



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำเข้าวัตถุดิบจากประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และแคนาดา เพื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แป้งสาลีและจำหน่ายให้แก่ลูกค้าภายในประเทศ โดยบริษัทฯ ใช้กระบวนการผลิตในทุกขั้นตอนถูกควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์ตลอด 24 ชั่วโมงเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของสินค้า รวมทั้งกระบวนการผลิตตามหลักสุขลักษณะที่ดี (Good Manufacturing Practices : GMP) ภายใต้ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดควบคุมวิกฤตของแป้งสาลี (Hazard Analysis and Critical Control Point : HACCP) อีกทั้งยังคำนึงถึงความปลอดภัยด้านอาหารเป็นสำคัญ จนทำให้แป้งสาลีทุกกระสอบของบริษัทฯ ได้รับการยืนยันคุณภาพจาก ISO 22000 : 2005 (Food Safety) ทั้งนี้ ยังมีมาตรการการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability Measures) เพื่อให้เกิดความมั่นใจสูงสุดของคุณภาพของแป้งสาลีทุกกระสอบ รวมถึงการได้รับการรับรองเครื่องหมาย HALAL โดยปัจจุบันมีกำลังการผลิต 500 ตันข้าวสาลีต่อวัน

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย

บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของบริษัท ดังนี้

วิสัยทัศน์

“เรา” คือผู้ผลิตแป้งสาลีชั้นนำ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทั้งในด้านพาณิชย์และคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างเป็นมืออาชีพ

พันธกิจ

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

เป้าหมาย

1. บริษัทฯ จะผลักดันให้โรงงานสามารถใช้กำลังการผลิตที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และเพื่อให้บริษัทฯ มีสินค้ามากพอสำหรับรองรับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในอนาคตได้
2. บริษัทฯ มีแผนในการขยายฐานลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่เน้นเฉพาะกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมรายใหญ่ให้ครอบคลุมผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กให้มากขึ้น รวมถึงผู้บริโภคชั้นสุดท้าย เพื่อลดการกระจุกตัวในกลุ่มลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เล็งเห็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้า ให้ครอบคลุมในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันบริษัทฯ มุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้าในกรุงเทพและปริมณฑล

รับรองความถูกต้อง.....

- ซึ่งในการขยายฐานลูกค้าดังกล่าวจะทำให้บริษัทฯ มีช่องทางในการเพิ่มฐานรายได้ของบริษัทฯ ได้ต่อไป ทำให้อัตรากำไรเติบโตและสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นได้มากขึ้น
3. บริษัทฯ มีแผนงานที่จะพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ออกมาจำหน่ายให้มากกว่าปัจจุบัน รวมถึงการพัฒนาสินค้าที่มีอยู่ให้สามารถเพิ่มมูลค่าได้ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถจำหน่ายสินค้าที่ราคาสูงขึ้นได้ ซึ่งในการดำเนินการดังกล่าวจะส่งผลให้บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มสูงขึ้น สามารถสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นได้มากยิ่งขึ้น

1.2 ประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “TMILL”) เดิมชื่อ บริษัท ไทยชูการ์คลั่งสินค้า จำกัด ก่อตั้งโดยการรวมตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมโรงงานน้ำตาล ได้แก่ กลุ่มโรงงานในเครือบริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ประจวบอุตสาหกรรม จำกัด บริษัท อุตสาหกรรมมิตรเกษตร จำกัด โดยจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2520 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 10 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจคลั่งสินค้าโดยรับฝากสินค้าน้ำตาลทรายดิบและน้ำตาลทรายขาวเป็นสินค้าหลักต่อมาในเดือนเมษายน 2534 บริษัท ไทยชูการ์ เทอร์มิเนล จำกัด (มหาชน) (“TSTE”) ได้เข้าซื้อหุ้นจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้นภายในเครือบริษัทของ TSTE ทำให้ TSTE ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 61.30 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว และบริษัทฯ มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของ TSTE ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

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

เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2550 ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด และเริ่มดำเนินการธุรกิจโรงงานแป้งสาธิตในเดือนมิถุนายน 2550 ต่อมาในเดือนกันยายน 2550 จดทะเบียนเพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 200 ล้านบาท เป็น 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 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ต่อมาในวันที่ 29 มิถุนายน 2553 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จาก 100 บาท เป็น 1 บาทต่อหุ้น รวมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียน 85 ล้านบาทโดยออกหุ้นสามัญใหม่ จำนวน 85 ล้านหุ้น เพื่อเตรียมเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้กับประชาชน ทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นเป็น 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 และเสนอขายต่อบุคคลทั่วไป ในวันที่ 14-16

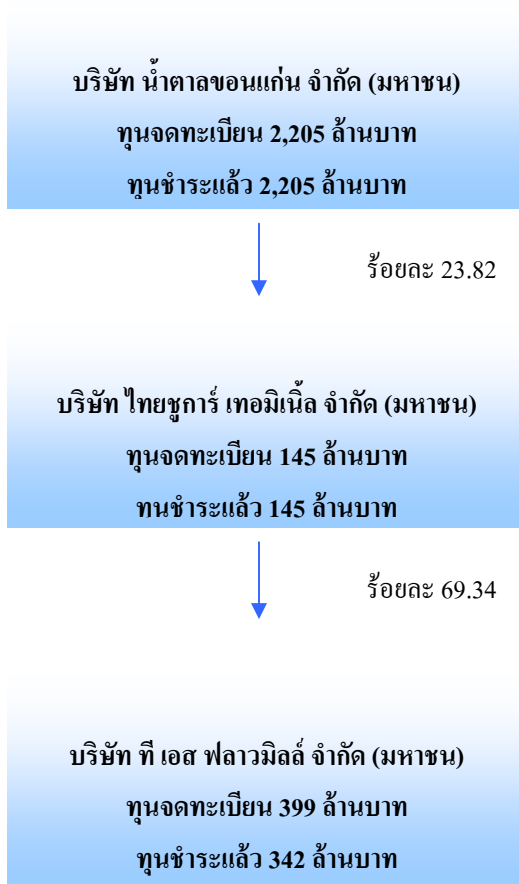
พฤศจิกายน 2555 ต่อมาบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้วจากเดิม 200 ล้านบาท เป็น 285 ล้านบาท ในวันที่ 19 พฤศจิกายน 2555 และในวันที่ 21 พฤศจิกายน 2555 คณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้สั่งรับหุ้นสามัญของบริษัทฯ เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 23 พฤศจิกายน 2555 เป็นต้นไป ส่งผลให้หุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 285,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เริ่มทำการซื้อขายได้ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ตั้งแต่วันที่ 23 พฤศจิกายน 2555 เป็นต้นไป โดยจัดอยู่ในหมวดธุรกิจขนาดกลาง และใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า TMILL

