รองลงมาเป็นแคนาดา และมีบางส่วนนำเข้าจากประเทศภายในทวีปเอเชียด้วยเช่นกัน แต่เป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับยอดสั่งซื้อจากสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย โดยราคาขายข้าวสาลีถูกกำหนดโดย Grain Exchange ในสหรัฐอเมริกา สถิติแหล่งและปริมาณการนำเข้าข้าวสาลีของประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2551 จนถึงปี 2556 เป็นดังนี้

หน่วย : ตัน

ประเทศ	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
สหรัฐอเมริกา	497,180	529,520	422,904	477,233	606,521
ออสเตรเลีย	406,191	438,703	642,451	1,381,790	369,563
แคนาดา	163,109	138,998	310,349	198,636	250,037
ยูเครน	7,132	62,837	-	245,308	388,321
จีน	-	6,360	6,360	0	-
อินเดีย	-	0.02	41,584	267,267	77,016
ปากีสถาน	-	-	-	7,387	-
รัสเซีย	30	117,757	2,552	2,939	-
บราซิล	-	108,024	-	0	-
ฝรั่งเศส	-	66,020	-	0	-
ตุรกี	-	56,250	-	0	-
อังกฤษ	-	53,100	-	0	-
ไต้หวัน	-	999.5	-	0	-
อื่น ๆ	0.02	0.01	4.9	204	6
รวม	1,074,642	1,579,102	1,426,204	2,580,764	1,691,464

ที่มา : กรมศุลกากร

รับรองความถูกต้อง.....

นอกจากการนำเข้าในรูปข้าวสาลีแล้วประเทศไทยมีการนำเข้าแป้งสาลีด้วยเช่นกัน โดยแหล่งนำเข้าแป้งสาลีที่สำคัญของไทยได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ โดยสถิติการนำเข้าสำหรับตลาดการนำเข้าแป้งสาลีในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2551 จนถึงปี 2556 เป็นดังนี้

หน่วย : ตัน

ประเทศ	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
จีน	38,117	21,764	35,367	32,006	23,213	9,134
สิงคโปร์	16,485	10,691	18,432	16,746	14,446	11,211
ญี่ปุ่น	10,207	14,567	18,991	15,375	17,081	14,227
ฟิลิปปินส์	15,925	11,002	11,002	15,919	13,812	15,610
ตุรกี	15,928	28,717	28,716	35,973	51,601	32,507
เวียดนาม	3,340	2,817	14,736	28,234	49,699	51,153
ออสเตรเลีย	10,246	4,387	4,341	6,421	5,353	3,823
ศรีลังกา	20,521	3,90	16,329	28,148	16,337	14,275
มาเลเซีย	2,932	3,447	2,562	1,906	2,262	3,320
อินโดนีเซีย	44	45	7,755	22	0	9,197
สโลวีเนีย	229	6,449	21,229	14,105	16,124	5,825
เบลเยียม	1,122	478	515	547	0	0
เกาหลีใต้	642	1,869	2,097	1,913	1,796	2,071
อื่น ๆ	5,782	2,916	6,028	14,636	3,329	3,197
รวม	141,520	113,052	173,107	211,952	215,053	175,550

ที่มา : กรมศุลกากร

การนำเข้าข้าวสาลีของประเทศไทย ส่วนใหญ่จะนำเข้าข้าวสาลีเพื่อนำมาผลิตอาหาร โดยหลัก ๆ จะมาจาก 3 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และแคนาดา ดังนั้นเมื่อพิจารณาตัวเลขการนำเข้าข้าวสาลีจาก 3 ประเทศ และตัวเลขการนำเข้าแป้งสาลีในช่วงปี 2552 – 2555 จะพบว่าอัตราการนำเข้าแป้งสาลีโดยรวมยังมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 38 ร้อยละ 10 ร้อยละ 24 และร้อยละ 41 ตามลำดับ และลดลงในปี 2557 ร้อยละ 18 โดยคำนวณจากอัตราการแปรรูปจากข้าวสาลี 1 ตันสามารถแปรเป็นแป้งสาลีได้ 750 กิโลกรัม

ในส่วนของการอุดหนุนจากภาครัฐสำหรับอุตสาหกรรมข้าวสาลีและแป้งสาลีจะเป็นในลักษณะการยกเว้นการเรียกเก็บภาษีอากรขาเข้าข้าวสาลีและการลดพิกัดอัตราภาษีนำเข้าแป้งสาลีในปี 2548 นอกจากนี้จะเป็นการคุ้มครองในส่วนของผู้บริโภคมากกว่าไม่จะเป็นการกำหนดให้แป้งสาลีเป็นสินค้าควบคุมของกรมการค้าภายในหรือการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้มีการทำข้อตกลงกับสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ซึ่งมีผลทำให้ต้องมีการลดภาษีย่านนำเข้าของแป้งสาลีเหลือร้อยละ 0 โดยมีผลเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นไป ทำให้มี

รับรองความถูกต้อง.....

การแข่งขันด้านราคาสูงขึ้นและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโรงงานแป้งสาลีที่ต้องพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นที่พอใจของลูกค้าในขณะที่ต้องรักษาระดับราคาที่เหมาะสมด้วยเช่นกัน

ภาวะการแข่งขัน

อุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยเริ่มดำเนินการมากกว่า 40 ปี โดยเริ่มแรกมีผู้ผลิตรวม 4 ราย ได้แก่ บมจ. ยูนิเด็ฟลาวมิลล์ (UFM) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี 2521 และได้ขออนุญาตถอนหุ้นจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน (Delisting) แล้วตั้งแต่ปี 2553 บริษัท แลคมทองสหการ จำกัด บริษัท สยามฟลาวค้ำแข็ง จำกัด บริษัท อุตสาหกรรมแป้งข้าวสาลีไทย ต่อมาหลังจากปี พ.ศ. 2534 เป็นต้นมามีผู้ผลิตเพิ่มขึ้นอีก 4 ราย ได้แก่ บริษัท บางกอกฟลาว มิลล์ จำกัด บริษัท นิสชิน เอสทีซี ฟลาวมิลล์ จำกัด บริษัท เคอรี่ ฟลาวมิลล์ จำกัด และบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด (ผลิตเพื่อใช้เลี้ยงกุ้งโดยเฉพาะ) โดยบริษัทข้างต้น 3 บริษัทผลิตแป้งสาลีเพื่อการบริโภคของมนุษย์ เป็นการร่วมทุนกับบริษัทต่างประเทศและได้รับความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคการผลิต ซึ่งในการเข้าสู่อุตสาหกรรมการผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยสำหรับนักลงทุนรายใหม่จึงอาจทำได้ไม่มากนัก อย่างไรก็ตามในปัจจุบันกลุ่มโรงงานผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยมีทั้งหมด 10 บริษัท (รวมบริษัทด้วย) โดยแต่ละโรงงานมีกำลังการผลิตอยู่ระหว่าง 250 – 1,000 ตันต่อวัน

สภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเน้นการแข่งขันกันในเรื่องของคุณภาพและการให้บริการ หากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่จะเน้นการใช้กลยุทธ์ราคาเป็นหลัก นอกจากการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมด้วยกันแล้วผู้ประกอบการยังต้องมีการดำเนินธุรกิจแข่งขันกับผู้ประกอบการที่นำเข้าแป้งสาลีสำเร็จรูปจากต่างประเทศด้วยเนื่องจากก่อนปี 2548 ประเทศไทยมีการกำหนดพิภคอัตราภาษีนำเข้าของแป้งสาลีในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 40 จึงทำให้อุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีได้รับการคุ้มครอง แต่หลังจากที่ไทยต้องปฏิบัติตามพันธกรณีข้อตกลงกับสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) รวมทั้งการทำสัญญา FTA กับบางประเทศ ได้แก่ อินเดีย ออสเตรเลีย มีผลทำให้เมื่อปี 2548 ไทยได้ลดอัตราภาษีนำเข้าเหลือเพียงร้อยละ 5.0 และเมื่อต้นปี 2553 อัตราภาษีนำเข้าแป้งสาลีจากกลุ่มประเทศอาเซียนได้ลดเหลือร้อยละ 0 ทำให้มีการนำเข้าแป้งสาลีมากขึ้นโดยปี 2552 ก่อนลดอัตราภาษีประเทศไทยนำเข้าแป้งสาลี จำนวน 113,052 ตัน ต่อมาปี 2553 ปรับเพิ่มขึ้นเป็น 173,107 ตัน ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 53 และเพิ่มขึ้นอีกในปี 2554 2555 และลดลงในปี 2556 ประมาณร้อยละ 22 ร้อยละ 1 และร้อยละ 18 ตามลำดับ โดยสามารถแยกเป็นการนำเข้าของแต่ละประเทศได้ดังนี้