ภายหลังจากที่มีการดำเนินการธุรกิจโรงงานแป้งสาธิตด้วยกำลังการผลิต 250 ตันข้าวสาลีต่อวัน และมีการใช้กำลังการผลิตจนเต็มกำลัง บริษัทฯ จึงได้ลงทุนขยายกำลังการผลิตเพิ่มอีกเท่าตัวเป็น 500 ตันข้าวสาลีต่อวัน ตั้งแต่ปี 2558 โดยได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 114 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2558 เพื่อกำหนดให้กับผู้ถือหุ้นเดิม 57 ล้านหุ้น และรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ TMILL - W1 ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนเป็น 399 ล้านบาท และทุนจดทะเบียนแล้วเป็น 342 ล้านบาท ตั้งแต่วันที่ 21 ตุลาคม 2558

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างบริษัท

ณ วันที่ 4 มกราคม 2559 บริษัทฯ มีโครงสร้างกลุ่มบริษัท ดังนี้





2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

(1) โครงสร้างรายได้แยกตามสายผลิตภัณฑ์

ประเภทของรายได้	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
แป้งสาลี	981.5	88.4	965.2	88.0	1,116.6	87.7
รำข้าวสาลี	121.9	11.0	127.8	11.7	156.4	12.3
จมูกข้าวสาลี และข้าวสาลี	3.5	0.3	0.9	0.1	0.1	0
รายได้อื่น*	3.1	0.3	2.9	0.3	0.0	0
รายได้รวม	1,110.0	100.0	1,096.9	100.0	1,273.1	100

หมายเหตุ : *รายได้อื่นประกอบด้วยกำไร(ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้เงินรางวัลในการทำงานเสร็จก่อนเวลา (เงินรางวัลที่ได้รับจากบริษัทเดินเรือ ในกรณีขนส่งสินค้าได้เสร็จก่อนเวลาที่กำหนด) ดอกเบี้ยรับ รายได้จากการขายข้าวสาลี และข้าวรำสาลี โดยบริษัทฯ มีรายการพิเศษเป็นรายได้จากเบี้ยประกันงานล่าช้าในปี 2552 ปี 2554 และปี 2555 รายได้จากค่าสินไหมทดแทนเป็นรายการพิเศษในปี 2554 รวมถึงรายได้ชดเชยจากประกันภัยในปี 2555

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งสาลี โดยสั่งเมล็ดข้าวสาลีซึ่งเป็นวัตถุดิบมาจากต่างประเทศทั้งหมด เพื่อมาทำการไม่แป้งสาลี โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากประเทศสวีเดนแลนด์ เพื่อให้ได้แป้งสาลีที่มีคุณภาพและมาตรฐานตรงตามเกณฑ์ที่ถูกกำหนด ซึ่งแป้งสาลีที่บริษัทฯ ผลิตได้มีทั้งแบบโปรตีนสูงและแบบโปรตีนต่ำ โดยแป้งสาลีแต่ละชนิดที่ผลิตได้จะนำไปใช้เป็นวัตถุดิบผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน หากเป็นแป้งสาลีโปรตีนสูงจะเหมาะสำหรับผลิตขนมปัง กุ้งสำเร็จรูป บะหมี่สด ขนมปัง และอาหารสัตว์ ในขณะที่แป้งสาลีโปรตีนต่ำจะเหมาะกับการผลิตบิสกิต เค้ก ซาลาเปา ปาท่องโก๋ หรือแป้งอเนกประสงค์ บริษัทฯ จำหน่ายแป้งสาลีภายใต้ตราสินค้าของบริษัทกว่า 10 ตราสินค้า อาทิเช่น แป้งบะหมี่สด-ตราเส้นหยก แป้งบะหมี่สด-ตราเส้นเหลือง แป้งขนมปัง-ตราปั้งแดง แป้งขนมปัง-ตราปั้งเหลือง แป้งอาหารสัตว์-ตราลูกาแดง เป็นต้น โดยมีขนาดบรรจุแป้งสาลีแบ่งเป็น 2 ขนาด ได้แก่ ถุงขนาด 22.5 กิโลกรัม และแบบรถเข็นน้ำหนัก 10,000 กิโลกรัม โดยมีโครงสร้างรายได้ในเชิงยอดขายและปริมาณการจำหน่ายแป้งสาลีแต่ละชนิด ดังนี้

- โครงสร้างรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ปี 2556 จนถึงปี 2558

ประเภทของ รายได้	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
แป้งบะหมี่สด	250.0	25.46	209.3	21.7	193.1	17.3
แป้งบะหมี่ กุ้งสำเร็จรูป	245.9	25.04	142.3	14.7	87.9	7.9
แป้งขนมปัง	223.8	22.80	297.8	30.9	391.5	35.1
แป้งอเนกประสงค์	123.4	12.57	121.6	12.6	135.8	12.2
แป้งทำบิสกิต	111.9	11.40	142.2	14.7	200.6	18.0
แป้งทำอาหารสัตว์	18.7	1.90	44.0	4.6	98.3	8.8

รับรองความถูกต้อง.....



ประเภทของ รายได้	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
แป้งชนิดอื่น ๆ	7.8	0.06	8.0	0.8	9.2	0.8
รวมรายได้ จากการจำหน่ายแป้งสาเลีทั้งหมด	981.5	100.0	965.2	100.0	1,116.6	100

- ปริมาณการจำหน่ายแป้งสาเลีแต่ละชนิดตั้งแต่ปี 2556 จนถึงปี 2558

ประเภท	2556		2557		2558	
	ตัน	ร้อยละ	ตัน	ร้อยละ	ตัน	ร้อยละ
แป้งบะหมี่สด	13,758	23.94	11,961	20.7	11,508	16.6
แป้งบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	16,208	28.21	9,497.6	16.5	6,229	9
แป้งขนมปัง	11,628	20.24	16,229.5	28.1	22,092	31.8
แป้งอเนกประสงค์	7,481	13.02	7,692.9	13.3	8,934	12.9
แป้งทำบิสกิต	6,908	12.02	9,176.1	15.9	13,337	19.2
แป้งทำอาหารสัตว์	1,164	2.03	2,829.8	4.9	6,928	10
แป้งชนิดอื่น ๆ	314	0.54	316.4	0.5	362	0.5
รวมปริมาณการจำหน่าย แป้งสาเลีทั้งหมด	57,461	100	57,703.4	100	69,391	100

สำหรับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์แป้งสาเลีของบริษัทฯ สามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้