สถิติการนำเข้าแป้งสาลีในช่วงปี 2554 ถึงปี 2556

ประเทศ	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
จีน	38,117	21,764	35,367	32,006	23,213	9,134
สิงคโปร์	16,485	10,691	18,432	16,746	14,446	11,211
ญี่ปุ่น	10,207	14,567	18,991	15,375	17,081	14,227
ฟิลิปปินส์	15,925	11,002	11,002	15,919	13,812	15,610
ตุรกี	15,928	28,717	28,716	35,973	51,601	32,507
เวียดนาม	3,340	2,817	14,736	28,234	49,699	51,153
ออสเตรเลีย	10,246	4,387	4,341	6,421	5,353	3,823

รับรองความถูกต้อง.....

ประเทศ	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
ศรีลังกา	20,521	3,90	16,329	28,148	16,337	14,275
มาเลเซีย	2,932	3,447	2,562	1,906	2,262	3,320
อินโดนีเซีย	44	45	7,755	22	0	9,197
สโลวีเนีย	229	6,449	21,229	14,105	16,124	5,825
เบลเยียม	1,122	478	515	547	0	0
เกาหลีใต้	642	1,869	2,097	1,913	1,796	2,071
อื่น ๆ	5,782	2,916	6,028	14,636	3,329	3,197
รวม	141,520	113,052	173,107	211,952	215,053	175,550

ที่มา : กรมศุลกากร

หากพิจารณาจากสถิติปริมาณการนำเข้าแป้งสาลีในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาที่ปรับเพิ่มขึ้นแต่การนำเข้าแป้งสาลีมีข้อด้อยในแง่ของการควบคุมคุณภาพเนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาในการขนส่ง ความเสี่ยงจากความเสี่ยง และมอด แมลงทำให้คุณภาพแป้งสาลีไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการได้ สำหรับบริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากการนำเข้าดังกล่าวไม่มากนักเนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าคนละกลุ่มกับของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่กลุ่มผู้ประกอบการที่นำเข้าแป้งสาลีเองจะไม่เน้นการนำเข้าแป้งที่มีคุณภาพสำหรับการผลิตจึงไม่ใช่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีแผนงานในการในการบริหารจัดการในเรื่องดังกล่าวดังนี้

- การเน้นคุณภาพของสินค้า บริษัทฯ จะมุ่งเน้นผลิตสินค้าที่ไม่มีสิ่งปลอมปน ซึ่งอาจอันตรายต่อการบริโภคได้ และให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทฯ จะผลิตสินค้าตามสูตรเฉพาะ (Tailor-Made Flour) เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และขยายกลุ่มลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น
- การบริการหลังการขาย เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าจากบริษัทฯ จะมีการตรวจสอบคุณภาพทุกครั้งก่อนจัดส่ง และหากมีการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของแป้งสาลี บริษัทฯ จะเร่งดำเนินการแก้ไขให้ลูกค้าอย่างรวดเร็วไม่เกิน 7 วัน
- ปริมาณการสั่งซื้อ ในการสั่งซื้อแป้งสาลีจากต่างประเทศจะต้องสั่งซื้อในปริมาณมาก ๆ และจำเป็นต้องใช้เงินจำนวนมากในการสั่งซื้อ รวมถึงมีสถานที่เพียงพอในการรองรับปริมาณแป้งสาลีที่สั่งซื้อซึ่งจะเหมาะสมกับผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้น หากเป็นผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศจะมีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่จัดเก็บ เม็ดเงินที่ใช้ในการจัดซื้อ ดังนั้นการสั่งซื้อกับบริษัทฯ ให้ความยืดหยุ่นกับลูกค้าได้มากกว่าทั้งในแง่ปริมาณและสถานที่จัดเก็บ ทำให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้ในปริมาณที่ต้องการได้

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

วัตถุดิบหลักในการผลิตแป้งสาลีคือข้าวสาลี ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่จะต้องนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด โดยแหล่งวัตถุดิบหลักของบริษัทมาจากประเทศสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย ซึ่งทั้งสองแหล่งถือเป็นแหล่งเพาะปลูกและส่งออกข้าวสาลีที่ใหญ่ที่สุดของโลก บริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากสหรัฐอเมริกาค่อนข้างมากโดยซื้อแบบเทกอง (Bulk) ซึ่งระยะเวลาในการจัดซื้อจะอยู่ในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิตประมาณเดือนมีนาคมและเดือนกันยายนของทุกปี และจากออสเตรเลียเป็นแบบตู้คอนเทนเนอร์ โดยจะจัดซื้อเฉลี่ยประมาณเดือนละ 3 – 4 ครั้งขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการในแต่ละช่วง ข้าวสาลีที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตมี 2 ประเภท ได้แก่ ข้าวเมล็ดแข็ง (Hard Wheat) และ ข้าวเมล็ดอ่อน (Soft Wheat) แป้งสาลีที่ทำจากข้าวเมล็ดแข็งมักจะมีโปรตีนใน

รับรองความถูกต้อง.....

สัดส่วนที่สูงประมาณร้อยละ 13 – 15 มีคุณสมบัติเนื้อเหนียว มักจะนำไปใช้ทำบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป บะหมี่สด ขนมปัง และอาหารสัตว์ แหล่งนำเข้าคือสหรัฐอเมริกา ในขณะที่แป้งสาลีที่ทำจากข้าวเมสคิออนจะมีโปรตีนต่ำกว่าร้อยละ 10 – 11 จะมีความเหนียวน้อย และมีลักษณะเนื้อนุ่ม ส่วนใหญ่จะนำไปผลิตเค้ก ซาลาเปา ปาท่องโก๋ และคุกกี้ โดยมีแหล่งนำเข้าจากออสเตรเลีย

สำหรับการบริหารจัดการวัตถุดิบ บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการเก็งกำไรจากวัตถุดิบ และไม่มีการบริหารจัดการวัตถุดิบในลักษณะการเข้าทำสัญญา futures เนื่องจากการตั้งราคาขายแป้งจะปรับขึ้นลงตามราคาต้นทุนข้าว ซึ่งลูกค้าเข้าใจดี สำหรับขั้นตอนการจัดซื้อข้าวสาลีจากต่างประเทศจะเป็นการซื้อโดยผ่าน Trader ในต่างประเทศ โดยใช้ราคาอ้างอิงจากราคาซื้อขายสินค้าล่วงหน้า Grain Exchange Market ที่สหรัฐอเมริกา ราคาที่บริษัทฯ ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นแบบ C&F ซึ่งผู้ขายจะมีหน้าที่จัดหาเรือขนส่งจากต่างประเทศจนถึงประเทศไทย ส่วนบริษัทฯ จะรับผิดชอบค่าสินค้าและค่าประกันภัย หากสินค้าเกิดความเสียหายระหว่างทาง บริษัทฯ จะได้รับชดเชยจากการทำประกันภัยไว้ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการควบคุมคุณภาพของข้าวสาลีเป็นวัตถุดิบหลักของบริษัทฯ โดยเมื่อนำเข้าข้าวสาลีจากต่างประเทศแล้วจะมีการทำการตรวจสอบคุณภาพของข้าวสาลีโดยการสุ่มตรวจจากฝ่ายประกันคุณภาพ (Quality Assurance) ของบริษัทฯ ทุกครั้งเพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่สั่งซื้อมีคุณภาพดีและเป็นไปตามมาตรฐาน

ในการบริหารจัดการวัตถุดิบเหล่านี้ โดยธรรมเนียมปฏิบัติของธุรกิจโรงโม่แป้ง บริษัทฯ จะบริหารคงคลังไม่ให้เกิน 4 - 6 เดือน เพราะถ้าบริษัทฯ เตรียมวัตถุดิบไว้นานกว่านั้น บริษัทฯ จะมีต้นทุนและข้อเสียเปรียบอย่างมาก เช่น บริษัทฯ จะต้องแบกรับภาระต้นทุนทางการเงินที่นำมาใช้ในการจัดหาวัตถุดิบ นอกจากนี้ราคาข้าวสาลีในตลาดโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ถ้าบริษัทฯ จัดเตรียมวัตถุดิบไว้นานเกินไป บริษัทฯ จะมีความเสี่ยงในกรณีที่ราคาปรับตัวลดลงทำให้เสียเปรียบคู่แข่งได้อย่างไรก็ตามในการจัดซื้อข้าวสาลีจากสหรัฐอเมริกาจะต้องซื้อแบบเทกอง โดยขนส่งผ่านเรือขนาดใหญ่ซึ่งจำเป็นจะต้องสั่งซื้อในปริมาณมาก บริษัทฯ จึงต้องหาแนวทางในการบริหารจัดการวัตถุดิบเหล่านี้ไม่ให้อยู่ในคงคลังนานเกินไป เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ในบางช่วงบริษัทฯ จึงมีความจำเป็นจะต้องขายวัตถุดิบบางส่วนให้กับกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ที่มีความจำเป็นต้องซื้อวัตถุดิบอยู่แล้วเพื่อเป็นการบริหารคงคลังไม่ให้เกิน 4 - 6 เดือนตามมาตรฐานที่วางเอาไว้ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในส่วนของบริษัทฯ โรงงานอาหารสัตว์ที่จำเป็นจะต้องซื้อข้าวสาลีไปเลี้ยงสัตว์เพิ่มเติม

กระบวนการผลิต

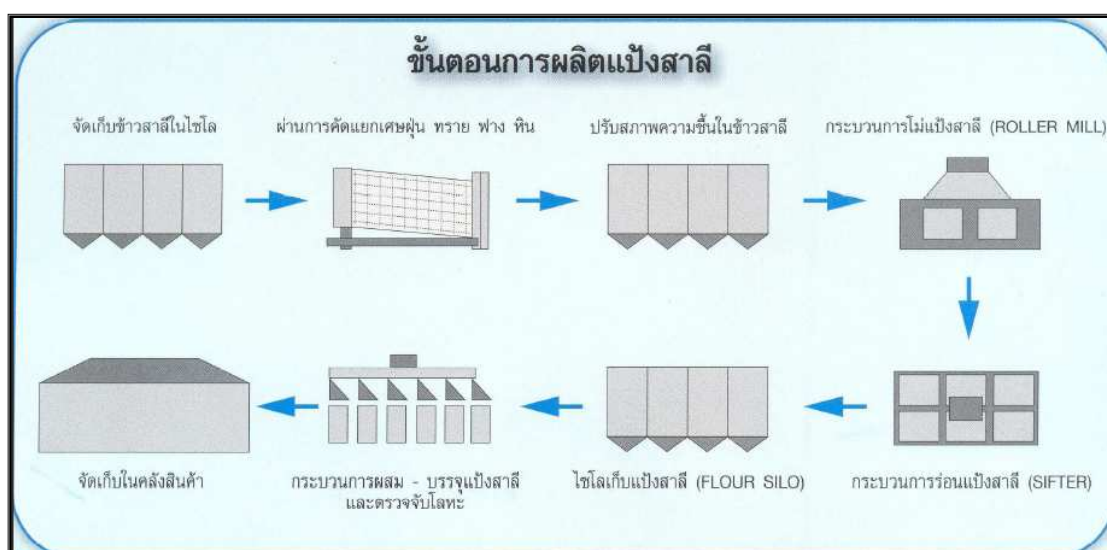
บริษัทฯ มีการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับแผนการขายและมีการเปรียบเทียบการผลิตที่ผลิตได้จริงกับความต้องการสินค้าของฝ่ายขายว่าเป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้เพื่อให้การควบคุมการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการจัดทำประมาณการวางแผนความต้องการใช้สินค้า อาทิเช่น ข้าวสาลี พัสตุสารเคมี เป็นต้น ไว้ล่วงหน้าให้สอดคล้องกับแผนการผลิตและมาตรฐานที่กำหนด

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตเป็นอย่างมากเนื่องจากสินค้าของบริษัทฯ เป็นสินค้าเพื่อการบริโภคต้องยึดหลักความสะอาดเป็นสำคัญ โดยในระหว่างการผลิตจะมีการสุ่มตรวจสอบคุณภาพของสินค้าจากฝ่ายประกันคุณภาพ และมีการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบของฝ่ายผลิตเองเพื่อตรวจสอบสินค้าระหว่างผลิตก่อนการบรรจุ รวมถึงการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าทุกๆ 2 ชั่วโมงโดยฝ่ายประกันคุณภาพ และหากพบว่าสินค้าไม่ได้มาตรฐานจะมีการวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุและปรับปรุงแก้ไขต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับการผลิตแป้งสาลีเป็นเครื่องจักรของยี่ห้อ บูลเดอร์ (Buhler) จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และมีการจัดวางแผนการตรวจเช็คซ่อมบำรุงเครื่องจักรอยู่เป็นประจำ รวมถึงมีการจัดทำขั้นตอนการผลิตในแต่ละส่วนงานไว้อย่างละเอียดเพื่อให้เป็นไปตามระบบ GMP/HACCP โดยกระบวนการผลิตแป้งสาลีสามารถสรุปได้ทั้งหมด 4 ขั้นตอนหลักๆ ดังนี้

รับรองความถูกต้อง.....

- 1) การย้ายข้าวสาลี (SILO) เป็นกระบวนการลำเลียงข้าวสาลีจากไซโลหลักมาไว้ไซโลรองเพื่อเตรียมไว้สำหรับการทำความสะอาดและปรับสภาพความชื้นของข้าวสาลีให้เหมาะต่อกระบวนการผลิตแป้งสาลีต่อไป บริษัทฯ มีไซโลทั้งหมด 11 ไซโล โดยแบ่งเป็นไซโลขนาดใหญ่ 8 ไซโลมีความจุไซโลละ 2,500 ตัน และไซโลขนาดเล็ก 3 ไซโลมีความจุไซโลละ 300 ตัน สำหรับบรรจุข้าวสาลีที่ส่งเข้ามา
- 2) การทำความสะอาดเมล็ดข้าว (Wheat Cleaning) เป็นขั้นตอนการทำความสะอาด ปรับสภาพความชื้น และระยะเวลาการหมักข้าวสาลีเพื่อให้เหมาะต่อการนำไปโม่แป้งสาลี โดยนำเมล็ดข้าวสาลีมาผ่านเครื่องตรวจจับโลหะ คัดแยกเศษฝุ่นเปลือกข้าว ฝุ่นทราย ฟาง หิน ทำการคัดแยกเมล็ดข้าวหักออกทั้งหมด แล้วนำไปขัดผิวเมล็ด และเข้าสเปรย์น้ำเพื่อปรับสภาพความชื้นให้เมล็ดข้าวดูดซับน้ำจนหมดเพื่อให้ข้าวอ่อนตัวเหมาะกับการนำไปโม่ เมล็ดข้าวสาลีจะผ่านขั้นตอนการทำความสะอาดและปรับความชื้นทั้งหมด 2 ครั้ง ระยะเวลาการทำความสะอาดและปรับความชื้นจะแตกต่างกันแล้วแต่ประเภทของเมล็ดข้าวสาลี หากเป็นเมล็ดข้าวแบบแข็งต้องใช้เวลานานในกระบวนการทำความสะอาดเมล็ดข้าวประมาณ 42 ชั่วโมงต่อข้าว 100 ตัน ในขณะที่เมล็ดข้าวแบบอ่อนใช้ประมาณ 30 ชั่วโมงต่อข้าว 100 ตัน
- 3) การโม่แป้งสาลี (Milling) การนำข้าวสาลีที่ผ่านการทำความสะอาดแล้วมาผ่านเครื่องขัดผิวเมล็ดและตรวจจับโลหะด้วยแม่เหล็กอีกครั้งหนึ่งเพื่อป้องกันเศษเหล็กปนเปื้อน ต่อมาผ่านขั้นตอนการบด โดยจะทำการบดทั้งหมด 2 ครั้ง โดยการบดชุดแรกเป็นการบดเพื่อให้ข้าวแยกออกจากเปลือกเมล็ดข้าว ข้าวที่แตกจะผ่านตะแกรงเพื่อร่อนเอาส่วนที่ละเอียดและเข้าบดชุดที่สองให้กลายเป็นแป้ง ในส่วนที่ผ่านตะแกรงร่อนแล้วมีลักษณะหยาบจะส่งไปบดกับลูกกลิ้งอีกจนกว่าจะได้ขนาดที่ต้องการ ผลผลิตที่ได้จะเป็นแป้งและรำข้าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75 และ 25 ตามลำดับ ซึ่งจะเก็บแยกไซโลกัน โดยแป้งที่โม่เสร็จบรรจุลงไซโลโดยแยกตามสายพันธุ์ของข้าวสาลี
- 4) การผสมและบรรจุ (Blending and Packing) การนำแป้งสาลีจากไซโลที่ผลิตได้โดยแบ่งเป็นแต่ละสายพันธุ์มาผสมกันตามสูตรที่ลูกค้าสั่งซื้อไว้ หลังจากนั้นจะทำการร่อนแป้งเพื่อให้แน่ใจว่าแป้งสาลีไม่มีเศษเจือปนก่อนจะนำไปบรรจุลงถุงขนาด 22.5 กิโลกรัม และก่อนนำไปจัดเก็บในคลังสินค้าจะผ่านการคัดจับโลหะอีกครั้ง