1) แป้งบะหมี่สด

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาเลีสำหรับทำเส้นบะหมี่แบบจีนภายใต้ตราสินค้าเส้นหยก ซึ่งมีปริมาณโปรตีนร้อยละ 11-13 และแป้งสาเลีสำหรับทำเส้นบะหมี่แบบญี่ปุ่นภายใต้ตราสินค้าเส้นเหลืองและมีปริมาณโปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 10-11 โดยคุณสมบัติของแป้งสาเลีจะทำให้บะหมี่มีความเหนียว ยืดหยุ่นดี มีความอ่อนนุ่มและมีสีขาว

2) แป้งขนมปัง

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาเลีสำหรับทำขนมปังภายใต้ตราสินค้าปังแดง ซึ่งเป็นแป้งที่มีปริมาณโปรตีนสูงอยู่ที่ร้อยละ 13-14 และมีปริมาณกลูเตนสูง ซึ่งกลูเตนเป็นโปรตีนที่สกัดจากแป้งสาเลี โดยคุณสมบัติจะมีความเหนียว และยืดหยุ่นดี ดูดซึมน้ำได้มาก ทนทานต่อการนวดและการหมัก ทำให้ขนมปังมีคุณภาพดีได้รูปทรง มีขนาดใหญ่ และเนื้อละเอียดเหนียวนุ่ม

3) แป้งบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาเลีสำหรับทำบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปภายใต้ตราสินค้าเส้นทอง ซึ่งมีปริมาณโปรตีนร้อยละ 10-12 โดยคุณสมบัติของแป้งสาเลีจะทำให้บะหมี่มีความเหนียว นุ่ม สีเหลืองอ่อน น่ายรับประทาน

4) แป้งบิสกิต

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีสำหรับทำบิสกิตภายใต้ตราสินค้ากั๊กกัน ซึ่งมีปริมาณโปรตีนค่อนข้างต่ำถึงปานกลาง อยู่ที่ร้อยละ 9-10 โดยแป้งดังกล่าวมีความเหนียวและดูดซึมน้ำที่พอเหมาะสำหรับทำบิสกิต ขนมปังกรอบ ขนมไข่ วอฟเฟิล แพนเค้ก โดนัทเล็ก ขนมสาลี่ และขนมทอดต่าง ๆ

5) แป้งเอนกประสงค์

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีเอนกประสงค์ภายใต้ตราสินค้าลูกกลิ้ง ซึ่งเป็นแป้งที่มีปริมาณโปรตีนปานกลางประมาณ ร้อยละ 10-11 มีความเหนียว ยืดหยุ่น และดูดซึมน้ำที่พอเหมาะ ใช้ทำขนมได้หลากหลายชนิด เช่น บะหมี่ ปาท่องโก๋ โดนัท โรตีสี เล็ก ๆ คุกกี้ ขนมเปียะ ขนมไข่ ขนมสาลี่ แพนเค้ก วาฟเฟิลชالاเปา และขนมทอดต่าง ๆ

6) แป้งอาหารสัตว์

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีสำหรับใช้ผสมอาหารสัตว์ภายใต้ตราสินค้าลูกแดง เช่น อาหารกึ่ง อาหารปลา อาหารสุนัข เป็นต้น ซึ่งมีปริมาณโปรตีนในสัดส่วนร้อยละ 13

7) อื่นๆ

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีที่มีคุณสมบัติสำหรับนำไปทำอาหารต่างๆ ได้อีกมากมาย คือ

- 1) แป้งสาลีสำหรับทำชالاเปา ภายใต้ตราสินค้าดำหลงเปา ซึ่งมีปริมาณโปรตีนต่ำอยู่ที่ร้อยละ 7-9 เนื้อแป้ง มีสีขาว ละเอียด เบา ปริมาณเถ้าต่ำ มีความเหนียวน้อย เหมาะสำหรับนำไปทำชالاเปา เล็ก คุกกี้ ปุยฝ้าย ขนมสาลี่ เอแคลร์ โมจิ แยมโรล ขนมไข่
- 2) แป้งสาลีสำหรับทำปาท่องโก๋ ภายใต้ตราสินค้าคู่โก๋ โดยมีปริมาณโปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 11-13 ดูดซึมน้ำดีมาก มีความเหนียวพอเหมาะ ซึ่งจะทำให้ได้ปาท่องโก๋ที่ฟูตัวดี กรอบ ได้ปริมาณมากไม่อมน้ำมัน
- 3) แป้งสาลีสำหรับทำเค้ก ภายใต้ตราสินค้า หัวใจ เช่น บัตเตอร์เค้ก สปันจ์เค้ก ชิฟฟอนเค้ก เป็นต้น โดยแป้งดังกล่าวจะมีปริมาณโปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 7-9 เนื้อแป้งมีสีขาวละเอียด มีคุณสมบัติดูดน้ำ น้ำตาล ไขมัน ได้มาก และช่วยให้การผสมส่วนต่างๆ เข้ากันได้ดี ทำให้ได้เนื้อเค้กละเอียดมีความนุ่มนวล
- 4) แป้งขนมปังโฮลวีท ภายใต้ตราสินค้า ปังทอง แป้งสำเร็จรูปสำหรับทำขนมปังโฮลวีท มีปริมาณโฮลวีทสูงถึง ร้อยละ 50 สามารถนำไปผลิตขนมปังได้ง่ายและได้เนื้อขนมปังเหนียวนุ่ม อุดมไปด้วยใยอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระสำหรับผู้รักสุขภาพ

ปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีมาจากการถูกควบคุมของหน่วยงานราชการ 2 หน่วยงาน ได้แก่

- 1) กรมการค้าภายใน และ 2) กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมการค้าภายในได้กำหนดให้แป้งสาลีเป็นสินค้าควบคุมราคาจำหน่าย และให้ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกลาง ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ เรื่อง การแจ้งต้นทุน ราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับแป้งสาลี เพื่อให้หน่วยงานราชการจะสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของราคาให้ราคาเป็นธรรม และป้องกันการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขึ้นราคาขายให้สูงกว่าราคาที่ผู้ประกอบการแจ้งได้ ดังนั้น หากราคาข้าวสาลีในตลาดโลกปรับเพิ่มขึ้น จนทำให้ราคาขายสินค้าสูงกว่าราคาขายที่ได้แจ้งไว้ โรงงานผลิตแป้งสาลีไม่สามารถผลัก

ภาระต้นทุนให้แก่ลูกค้าได้ทั้งหมด เนื่องจากมีข้อจำกัดในการปรับขึ้นราคา ซึ่งโรงงานจะต้องได้รับอนุญาตจากกรมการค้าภายใน ก่อนจึงจะปรับขึ้นราคาได้รวมถึงเรื่องความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เนื่องจากแป้งสาลีเป็นวัตถุดิบหลักในการนำไปผลิตสินค้ามากมายที่ เรามบริโภคในแต่ละวัน ดังนั้นกระทรวงสาธารณสุขมีบทบาทที่สำคัญในการดำเนินการให้โรงงานสามารถผลิตสินค้าที่ปลอดภัยตรง ตามสุขลักษณะทุกอย่าง

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ปัจจุบันคนไทยนิยมบริโภคขนมปังมากขึ้น เพราะขนมปังเป็นเมนูอาหารที่หารับประทานได้ง่ายและสะดวกในการซื้อ รวมทั้งยังมีราคาที่ไม่แพง หาซื้อได้ง่าย ประกอบกับธุรกิจขนมปังมีอยู่หลายแบรนด์มาทำตลาด เพื่อสร้างสีสันและเพิ่มทางเลือกให้กับ ผู้บริโภค รวมถึงตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขยายตัวขึ้นจากปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ตลาดมีความต้องการแป้งสาลีเป็นจำนวนมากเพื่อไปผลิต เป็นสินค้า โดยยังไม่รวมความต้องการการนำเข้าแป้งสาลีไปผลิตสินค้าชนิดอื่น

ลักษณะการตลาด

เนื่องจากสินค้าของบริษัทฯ เป็นสินค้าแปรรูปนำไปผลิตสินค้าให้แก่ผู้บริโภค บริษัทฯ จะเน้นการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มี คุณภาพ โดยใช้เครื่องจักรอุปกรณ์แปรรูปแป้งที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถควบคุมการผลิตสูตรแป้งอย่างแม่นยำ สะอาด และถูก สุขลักษณะ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดย ผลิตแป้งสาลีตามสูตรเฉพาะของบริษัทฯ รวมถึงการให้บริการผลิตแป้งสาลีตามสูตรเฉพาะที่ลูกค้าต้องการ (Tailor-Made Flour) และ มีการคิดค้นแป้งสาลีสูตรใหม่ (Novel Products) เพื่อสนองตอบความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากการพัฒนาคุณภาพของ สินค้า ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญของบริษัทฯ แล้ว บริษัทฯ ได้มีการศึกษาการเคลื่อนไหวของตลาด ทำการวิเคราะห์คู่แข่ง และคอยติดตามนโยบายของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่เหมาะสม

กลยุทธ์การแข่งขัน

ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะเพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจโรงงานผลิตแป้งสาลีเมื่อกลางปี พ.ศ. 2550 แต่หากพิจารณาจากปริมาณการขาย สินค้าแล้วพบว่า บริษัทฯ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลยุทธ์การแข่งขันในทางการตลาดมีความสำคัญมากที่ทำให้บริษัทฯ สามารถ เพิ่มยอดขายได้ มุ่งเน้นการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ การให้บริการที่เน้นการเอาใจใส่ความต้องการของลูกค้า ดังนั้นในด้านการ ตลาดบริษัทฯ จึงมีกลยุทธ์การแข่งขันโดยแบ่งออกได้ ดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านคุณภาพ บริษัทฯ เลือกใช้อุปกรณ์เครื่องจักรที่ทันสมัย ใช้ระบบแปรรูปแป้งสาลีอัตโนมัติ ซึ่งมีความสามารถพิเศษในการควบคุมคุณภาพของแป้งสาลีสูตรต่าง ๆ ได้อย่างแม่นยำ สะอาดและถูกสุขลักษณะ รวมถึงการมีฝ่ายประกัน คุณภาพที่ดูแลคุณภาพการผลิต ตั้งแต่กระบวนการรับวัตถุดิบ ผลิตขั้นระหว่างกระบวนการผลิต จนถึงผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายก่อน การส่งมอบ เพื่อให้การตรวจสอบเป็นไปตามระบบ GMP, HACCP, ISO 22000 และ HALAL โดยในกระบวนการรับวัตถุดิบฝ่าย ตรวจสอบคุณภาพจะสุ่มเก็บตัวอย่างวัตถุดิบทุกๆ 2 ชั่วโมง สำหรับกรณีที่ซื้อแบบเทกองและเก็บตัวอย่างจากรถทุกคัน กรณีซื้อเป็น Container เพื่อนำมาวิเคราะห์ค่าความชื้น โปรตีนและเถ้า สำหรับผลิตภัณฑ์ระหว่างกระบวนการผลิตจะมีการสุ่มเก็บตัวอย่างเพื่อ วิเคราะห์ค่าอื่น ๆ เพิ่มเติม ได้แก่ กลูเตน ตรวจดูสีแป้ง วิเคราะห์เชื้อจุลินทรีย์ และทำ Baking test (นำแป้งมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ตามที่ ลูกค้าจะนำไปใช้) รวมถึงการดูแลแป้งที่ผลิตเรียบร้อยแล้วเก็บในสถานที่ที่ปลอดภัยต่อสภาวะอากาศ สัตว์แมลง เช่น มอด เป็นต้น

2) กลยุทธ์ด้านบริการ พนักงานขายจะเน้นการเอาใจใส่ความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ และมีการสอบถามลูกค้าเพื่อประเมินคุณภาพสินค้าว่าตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือไม่ รวมถึงมีแผนวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำการวิเคราะห์วิจัยหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อให้ลูกค้ามีสินค้าให้เลือกที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการให้บริการหลังการขาย หลังจากส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าแล้ว หากสินค้ามีปัญหาบริษัทฯ จะรีบส่งฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ เพื่อตรวจสอบหาสาเหตุให้กับลูกค้า และจะรีบดำเนินการจัดส่งสินค้าใหม่ให้ลูกค้าไม่เกิน 7 วัน

3) กลยุทธ์ด้านราคา ในช่วงเริ่มเปิดดำเนินการธุรกิจ การใช้กลยุทธ์ด้านราคาถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ เนื่องจากบริษัทฯ เพิ่งเริ่มดำเนินการธุรกิจไม่นานต้องสร้างฐานลูกค้าให้แข็งแกร่งเพื่อจะเพิ่มยอดขายในอนาคตต่อไป ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องจำหน่ายสินค้าในราคาที่จูงใจต่อลูกค้าในช่วงแรก และปัจจุบันได้ปรับราคาเพื่อให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าที่ลูกค้าได้รับ