ระยะเวลาในการผลิตแป้งสาลีให้พร้อมจำหน่ายสำหรับข้าวเมล็ดแข็งและเมล็ดอ่อนอยู่ประมาณ 9.5 วัน และ 9.0 วัน ต่อข้าวสาลี 100 ตัน ตามลำดับ ปัจจุบันบริษัทฯ มีสายการผลิต 1 สายการผลิต โดยสามารถที่จะผลิตได้เดินเครื่องจักรตลอด 24 ชั่วโมงแบ่งเป็น 3กะ โดยในแต่ละครั้งจะสามารถผลิตเฉพาะแต่ละสายพันธุ์ กำลังการผลิตสูงสุดอยู่ที่ 250 ตันข้าวต่อวัน โดยอัตราการใช้กำลังการผลิตในช่วงปี 2552 ถึงปี 2555 เท่ากับ ร้อยละ 90.8 ร้อยละ 82.6 ร้อยละ 67.0 และร้อยละ 84.30 ตามลำดับ

รับรองความถูกต้อง.....

โดยอัตราการใช้กำลังผลิตในช่วงปี 2553 และปี 2554 มีอัตราลดลงเนื่องจากเป็นช่วงที่ผลผลิตข้าวสาลีในตลาดมีปริมาณลดลง เพราะประสบปัญหาสภาพอากาศในแหล่งเพาะปลูกข้าวสาลีหลักของโลก จึงทำให้ราคาข้าวสาลีปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นมาก ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงต้องปรับกลยุทธ์ในการผลิตและการจำหน่ายสินค้าโดยเน้นผลิตแป้งสาลีที่ให้อัตรากำไรสูงแทนที่การผลิตในปริมาณมากแต่ได้อัตรากำไรที่ต่ำ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้อัตราการผลิตของบริษัทฯ ลดลง แต่อย่างไรก็ตามในปี 2555 และ 2556 ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีอัตราการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 84.30 และ 13.44 ตามลำดับ

การผลิตแป้งสาลี	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
กำลังการผลิต (ตัน/วัน)	250	250	250	250	250
ปริมาณการผลิตเต็มที่ (ตัน)*	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000
ปริมาณการผลิตจริง (ตัน)	70,813	64,408	52,264	65,754	74,594
การใช้กำลังการผลิต (%)	90.8	82.6	67.0	84.30	95.63
อัตราเพิ่ม (ลดลง) ของปริมาณการผลิต (%)	+14.5	-9.0	-18.9	+25.82	+13.44

หมายเหตุ : *จำนวนวันที่ผลิตคิดจาก 26 วันต่อเดือน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไม่มีเนื่องจากใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเป็นกระบวนการผลิตแบบปิดจึงไม่มีฝุ่นแป้งฟุ้งกระจายออกไปภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง ส่วนการใช้น้ำในโรงงานจะใช้เพื่อปรับความชื้นข้าวสาลีซึ่งในระหว่างกระบวนการผลิตข้าวจะดูดซับน้ำทั้งหมดทำให้โรงงานไม่มีการปล่อยน้ำเสียซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยที่ผ่านมามีการดำเนินคดีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2555 บริษัทฯ มีภาระผูกพันเกี่ยวกับสัญญาขายสินค้าที่ยังไม่ได้ส่งมอบจำนวน 61.29 ล้านบาท และ 75.60 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสัญญาทั้งหมดมีอายุสัญญาไม่เกิน 1 ปี

3. ปัจจัยความเสี่ยง

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ การผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีที่มีคุณภาพให้ได้นั้น ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ มากมายที่จะส่งเสริมให้บริษัทสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัทที่ตั้งไว้ได้ เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การเก็บรักษาวัตถุดิบให้คงคุณภาพก่อนนำเข้ากระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพแป้งสาลีระหว่างผลิตไปจนถึงขั้นตอนการจัดเก็บและจัดส่งแป้งสาลีให้ลูกค้า ตลอดจนรักษาคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดทั้งในด้านของคุณภาพสินค้าและบริการ การประเมินปัจจัยความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อให้บริษัทไม่สามารถบรรลุเป้าประสงค์ได้ก็มีความสำคัญเช่นกัน ดังนั้นบริษัทฯ ได้วิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในอนาคตไว้ ดังนี้

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน

ความเสี่ยงจากการมีพื้นที่เก็บวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีไซโลขนาดเล็กและใหญ่รวมกันทั้ง หมด 11 ไซโล สำหรับจัดเก็บวัตถุดิบคือข้าวสาลีซึ่งไซโลที่บริษัทฯ มีอยู่ทั้งหมดยังมีพื้นที่ไม่เพียงพอต่อปริมาณวัตถุดิบของบริษัทฯ ในบางช่วงเวลาที่ข้าวสาลีเป็นจำนวนมาก จึงทำให้บริษัทฯ มีความจำเป็นต้องเช่าไซโลหรือโกดังเพิ่มจากบริษัทที่เกี่ยวข้อง ซึ่งระยะอายุสัญญาเช่าจะขึ้นอยู่กับความจำเป็นในการจัดเก็บในแต่ละช่วงเวลา ที่ผ่านมามีบริษัทฯ จะทำสัญญาเช่าระยะสั้นอายุประมาณ 3 เดือน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงหากในช่วงเวลาที่ต้องการเช่าไซโลหรือโกดังดังกล่าวหรือกรณีต้องการเช่าไซโลเพิ่มแต่บริษัทที่เกี่ยวข้องไม่สามารถให้บริษัทฯ เช่าพื้นที่ได้ ทำให้เกิดผลกระทบต่อบริษัทฯ ในแง่การจัดหาสถานที่เก็บข้าวสาลี และในแง่ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาเช่าในปัจจุบันเป็นราคาเช่าเดียวกันกับที่บริษัทในกลุ่มให้เช่ากันเอง และเมื่อเปรียบเทียบกับราคาเช่าไซโลของบุคคลภายนอกในบริเวณเดียวกันพบว่าราคาเช่าไซโลต่ำกว่าราคาเช่าของบุคคลภายนอกรวมถึงค่าขนส่งที่ต้องเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทฯ เคยมีความต้องการเช่าพื้นที่จัดเก็บวัตถุดิบเพิ่มเติมไม่สามารถเช่าไซโลจากบริษัทที่เกี่ยวข้องได้ จึงต้องขอเช่าพื้นที่จากผู้ให้เช่าคลังสินค้ารายอื่น ซึ่งบริษัทฯ สามารถดำเนินการเช่าไซโลจากบุคคลภายนอกได้ โดยค่าใช้จ่ายรวมค่าขนส่งต่างๆ เพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ 0.6 ล้านบาทต่อระยะเช่าจำนวน 3 เดือนต่อ 1 ไซโล ซึ่งถือเป็นจำนวนที่ไม่มากนัก ดังนั้น หากในอนาคตบริษัทฯ จำเป็นต้องหาพื้นที่จัดเก็บวัตถุดิบเพิ่มเติม บริษัทฯ สามารถเช่าจากบุคคลภายนอกได้ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งในปี 2556 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ สามารถเช่าโกดังจากบริษัทที่เกี่ยวข้องได้ตลอดทั้งปี จึงไม่ต้องขอเช่าพื้นที่จากผู้ให้เช่าคลังสินค้ารายอื่นส่งผลให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากการเช่าโกดังจากบุคคลภายนอก