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากแป้งสาลีเป็นวัตถุดิบหลักที่จำเป็นต้องใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารหลายประเภท ซึ่งลูกค้าแต่ละประเภทจะนิยมซื้อแป้งสาลีที่มีปริมาณโปรตีนแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการใช้ ดังนั้นบริษัทฯ จะผลิตแป้งสาลีตามสูตรเฉพาะของบริษัทฯ และผลิตตามสูตรเฉพาะตามที่ลูกค้าต้องการ (Tailor-Made Flour) เพื่อสามารถรองรับตามความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้ โดยกลุ่มลูกค้าที่ซื้อแป้งสาลีโปรตีนสูง คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 75 ของรายได้รวม ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมผลิต บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผลิตบะหมี่สด ผลิตขนมปัง และผลิตอาหารสัตว์ ส่วนแป้งสาลีโปรตีนต่ำ คิดเป็นสัดส่วนรายได้ร้อยละ 25 จะเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ได้แก่ ร้านเบเกอรี่ ร้านขนมคุกกี้ ขนมขบเคี้ยว ขนมอบนานาชาติ ซาลาเปา และปาท่องโก๋

ลักษณะลูกค้าของบริษัทฯ จะสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) กลุ่มลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าเป็นครั้ง โดยไม่มีการผูกสัญญาระยะยาว ซึ่งกลุ่มลูกค้าลักษณะนี้บริษัทฯ จะทำการส่งใบเสนอราคาล่าสุดไปให้ตามสินค้าที่ลูกค้าแต่ละรายต้องการสั่งซื้อ และ 2) กลุ่มลูกค้าที่มีการผูกสัญญาเป็นรายไตรมาส โดยกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ บริษัทฯ จะมีการส่งใบเสนอราคาไปเช่นกัน แต่จะระบุให้ชัดเจนว่าราคาที่นำเสนอเป็นราคาที่ครอบคลุมช่วงระยะเวลาใด และในแต่ละเดือนจะมีปริมาณการจัดส่งมากน้อยเพียงใด และรวมของทั้งสัญญาจะมีปริมาณเท่าใด โดยจะมีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นข้อมูลล่าสุดให้กับลูกค้าไตรมาสละ 1 ครั้ง โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายของลูกค้าแต่ละประเภทอยู่ที่ประมาณร้อยละ 80 และร้อยละ 20 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 จำหน่ายมีหลายประเภท โดยแยกเป็นแป้งสาลีที่มีปริมาณโปรตีนสูงและโปรตีนต่ำ แป้งสาลีที่มีปริมาณโปรตีนสูงสามารถแบ่งได้หลายชนิด ได้แก่ แป้งบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป แป้งบะหมี่สด แป้งขนมปัง และแป้งอาหารสัตว์ ส่วนแป้งสาลีที่มีปริมาณโปรตีนต่ำเป็นแป้งสาลีจำพวกแป้งเอนกประสงค์ บิสกิต เค้ก ซาลาเปา และปาท่องโก๋ จากคุณสมบัติที่แตกต่างกันจึงมีผลต่อต้นทุนการผลิตของแป้งสาลี ทำให้ราคาขายสินค้าแต่ละประเภทแตกต่างกันรวมถึงบริษัทฯ ต้องคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ว่าเป็นอุตสาหกรรมโรงงานขนาดใหญ่หรือเป็นอุตสาหกรรมโรงงานขนาดกลางและเล็ก บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการกำหนดราคาแป้งในลักษณะต้นทุนในการผลิตบวกด้วยอัตรากำไรตามที่คณะกรรมการบริหารได้กำหนดไว้ โดยจะพิจารณาราคาขาย

สินค้าของผู้ประกอบการรายอื่นประกอบด้วย ซึ่งในการตั้งราคาขายดังกล่าวต้องไม่เกินราคาขายที่บริษัทฯ แจ้งกับกรมการค้าภายในไว้

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ลักษณะการขายของบริษัทฯ จะเน้นการขายตรงให้แก่ลูกค้า โดยลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้าเป็นล็อต โดยมีการกำหนดราคาล่วงหน้าเป็นระยะสั้น ๆ และบริษัทฯ จะทยอยจัดส่งให้ลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการตามราคาที่ตกลงไว้ โดยการชำระเงินมีทั้งแบบการให้เครดิตทางการค้า และแบบเงินสด ในการขายตรงดังกล่าวบริษัทฯ มีทีมงานขายของบริษัทฯ โดยจะเน้นกรุงเทพและปริมณฑลเป็นหลัก ในปี 2558 มีทีมงานขายจำนวน 6 คน ดูแลลูกค้ากว่า 300 ราย ซึ่งพนักงานขายมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญและชำนาญในด้านการขาย โดยทำหน้าที่ติดต่อและประสานงานในการขายกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ค้าส่งหรือยี่ปั้วจะเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อให้สินค้ากระจายถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

ภาวะอุตสาหกรรม

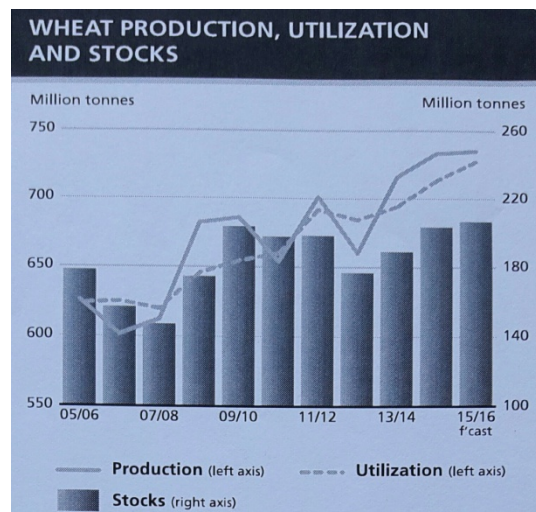
ภาวะอุตสาหกรรมผลิตข้าวสาลีและแป้งสาลีในตลาดโลก

ผลผลิตข้าวสาลีทั่วโลกในปี 2558 มีการคาดการณ์ที่จะไปถึง 735 ล้านตัน มากกว่าในปี 2557 เกือบ 2 ล้านตัน ซึ่งส่วนใหญ่ส่งออกจากออสเตรเลีย, จีน, โมร็อกโก, ตุรกี, ยูเครน และสหรัฐอเมริกา

การค้าโลก ในปี 2558/2559 (กรกฎาคม/มิถุนายน) มีการคาดการณ์ที่ 150 ล้านตัน ต่ำกว่าปี 2557/2558 ถึงเกือบ 6 ล้านตัน หรือประมาณร้อยละ 4 ส่วนใหญ่หดตัวจากความผันผวนของฤดูกาลที่ผ่านมาในเอเชียและแอฟริกาเหนือ การได้รับแรงสนับสนุนจากการที่สกุลเงินอ่อนแอ การส่งออกจากรัสเซีย และยูเครน คาดว่าจะถึงจุดสูงสุดใหม่ในปี 2558/2559 ในขณะที่การส่งออกจากประเทศแคนาดาและสหภาพยุโรปลดลง

การใช้ข้าวสาลีรวมในปี 2558/2559 คาดว่าจะถึง 727 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.0 จาก 2557/2558 อาหารสัตว์คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 4.2 หรือ 144 ล้านตัน ความต้องการส่วนใหญ่อยู่ในเอเชียและอเมริกาเหนือ ในประเทศสหรัฐอเมริกาคาดการณ์ว่าการบริโภคจากข้าวสาลีจะเพิ่มขึ้นอย่างมากจากฤดูกาลที่ผ่านมา สืบเนื่องจากปีนี้ผลผลิตมีคุณภาพต่ำในสหภาพยุโรปที่มีการขายข้าวในประเทศ (ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยเฉพาะ) คาดว่าจะลดลงกว่าในปี 2557/2558 การใช้ข้าวสาลีสำหรับอาหารสัตว์คาดว่าจะเพิ่มขึ้น ทั้งๆ ที่ผลผลิตข้าวสาลีจะลดลงเล็กน้อยในปีนี้

มีการคาดการณ์ว่าสิ้นฤดูกาลปี 2559 จะมีข้าวสาลิลงเหลือเพิ่มขึ้นถึงระดับสูงสุดในรอบ 13 ปี ขึ้นอยู่กับการคาดการณ์ในปัจจุบันว่าข้าวสาลีทั่วโลกจะมีการใช้ในปี 2558/2559 สูงขึ้นร้อยละ 28.9 สูงสุดนับตั้งแต่ปี 2554/2555 (ข้อมูล Food Outlook October 2015 ของ FAO)



WORLD WHEAT MARKET AT A GLANCE				
	2013/14	2014/15 estim.	2015/16 fcast	Change: 2015/16 over 2014/15
million tonnes				
WORLD BALANCE				
Production	715.6	732.9	734.8	0.3
Trade ¹	156.8	155.8	150.0	-3.7
Total utilization	693.9	712.9	727.0	2.0
Food	481.3	486.1	490.6	0.9
Feed	127.4	138.2	144.0	4.2
Other uses	85.2	88.6	92.4	4.4
Ending stocks	188.4	202.6	205.9	1.6
SUPPLY AND DEMAND INDICATORS				
Per caput food consumption:				
World (kg/yr)	67.2	67.2	67.0	-0.2
LIFDC (kg/yr)	47.9	47.6	47.4	-0.4
World stock-to-use ratio (%)	26.4	27.9	28.9	
Major exporters stock-to-disappearance ratio ² (%)	13.8	15.6	16.8	
FAO WHEAT PRICE INDEX ³ (2002-2004=100)				
	2013	2014	2015 Jan-Sep	Change: Jan-Sep 2015 over Jan-Sep 2014 %
	194	181	147	-19.6

¹ Trade refers to exports based on a common July/June marketing season.
² Major exporters include Argentina, Australia, Canada, EU, Kazakhstan, Russian Fed., Ukraine and the United States.
³ Derived from the International Grains Council (IGC) wheat index.

Table 2. Wheat production: leading producers*

	2013	2014 estim.	2015 f ^{cast}	Change: 2015 over 2014
	million tonnes			%
European Union	143.6	157.0	154.5	-1.6
China (Mainland)	121.9	126.2	129.9	2.9
India	93.5	95.9	88.9	-7.2
Russian Federation	52.1	59.7	59.8	0.1
United States	58.1	55.1	58.1	5.4
Canada	37.5	29.3	24.6	-15.9
Pakistan	24.2	26.0	27.0	3.8
Australia	25.3	23.7	25.3	6.8
Ukraine	22.3	24.1	25.8	7.0
Turkey	22.1	19.0	22.5	18.4
Iran Islamic Rep. of	14.0	14.0	14.0	0.0
Kazakhstan	14.0	13.0	14.0	7.7
Argentina	9.2	13.9	11.0	-20.9
Egypt	8.8	8.8	9.0	2.3
Other countries	69.1	67.3	70.4	4.5
World	715.6	732.9	734.8	0.3

* Countries listed according to their position in global production (average 2013-2015)

ที่มา : Food Outlook October 2015 FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations)

ราคาข้าวสาลีโลกยังคงต่ำกว่าระดับราคาขายในปีก่อน จากความกดดันที่มีความต้องการขายจำนวนมาก ความไม่แน่นอนเกี่ยวกับผลกระทบของสภาพอากาศที่เลวร้ายต่อพืชในช่วงขั้นตอนการเจริญเติบโตที่สำคัญ ก่อให้เกิดการเพิ่มราคาขึ้นแบบสูงชันก่อนที่จะเริ่มต้นฤดูกาลในเดือนกรกฎาคม

ภาวะอุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีในประเทศไทย

ปัจจุบันคนไทยมีความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์จากแป้งสาลีเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นขนมปัง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป บะหมี่สด ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ต่าง ๆ อาทิเช่น เค้ก ซาลาเปา ปาท่องโก๋ ขนมขบเคี้ยวและอื่นๆ ทำให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากแป้งสาลีในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

วัตถุดิบหลักในการผลิตแป้งสาลี คือ ข้าวสาลี ซึ่งเป็นธัญพืชที่เจริญเติบโตได้ดีในสภาพแวดล้อมที่มีอากาศเย็นและไม่สามารถปลูกได้ในประเทศ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยประเทศไทยสามารถนำเข้าได้ทั้งในรูปแบบของข้าวสาลีและแป้งสาลี โดยข้าวสาลีและแป้งสาลีที่นำเข้าจากแต่ละประเทศจะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน โดยปกติข้าวสาลีแบ่งได้ 2 จำพวก ได้แก่ ข้าวเมล็ดแข็ง (Hard Wheat) และข้าวเมล็ดอ่อน (Soft Wheat) ซึ่งแป้งที่ได้จากข้าวเมล็ดแข็งจะมีโปรตีนสูงในขณะที่แป้งที่ได้จากข้าวเมล็ดอ่อนจะมีโปรตีนต่ำ 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

ปกติประเทศไทยมีการนำเข้าข้าวสาลีจากประเทศสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลียเป็นหลัก รองลงมาเป็นยูเครนและแคนาดา และมีบางส่วนนำเข้าจากประเทศภายในทวีปเอเชียด้วยเช่นกัน แต่เป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับยอดสั่งซื้อจากสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย โดยราคาขายข้าวสาลีถูกกำหนดโดย Grain Exchange ในสหรัฐอเมริกา แต่ในปี 2558 ข้าวสาลีถูกนำเข้าจากยูเครนเป็นอันดับหนึ่ง ตามด้วยฝรั่งเศสและบราซิล ส่วนสหรัฐอเมริกาก็บออสเตรเลียนยอดการนำเข้าลดลงอย่างมาก ดูได้จากสถิติแหล่งและปริมาณการนำเข้าข้าวสาลีของประเทศไทยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2556 จนถึงปี 2558 เป็นดังนี้