ความเสี่ยงทางการเงิน

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ณ สิ้น ปี 2552 บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 0.6 เท่า และ ปรับเพิ่มขึ้น เป็น 1.2 เท่าในปี 2553 สาเหตุมาจากการปรับโครงสร้างทุน และจ่ายเงินปันผลทำให้บริษัทฯ จำเป็นต้องกู้เงินจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น ส่วนในปี 2554 บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อทุนเพิ่มขึ้น จากปี 2553 เป็น 1.4 เท่า เนื่องจากบริษัทฯ มีการกู้ยืมเงินระยะสั้น จากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น เพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบ และ ณ สิ้นสุดปี 2555 อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อทุนได้ปรับลดลงเหลือ 0.4 เท่า ซึ่งเหตุที่ทำให้อัตราส่วนดังกล่าวลดลง มาจากการที่บริษัทมีการเพิ่มทุน และชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินไปทั้งหมด ประกอบกับกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้นจากปี 2554 โดย ณ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินอยู่ในรูปของเงินกู้ระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวประมาณ 298.2 ล้านบาท และภาระดอกเบี้ยจ่ายจำนวน 10.6 ล้านบาท โดยอัตราดอกเบี้ยที่คิดอ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยเป็นแบบลอยตัว ซึ่งหากมีการปรับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ขึ้นย่อม

ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ทำให้มีภาระดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทำให้กำไรของบริษัทฯ ลดลง รวมถึงอาจทำให้ผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นลดลงด้วย อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้มีการบริหารความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย โดยการจัดสรรเงินกู้ยืมที่เป็นอัตราดอกเบี้ยคงที่และลอยตัวให้เหมาะสมและติดตามแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ยอย่างสม่ำเสมอ

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ในการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งสาลี วัตถุดิบหลักที่สำคัญ คือ ข้าวสาลีซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งการชำระเงินจะใช้เงินสกุลเหรียญสหรัฐเป็นหลักในขณะที่สินค้าทั้งหมดที่บริษัทฯ ผลิตจะจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งการดำเนินธุรกิจดังกล่าวอาจส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้น หากค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินเหรียญสหรัฐจะทำให้ต้นทุนของ บริษัทฯ เพิ่มขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน หากค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับค่าเงินเหรียญสหรัฐจะทำให้ต้นทุนของ บริษัทฯ ลดต่ำลง ดังนั้น เพื่อลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทฯ จึงได้มีการทำธุรกรรมทางการเงินโดยการจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนตามสกุลเงินในการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศล่วงหน้า (Fixed Forward Exchange Rate) เพื่อป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของ บริษัทฯ รวมถึง บริษัทฯ ไม่มีนโยบายเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน การทำสัญญาจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า นั้น จะอยู่ในดุลพินิจที่รอบคอบของผู้บริหารของ บริษัทฯ ซึ่งในการทำสัญญาดังกล่าวส่งผลให้ บริษัทฯ บริหารต้นทุนไม่ให้มีความผันผวนมากนักและทราบต้นทุนล่วงหน้าได้ ทั้งนี้ ในช่วงผลการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทฯ ยังไม่ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากในช่วงปี 2552 ถึงปี 2555 และ ปี 2556 บริษัทฯ มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 1.7 ล้านบาท 4.3 ล้านบาท 2.3 ล้านบาท 2.5 ล้านบาท และ 1.2 ล้านบาท ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม การทำสัญญาล่วงหน้าที่ผ่านมามีได้ประกันว่า บริษัทฯ จะสามารถบริหารจัดการให้มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนต่อเนื่องได้ทุกปี เนื่องจากขึ้นอยู่กับความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในขณะที่ทำสัญญาล่วงหน้า

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบให้ตรงกับปริมาณและคุณภาพที่ต้องการ

วัตถุดิบหลักในการผลิตแป้งสาลี คือ ข้าวสาลี ซึ่งเป็นธัญพืชที่เจริญเติบโตได้ดีในสภาพแวดล้อมที่มีอากาศเย็น ซึ่งประเทศไทยไม่สามารถเพาะปลูกได้จึงจำเป็นต้องมีการนำเข้าข้าวสาลีจากต่างประเทศทั้งหมด ประเทศที่ปลูกและจำหน่ายข้าวสาลี ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย แคนาดา จีน อินเดีย อาร์เจนตินา และอีกหลายประเทศในยุโรป โดยคุณภาพของข้าวสาลีจะมีความแตกต่างกันในแต่ละแหล่งเพาะปลูก สำหรับ บริษัทฯ จะเลือกซื้อข้าวสาลีจากประเทศสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลียเป็นหลักเนื่องจากข้าวสาลีมีค่าโปรตีนที่เหมาะสมกับการผลิตสินค้าของ บริษัทฯ หาก บริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาข้าวสาลีให้ตรงตามปริมาณการผลิตและตรงตามคุณภาพที่ต้องการได้ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของ บริษัทฯ ดังที่เคยเกิดมาแล้วที่ออสเตรเลีย ซึ่งประสบสภาวะอากาศแห้งแล้งทำให้ผลผลิตออกมาน้อย บริษัทฯ จะเกิดความเสี่ยงจากการไม่มีวัตถุดิบเพียงพอสำหรับผลิตสินค้าส่งมอบให้กับลูกค้าได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ทำข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้ากับผู้ค้าวัตถุดิบในการจัดหาข้าวสาลีที่มีคุณภาพและมีปริมาณตามที่ บริษัทฯ ต้องการจากทั้งสองประเทศแล้ว รวมถึงการที่ บริษัทฯ มีนโยบายการควบคุมและรักษาระดับวัตถุดิบคงคลังให้มีปริมาณเพียงพอต่อแผนการผลิตและจำหน่ายเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบแล้ว นอกจากนี้จากการที่ปัจจุบันมีหลายประเทศในโลกที่เป็นแหล่งเพาะปลูกและผลิตข้าวสาลีได้ บริษัทฯ จึงสามารถหันไปนำเข้าข้าวสาลีจากประเทศอื่นได้ อาทิเช่น แคนาดา ประเทศในแถบอเมริกาใต้ จีนหรืออินเดีย ถึงแม้คุณภาพของข้าวสาลีอาจจะไม่เทียบเท่ากับข้าวสาลีที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย แต่ บริษัทฯ สามารถนำเข้ามาผลิตไม่เป็นแป้งและผสมสูตรให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้

ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาข้าวสาลี

ข้าวสาลีเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ประเภทหนึ่งที่มีตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Grain Exchange) ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งต้นทุนหลักของบริษัทฯ คือ ข้าวสาลี คิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 90 ของต้นทุนขาย ซึ่งในการจัดซื้อข้าวสาลีของบริษัทฯ จะจัดซื้อหลัก ๆ ปีละประมาณ 2 ครั้ง ในเดือนมีนาคมและเดือนกันยายน ซึ่งในแต่ละครั้งจัดซื้อ มีปริมาณมากประมาณ 20,000 ตัน ราคาข้าวสาลีที่จัดซื้อ ครั้งหนึ่งๆ อาจใช้สำหรับการผลิตสินค้าไปถึง 4 - 6 เดือน หากราคาข้าวสาลีมีการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลให้ต้นทุนของบริษัทฯ มีความผันผวนและส่งผลกระทบต่อผลกำไรของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทฯ ไม่สามารถปรับราคาขายแป้งสาลีให้กับลูกค้าได้ทันที ทั้งหมดเนื่องจากข้าวสาลีเป็นหนึ่งในสินค้าควบคุมของกรมการค้าภายใน หากต้องการปรับราคาจำหน่ายต้องแจ้งต่อกรมการค้าภายในก่อน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของราคาข้าวสาลีได้โดยมีแผนการตลาดต่างประเทศติดตามแนวโน้มราคาข้าวสาลีในตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง และในช่วงที่ราคาข้าวสาลีขึ้นสูงมากๆ บริษัทฯ จะจัดซื้อให้เพียงพอความต้องการผลิตและจำหน่ายเท่านั้น รวมถึงยังมีการจัดการป้องกันความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาด้วยการจัดซื้อล่วงหน้าให้เหมาะสมกับแนวโน้มของราคาและยังมีการบริหารจัดการต้นทุนโดยการจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าเพื่อลดความผันผวนของต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้บริษัทฯ มีการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากการบริหารจัดการต้นทุนในส่วนการผลิตโดยมีแผนวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) ของบริษัทฯ ได้ทำการค้นคว้าวิจัยอย่างต่อเนื่องถึงการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีราคาต่ำแต่สามารถนำมาผสมและได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดั้งเดิม และจากการบริหารจัดการต้นทุนตามที่กล่าวมามีส่วนช่วยทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ในระหว่างปี 2552 ถึงปี 2554 มีการปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 12.97 เป็นร้อยละ 18.02 และ ร้อยละ 18.22 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะมีวิธีการบริหารจัดการตามที่ได้กล่าวไปแล้ว บริษัทฯ ก็ยังได้รับผลกระทบจากราคาข้าวสาลีในช่วงที่มีความผันผวนสูง โดยในปี 2555 และปี 2556 อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ได้ปรับลดลงเหลือร้อยละ 16.14 และ 14.81 ซึ่งเป็นผลจากความผันผวนของราคาข้าวสาลีในช่วงที่ผ่านมา

ความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนการขนส่งวัตถุดิบ (ราคาน้ำมัน)

บริษัทฯ ต้องนำเข้าข้าวสาลีจากต่างประเทศโดยใช้การขนส่งทางเรือ ซึ่งค่าขนส่งดังกล่าวถือเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนข้าวสาลี โดยค่าระวางเรือในการขนส่งจะอ้างอิงกับราคาน้ำมันในตลาดโลก ซึ่งหากราคาน้ำมันปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลให้ค่าระวางเรือปรับเปลี่ยนตามในอัตราที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน รวมถึงหากมีความต้องการใช้การขนส่งทางเรือที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทเดินเรือปรับเพิ่มค่าระวางเรือได้เช่นกัน ซึ่งต้นทุนดังกล่าวเป็นต้นทุนที่อยู่เหนือการควบคุมของบริษัทฯ หากมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นย่อมต้องส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายของบริษัทฯ และมีส่วนทำให้ผลกำไรของบริษัทฯ ปรับลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการต้นทุนส่วนค่าระวางเรือ โดยการนำเข้าข้าวสาลีในปริมาณมากบรรทุกเรือขนาดใหญ่จะทำให้ต้นทุนค่าขนส่งต่อหน่วยลดลงประกอบกับการร่วมมือกับผู้ประกอบการโรงงานไม่แป้งสาลีรายอื่นๆ ในการนำเข้าข้าวสาลิลงเรือบรรทุกลำเดียวกัน โดยแต่ละรายสามารถนำเข้าข้าวสาลีได้ตามปริมาณที่ต้องการ และยังสามารถประหยัดต้นทุนค่าขนส่งได้มากกว่าการนำเข้าข้าวสาลีมาโดยลำพังเพียงรายเดียว

ความเสี่ยงที่บริษัทฯ ไม่ได้ทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงราคาวัตถุดิบ

ในการซื้อสินค้าวัตถุดิบ บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าในรูปแบบของ forward หรือ futures contract เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ จะมีการปรับราคาแป้งสาลีให้สะท้อนราคาของข้าวสาลีที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยในช่วงที่ราคาข้าวสาลีในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้น บริษัทฯ จะปรับราคาขายแป้งสาลีให้สะท้อนราคาที่เปลี่ยนแปลงสำหรับลูกค้าที่ไม่ได้มีการทำสัญญากันไว้ แต่สำหรับลูกค้าที่ทำสัญญาไว้แล้วบริษัทฯ จำเป็นต้องคงราคาไว้ตามสัญญา ส่วนในช่วงที่ราคาข้าวสาลีในตลาดโลกปรับตัวลดลง บริษัทฯ จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการ

วัตถุดิบ โดยการเร่งขายแป้งสาลี รวมไปถึงการขายข้าวสาลีบางส่วนให้กับกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ที่มีความจำเป็นต้องใช้ข้าวสาลีอยู่แล้ว นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการจัดการป้องกันความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาด้วยการจัดซื้อให้เหมาะสมกับแนวโน้มของราคา และยังมีการบริหารจัดการต้นทุนโดยการจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าเพื่อลดความผันผวนของต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นได้ จากการบริหารจัดการต้นทุนตามที่กล่าวมามีส่วนช่วยให้อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทในระหว่างปี 2552 ถึงปี 2554 มีการปรับเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 12.97 เป็นร้อยละ 18.02 และร้อยละ 18.22 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ราคาข้าวสาลีมีความผันผวนมาก ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะมีวิธีการบริหารจัดการตามที่ได้กล่าวมา บริษัทฯ ก็ยังได้รับผลกระทบจากราคาที่เปลี่ยนแปลง โดยใน ปี 2555 และปี 2556 อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ได้ปรับลดลงเหลือร้อยละ 16.14 และ 14.81 ซึ่งเป็นผลจากความผันผวนของราคาข้าวสาลีในช่วงที่ผ่านมา

ความเสี่ยงจากนโยบายของภาครัฐ

ความเสี่ยงจากการที่ราคาขายแป้งสาลีเป็นสินค้าควบคุม

ในปี 2552 กรมการค้าภายในได้ประกาศให้แป้งสาลีเป็นสินค้าควบคุมโดยผู้ประกอบการต้องแจ้งต้นทุนการผลิต ต้นทุนการนำเข้าสินค้า ต้นทุนค่าใช้จ่าย ราคาจำหน่าย ฯลฯ ให้แก่กรมการค้าภายใน ซึ่งราคาขายที่แจ้งจะถือเป็นเพดานราคาขายสูงสุดที่บริษัทฯ สามารถจำหน่ายได้ ดังนั้น หากต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้นจนเกินเพดานราคาขายที่เคยแจ้งไว้ จะทำให้การขึ้นราคาแป้งสาลีของผู้ประกอบการทำได้ยากและขาดความคล่องตัวในการปรับราคาขายแป้งสาลี เนื่องจากต้องแจ้งให้กรมการค้าภายในทราบก่อน ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจะต้องบริหารจัดการต้นทุนเองและไม่สามารถผลักภาระต้นทุนที่เกิดขึ้นทั้งหมดให้แก่ลูกค้า โดยการปรับขึ้นราคาได้ทันที จึงทำให้เกิดความเสี่ยงในแง่ของผลกำไรที่อาจลดลงหากราคาวัตถุดิบมีการปรับเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตามโดยปกติต้นทุนและราคาขายมักจะต่ำกว่าราคาเพดานที่แจ้งไว้ แต่หากต้นทุนสินค้าของบริษัทฯ ปรับสูงขึ้นมากทำให้บริษัทฯ จำเป็นต้องขอปรับราคาขายขึ้น ซึ่งจะมีการแจ้งให้กับทางภาครัฐรับทราบและปรับขึ้นราคาเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมและเพื่อป้องกันปัญหาสินค้าขาดแคลน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากนโยบายของรัฐเป็นอย่างมากจึงได้มีการบริหารจัดการทั้งในแง่ต้นทุนและการมุ่งเน้นผลิตและพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ และการให้บริการลูกค้าให้เป็นที่พอใจ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศได้ ซึ่งจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ผ่านมาในระหว่างปี 2552 ถึงปี 2556 บริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 12.97 ร้อยละ 18.02 ร้อยละ 18.22 ร้อยละ 16.14 และ ร้อยละ 14.81 ตามลำดับ

ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการนำเข้าแป้งสาลีจากภาครัฐ

ก่อนปี 2548 ประเทศไทยมีการกำหนดพิภคอัตราภาษีนำเข้าของแป้งสาลีในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 40 จึงทำให้อุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีได้รับการคุ้มครอง แต่หลังจากที่ไทยต้องปฏิบัติตามพันธกรณีข้อตกลงของสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) รวมทั้งการทำสัญญา FTA กับบางประเทศ ได้แก่ อินเดีย ออสเตรเลีย มีผลทำให้เมื่อปี 2548 ไทยต้องลดอัตราภาษีนำเข้าเหลือเพียงร้อยละ 5.0 และเมื่อเดือนมกราคม 2553 อัตราภาษีนำเข้าแป้งสาลีจากกลุ่มประเทศอาเซียนได้ลดลงเหลืออัตราร้อยละ 0 ทำให้มีการแข่งขันด้านราคาสูงขึ้น และการลดอากรขาเข้าของแป้งสาลี ทำให้ลูกค้าอาจนำเข้าแป้งสาลีเข้ามาเองโดยตรงแทนการซื้อจากโรงงานผลิตแป้งสาลีในประเทศ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในแง่ของยอดขายที่อาจลดลงได้ และย่อมส่งผลถึงกำไรที่ต้องปรับลดลงด้วย อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาการเปิดเสรีการนำเข้าแป้งตามข้อตกลงของ AFTA ยังไม่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยที่ผ่านมาสัดส่วนการนำเข้าแป้งสาลีโดยตรงจากต่างประเทศเทียบกับการซื้อจากโรงงานการผลิตยังไม่มีเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีแผนงานในการในการบริหารจัดการในเรื่องดังกล่าวโดย

1. การมุ่งเน้นคุณภาพของสินค้า บริษัทฯ จะมุ่งเน้นผลิตสินค้าที่ไม่มีสิ่งปลอมปน ซึ่งอาจอันตรายต่อการบริโภค

รับรองความถูกต้อง.....

2. การบริการหลังการขาย เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าจากบริษัทฯ จะมีการตรวจสอบคุณภาพทุกครั้งก่อนจัดส่ง และหากมีการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของแป้งสาลี บริษัทฯ จะเร่งดำเนินการแก้ไขให้ลูกค้าอย่างรวดเร็วไม่เกิน 7 วัน
3. ปริมาณการสั่งซื้อ การสั่งซื้อสินค้ากับบริษัทฯ สร้างความยืดหยุ่นกับลูกค้าได้มากกว่าโดยลูกค้าไม่ต้องเตรียมสถานที่ไว้จัดเก็บ ทำให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้ในปริมาณที่ต้องการ นอกจากนี้หากลูกค้าต้องการความร่วมมือจากบริษัทฯ ในการพัฒนาวัตถุดิบแป้งสาลี ทางบริษัทฯ สามารถส่งทีมนักวิทยาศาสตร์ของบริษัทฯ ไปร่วมมือในการพัฒนาแป้งสาลีให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้อีกด้วย

ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นในบริษัทฯ มากกว่าร้อยละ 50

ณ 31 ธันวาคม 2556 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ คือ บริษัท ไทยซูการ์ เทอร์มิเนล จำกัด (มหาชน) TSSTE ถือหุ้นเป็นจำนวนร้อยละ 69.34 ของทุนชำระแล้วทั้งหมด ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวมากกว่าร้อยละ 50 ทำให้ TSSTE สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงในการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา

อย่างไรก็ตามเพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปอย่างโปร่งใส และถ่วงดุลอำนาจดังกล่าว บริษัทฯ ได้พิจารณาปรับโครงสร้างองค์กรใหม่เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถตรวจสอบได้ และมีการถ่วงดุลอำนาจจึงได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ โดยบริษัทฯ มีกรรมการบริษัทรวมกรรมการตรวจสอบทั้งสิ้น 12 ท่าน ในจำนวนนี้มีกรรมการที่ไม่ใช่กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 4 ท่าน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังจัดให้มีฝ่ายตรวจสอบภายในที่ปฏิบัติงานเป็นอิสระตามความเหมาะสมและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่หลักในการดูแลระบบการควบคุมภายในเพื่อให้เป็นไปตามระบบที่ได้กำหนดไว้ และตรวจสอบการดำเนินงานของฝ่ายบริหารเพื่อให้เกิดความโปร่งใส นอกจากนี้ในการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง บุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติรายการดังกล่าว และในการอนุมัติรายการจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของสำนักงาน กสท. และตลาดหลักทรัพย์ฯ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่หักค่าเสื่อมราคา โดยวิธีคำนวณแบบเส้นตรงตามอายุการใช้งาน โดยประมาณของทรัพย์สินเป็นระยะเวลา 5 - 30 ปีขึ้นอยู่กับประเภทของทรัพย์สิน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 และ 31 ธันวาคม 2556 ทรัพย์สินของบริษัทฯ มีมูลค่าทางบัญชีสุทธิจำนวน 332.0 ล้านบาท และ 347.3 ล้านบาท ตามลำดับ สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน
		ณ 31 ธ.ค. 2555	ณ 31 ธ.ค. 2556	
4.1.1 อาคาร และส่วนปรับปรุงอาคาร* โรงงาน 1 แห่ง และอาคารสำนักงาน 3 ชั้น ที่ตั้ง : 90/9 หมู่ 1 ซอยสยามไฮโล ถนนปู้เจ้าสมิงพราย ตำบลลำโรงกลาง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ	เจ้าของ	64.0	61.5	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.2 เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	229.9	217.7	
4.1.3 เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้ สำนักงาน	เจ้าของ	1.9	3.3	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.4 ยานพาหนะ	เจ้าของ	7.7	7.2	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.5 ระบบสาธารณูปโภค	เจ้าของ	23.0	21.4	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.6 สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	เจ้าของ	5.5	36.2	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม		332.0	347.3	

หมายเหตุ : * อาคารโรงงานและสำนักงานตั้งอยู่บนที่ดินที่บริษัทฯ เช่าจาก TSTE

ในระหว่างปี 2556 บริษัทฯ ได้รับเงินสินเชื่อจากสถาบันการเงินแห่งใหม่สองแห่งโดยบริษัทฯ ต้องปลดภาระจำนองหลักทรัพย์รวมทั้งทรัพย์สินใดๆ ที่ได้ให้ไว้เป็นหลักประกันแก่ผู้ให้กู้รายอื่น ซึ่งในเดือนตุลาคม 2556 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้สถาบันการเงินเดิมที่ให้ผู้ยืมได้ลดวงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิตทรัสต์รีซีท เงินกู้ยืมระยะสั้น และสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า และปรับเงื่อนไขการกู้ยืมเป็น Negative Pledge

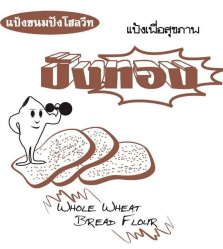
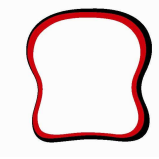
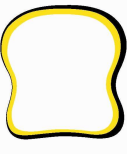
บริษัทกำลังขยายกำลังการผลิตโดยดำเนินการตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2556 เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2556 โดยโครงการดังกล่าวได้มาซึ่งทรัพย์สิน ซึ่งหากคำนวณขนาดรายการ โดยใช้เกณฑ์มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทน ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทอ.20/2551 เรื่องหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่มีนัยสำคัญที่เข้าข่ายเป็นการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ ลงวันที่ 31 สิงหาคม 2551 และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง การ

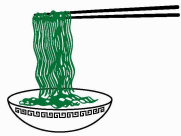
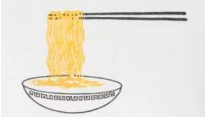
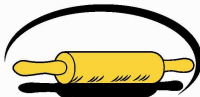
รับรองความถูกต้อง.....

เปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในการได้มาหรือจำหน่ายไป ซึ่งสินทรัพย์ พ.ศ. 2547 ลงวันที่ 29 ตุลาคม 2547 รายการดังกล่าวข้างต้น จัดเป็นรายการประเภทที่ 2 ซึ่งบริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยสารสนเทศต่อตลาดหลักทรัพย์ฯ และทำหนังสือเวียนให้ผู้ถือหุ้นทราบภายใน 21 วันนับตั้งแต่วันที่แจ้งตลาดหลักทรัพย์ฯ บริษัทได้เปิดเผยสารสนเทศเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน

บริษัทมีเครื่องหมายการค้าทั้งหมด 12 ตราสินค้า โดยบริษัทฯ ได้ยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2555 ซึ่งหากดำเนินการเสร็จแล้ว บริษัทฯ จะเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าโดยมีอายุ 10 ปี นับจากวันที่ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า รายละเอียดของเครื่องหมายการค้ามีดังนี้

รายละเอียด เครื่องหมายการค้า/บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
1. ตราปังทอง		แป้งสำเร็จรูปสำหรับทำขนมปังโฮลวีท มีปริมาณโฮลวีทสูงถึงร้อยละ 50 อุดมไปด้วยอาหารวิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระสำหรับผู้รักสุขภาพ
2. ตราปังแดง		แป้งสาลีคุณภาพพิเศษสำหรับทำขนมปัง เหมาะสำหรับใช้ทำขนมปังชนิดต่างๆ เช่น ขนมปังแซนวิช ขนมปังกะโหลก ขนมปังไส้ไส้ต่างๆ
3. ตราปังเหลือง		แป้งสาลีสำหรับทำขนมปัง มีความเหนียวและยืดหยุ่นดี แป้งชนิดนี้เหมาะสำหรับใช้ทำขนมปังแซนวิช ขนมปังไส้ไส้ โดนัทยีสต์ เดนิส แพสทรี พิชซ่า
4. ตราเส้นทอง		แป้งสาลีสำหรับทำบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

รายละเอียด เครื่องหมายการค้า/บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
5. ตราเส้นหยก	ตรา เส้นหยก 	แป้งสาลีสำหรับทำบะหมี่คุณภาพ ดีพิเศษ ทำบะหมี่สด และหมี่กึ่งยาว
6. ตราเส้นเหลือง	ตรา เส้นเหลือง 	แป้งสาลีสำหรับทำบะหมี่สด หรือ แผ่นกึ่งยาว
7. ตราลูกกลิ้ง	ตรา ลูกกลิ้ง 	แป้งสาลีอเนกประสงค์เหมาะ สำหรับใช้ทำขนมได้หลายชนิด เช่น โดนัท โรตี่ คุกกี้ ขนมเปียะ ขนมไข่ ขนมสาลี่ แพนเค้ก วาฟเฟิล ซาลาเปา และขนมทอด ต่างๆ
8. ตรากังหัน	ตรา กังหัน 	แป้งสาลีที่เหมาะสมสำหรับใช้ทำ บิสกิต ขนมปังกรอบ ขนมไข่ วาฟ เฟิล แพนเค้ก โดนัทเค้ก ขนมสาลี่ และขนมทอดต่างๆ
9. ตราตัวหลงเปา	ตรา ตัวหลงเปา  แป้งสาลีตราตัวหลงเปา	แป้งสาลีเหมาะสำหรับใช้ทำ ซาลาเปา เค้ก คุกกี้ ปุ๋ยฝ้าย ขนม สาลี่ เอแคลร์ โมจิ แยมโรล ขนมไข่
10. ตราคู่โก๋	ตรา คู่โก๋  แป้งสาลีตราคู่โก๋	แป้งสาลีสำหรับทำปาท่องโก๋
11. ตราหัวใจ	ตรา หัวใจ  แป้งสำหรับทำขนมเค้ก	แป้งสาลีผ่านกรรมวิธีพิเศษทำให้ เนื้อแป้งมีสีขาวละเอียด เหมาะสำหรับใช้ทำบัตเตอร์เค้ก สปองจ์เค้ก ชิฟฟอนเค้ก และเค้กต่างๆ

รายละเอียด เครื่องหมายการค้า/บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
12. ตรากุลาแดง		แป้งสาลีโปรตีนสูง สำหรับใช้ ทำอาหารสัตว์ เช่น อาหารกึ่ง อาหารปลา อาหารสุนัข เป็นต้น

4.2 นโยบายการลงทุนของบริษัทในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในอนาคต

ตามมติคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2555 วันที่ 15 มีนาคม 2555 ได้มีมติกำหนดนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและ/หรือ บริษัทร่วมของบริษัทในอนาคต โดยในอนาคตบริษัทฯ อาจมีการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจ จึงอาจมีการจัดตั้งบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมขึ้นเพื่อเป็นการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ มีนโยบายจะส่งกรรมการบริษัทฯ เข้าไปเป็นกรรมการของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมดังกล่าว เพื่อร่วมกำหนดนโยบายการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม

การควบคุมดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น โดยส่วนใหญ่จะมีข้อตกลงกับผู้ร่วมลงทุน เช่น กรณี การลงทุนในกิจการร่วมค้าจะกำหนดจำนวนกรรมการซึ่งเป็นบุคคลที่บริษัทฯ เป็นผู้กำหนดโดยใช้สัดส่วน การถือหุ้นเป็นเกณฑ์กำหนดจำนวนกรรมการที่จะเข้าไปควบคุมดูแล สำหรับบริษัทย่อย บริษัทฯ จะส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนมากกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนคณะกรรมการทั้งหมด หากการดำเนินการมีผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ จะต้องขออนุมัติจากที่ประชุมกรรมการของบริษัทฯ ก่อน และในกรณีที่เป็นการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันจะต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบอีกด้วย



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน)
ลักษณะการประกอบธุรกิจหลัก	:	ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลี
ที่ตั้งสำนักงานและคลังสินค้า	:	90/9 หมู่ที่ 1 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลสำโรงกลาง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107553000131
โทรศัพท์	:	0-2183-4570
โทรสาร	:	0-2183-4575
E-mail Address	:	info@tmill.co.th
Website	:	www.tmill.co.th
ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว	:	285,000,000 บาท (สองร้อยแปดสิบล้านบาท) ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 285,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท เรียกชำระแล้วจำนวน 285,000,000 หุ้น เป็นจำนวนเงิน 285,000,000 บาท (สองร้อยแปดสิบล้านบาท)

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ : 0 2229-2800 โทรสาร : 0 2359-1259 TSD Call center: 0 2229-2888 E-mail : TSDCallCenter@set.or Website: http://www.tsd.co.th
----------------------	---	---

ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ : ไม่มี

ผู้สอบบัญชี : บริษัท สำนักงาน เอ เอ็ม ซี จำกัด โดย
นางสาวประภาศรี ลีลาสุภา ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 4664
หรือ
นาย อำพล จำนงวัฒน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 4663
หรือ
นางสาวยุพิน ชุ่มใจ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 8622
191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 19 ยูนิต 4
ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รับรองความถูกต้อง.....



โทรศัพท์ 0-2231-3980-7

โทรสาร 0-2231-3988

E-mail:amc@amc-mri.com

ผู้ตรวจสอบภายใน : บริษัท สอบบัญชีธรรมนิติ จำกัด โดยนายศักดิ์ศรี อำพัน
267/1 ถนนประชากรราษฎร์ สาย 1
แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
โทรศัพท์ : 0-2587-8080
โทรสาร : 0-2586-0301

ที่ปรึกษาทางการเงิน : ไม่มี

ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ
: ไม่มี