ลำดับ	ประเทศ	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
1	ออสเตรเลีย	369,563	449,969	76,036
2	อเมริกา	606,521	500,109	189,880
3	ยูเครน	388,321	374,549	1,446,914
4	แคนาดา	250,037	107,850	134,090
5	อินเดีย	77,016	1,756	1,234
6	บราซิล	-	53,869	459,827
7	มอลโดวา	-	8,778	15,835
8	ปากีสถาน	-	-	-
9	รัฐเซีย	-	483	-
10	ฝรั่งเศส	-	-	694,157
11	อื่นๆ	6	8	8

นอกจากการนำเข้าในรูปข้าวสาลีแล้ว ประเทศไทยมีการนำเข้าแป้งสาลีด้วยเช่นกัน โดยแหล่งนำเข้าแป้งสาลีที่สำคัญของประเทศไทยในปี 2558 ได้แก่ เวียดนาม ตุรกี ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น และศรีลังกา โดยสถิติการนำเข้าสำหรับตลาดการนำเข้าแป้งสาลีในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2556 จนถึงปี 2558 เป็นดังนี้

ลำดับ	ประเทศ	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
1	เวียดนาม	51,153	54,071	41,310
2	ตุรกี	32,507	20,009	28,349
3	จีน	9,134	865	1,136
4	ศรีลังกา	14,275	11,239	17,047
5	ญี่ปุ่น	14,332	12,486	10,904

ลำดับ	ประเทศ	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
6	ฟิลิปปินส์	15,610	15,181	17,200
7	สิงคโปร์	11,211	10,651	10,450
8	สโลเวเนีย	4,485	4,987	11,092
9	ยูเครน	5,864	4,604	4,806
10	ออสเตรเลีย	3,823	3,953	3,044
11	รัสเซีย	2,772	3,672	3,074
12	ลัตเวีย	4,244	6,116	8,352
13	มาเลเซีย	3,320	2,607	3,194
14	เกาหลีใต้	2,071		2,274
15	ไต้หวัน	21		38
16	อื่น ๆ	3,197	12,421	4,224

การนำเข้าข้าวสาลีของประเทศไทย ส่วนใหญ่จะนำเข้าข้าวสาลีเพื่อนำมาผลิตอาหาร โดยหลัก ๆ จะมาจาก 3 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และแคนาดา ดังนั้นเมื่อพิจารณาตัวเลขการนำเข้าข้าวสาลีจาก 3 ประเทศ และตัวเลขการนำเข้าแป้งสาลี ในช่วงปี 2556 - 2558 พบว่าอัตราการใช้แป้งสาลีโดยรวมยังมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของการอุดหนุนจากภาครัฐสำหรับอุตสาหกรรมข้าวสาลีและแป้งสาลีจะเป็นในลักษณะการยกเว้นการเรียกเก็บภาษีอากรขาเข้าข้าวสาลีและการลดพิกัดอัตราภาษีนำเข้าแป้งสาลีในปี 2548 นอกจากนี้จะเป็นการคุ้มครองในส่วนของผู้บริโภคมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดให้แป้งสาลีเป็นสินค้าควบคุมของกรมการค้าภายในหรือการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้มีการทำข้อตกลงกับสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ซึ่งมีผลทำให้ต้องมีการลดภาษีนำเข้าของแป้งสาลีเหลือร้อยละ 0 โดยมีผลเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นไป ทำให้มีการแข่งขันด้านราคาสูงขึ้นและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโรงงานแป้งสาลีที่ต้องพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นที่พอใจของลูกค้าในขณะที่ต้องรักษาระดับราคาที่เหมาะสมด้วยเช่นกัน

ภาวะการแข่งขัน

อุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยเริ่มดำเนินการมากกว่า 40 ปี โดยเริ่มแรกมีผู้ผลิตรวม 4 ราย ได้แก่ บมจ. ยูนิเต็ดฟลาวมิลล์ (UFM) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี 2521 และได้ขอลงหุ้นจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน (Delisting) แล้วตั้งแต่ปี 2553 บริษัท แหลมทองสหการ จำกัด บริษัท สยามฟลาวค้ำแข็ง จำกัด บริษัท อุตสาหกรรมแป้งข้าวสาลีไทย ต่อมาหลังจากปี พ.ศ. 2534 เป็นต้นมามีผู้ผลิตเพิ่มขึ้นดังนี้ บริษัท บางกอก ฟลาว มิลล์ จำกัด บริษัท นิสชิน เอสทีซี ฟลาวมิลล์ จำกัด บริษัท เคอรี่ ฟลาวมิลล์ จำกัด บริษัท คิงส์ มิลล์ จำกัด บริษัท แปซิฟิกฟลาวมิลล์ จำกัด และบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด (ผลิตเพื่อใช้เลี้ยงกุ้งโดยเฉพาะ) และบริษัทที่เพิ่งประกอบอุตสาหกรรมแป้งสาลีได้แก่ บริษัท เพอร์ซิเคนท์ฟลาวมิลล์

รับรองความถูกต้อง.....

จำกัด อย่างไรก็ตามในปัจจุบันกลุ่มโรงงานผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยมีทั้งหมด 11 บริษัท (รวมบริษัทด้วย) โดยแต่ละโรงงานมีกำลังการผลิตอยู่ระหว่าง 250 - 1,500 ตันต่อวัน

สภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเน้นการแข่งขันกันในเรื่องของคุณภาพและการให้บริการ หากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่จะเน้นการใช้กลยุทธ์ราคาเป็นหลัก นอกจากการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมด้วยกันแล้วผู้ประกอบการยังต้องมีการดำเนินธุรกิจแข่งขันกับผู้ประกอบการที่นำเข้าแป้งสาลีสำเร็จรูปจากต่างประเทศด้วยเนื่องจากก่อนปี 2548 ประเทศไทยมีการกำหนดพิกัดอัตราภาษีนำเข้าของแป้งสาลีในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 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 และปี 2557 ประมาณร้อยละ 22 ร้อยละ 1 ร้อยละ 18 และร้อยละ 12 ตามลำดับ

หากพิจารณาจากสถิติปริมาณการนำเข้าแป้งสาลีในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาที่ปรับเพิ่มขึ้นแต่การนำเข้าแป้งสาลีมีข้อด้อยในแง่ของการควบคุมคุณภาพเนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาในการขนส่ง ความเสี่ยงจากความชื้น และมอด แผลงทำให้คุณภาพแป้งสาลีไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการได้ สำหรับบริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากการนำเข้าดังกล่าวไม่มากนักเนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าคนละกลุ่มกับของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่กลุ่มผู้ประกอบการที่นำเข้าแป้งสาลีเองจะไม่เน้นการใช้แป้งที่มีคุณภาพสำหรับการผลิต จึงไม่ใช่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ 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 มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากสหรัฐอเมริกาเป็นส่วนใหญ่โดยซื้อแบบเทกอง (Bulk) ซึ่งระยะเวลาในการจัดซื้อจะอยู่ในช่วง

รับรองความถูกต้อง.....

ฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิตประมาณเดือนมีนาคมและเดือนกันยายนของทุกปี และจากออสเตรเลียเป็นแบบผู้คอนเทนเนอร์ โดยจะจัดซื้อเฉลี่ยประมาณเดือนละ 3-4 ครั้งขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการในแต่ละช่วง ข้าวสาลีที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตมี 2 ประเภท ได้แก่ ข้าวเมล็ดแข็ง (Hard Wheat) และ ข้าวเมล็ดอ่อน (Soft Wheat) แป้งสาลีที่ทำจากข้าวเมล็ดแข็งมักจะมีโปรตีนในสัดส่วนที่สูงประมาณร้อยละ 13-15 มีคุณสมบัติเนื้อเหนียว มักจะนำไปใช้ทำขนมปังสำเร็จรูป ขนมปัง และอาหารสัตว์ แหล่งนำเข้าคือสหรัฐอเมริกา ในขณะที่แป้งสาลีที่ทำจากข้าวเมล็ดอ่อนจะมีโปรตีนต่ำกว่าร้อยละ 10-11 จะมีความเหนียวน้อย และมีลักษณะเนื้อนุ่มส่วนใหญ่จะนำไปผลิตเค้ก ซาลาเปา ปาท่องโก๋ และคุกกี้ โดยมีแหล่งนำเข้าจากออสเตรเลีย

สำหรับการบริหารจัดการวัตถุดิบ บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการเก็งกำไรจากวัตถุดิบ และไม่มีการบริหารจัดการวัตถุดิบในลักษณะการเข้าทำสัญญา futures เนื่องจากการตั้งราคาขายแป้งจะปรับขึ้นลงตามราคาต้นทุนข้าว ซึ่งลูกค้าเข้าใจดี สำหรับขั้นตอนการจัดซื้อข้าวสาลีจากต่างประเทศจะเป็นการซื้อโดยผ่าน Trader ในต่างประเทศ โดยใช้ราคาอ้างอิงจากราคาซื้อขายสินค้าล่วงหน้าที่ 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 โดยขนส่งผ่านเรือขนาดใหญ่ซึ่งจำเป็นต้องสั่งซื้อในปริมาณมาก บริษัทฯ จึงต้องหาแนวทางในการบริหารจัดการวัตถุดิบเหล่านี้ไม่ให้อยู่ในคลังนานเกินไป เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ในบางช่วงบริษัทฯ จึงมีความจำเป็นต้องขายวัตถุดิบบางส่วนให้กับกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ที่มีความจำเป็นต้องซื้อวัตถุดิบอยู่แล้วเพื่อเป็นการบริหารคงคลังไม่ให้เกิน 4-6 เดือนตามมาตรฐานที่วางเอาไว้ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในส่วน of โรงงานอาหารสัตว์ที่จำเป็นต้องซื้อข้าวสาลีไปเลี้ยงสัตว์เพิ่มเติม

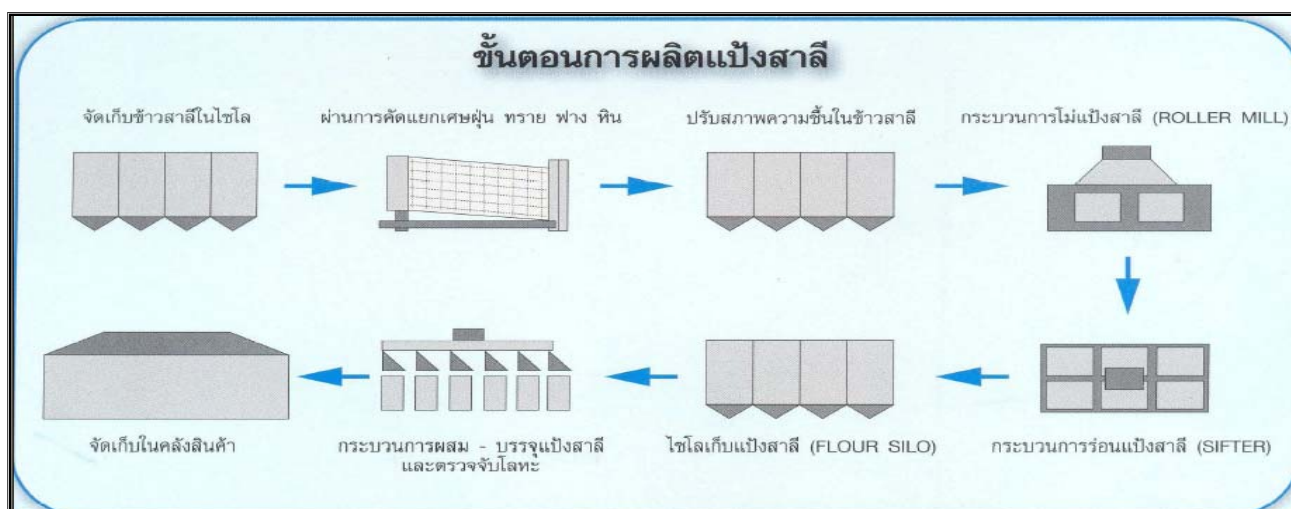
กระบวนการผลิต

บริษัทฯ มีการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับแผนการขายและมีการเปรียบเทียบการผลิตที่ผลิตได้จริงกับความต้องการสินค้าของฝ่ายขายว่าเป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้เพื่อให้การควบคุมการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการจัดทำประมาณการวางแผนความต้องการใช้สินค้า อาทิเช่น ข้าวสาลี สารเคมี เป็นต้น ไว้ล่วงหน้าให้สอดคล้องกับแผนการผลิตและมาตรฐานที่กำหนด

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตเป็นอย่างมากเนื่องจากสินค้าของบริษัทฯ เป็นสินค้าเพื่อการบริโภค ต้องยึดหลักความสะอาดเป็นสำคัญ โดยในระหว่างการผลิตจะมีการสุ่มตรวจสอบคุณภาพของสินค้าจากฝ่ายประกันคุณภาพ และมีการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบของฝ่ายผลิตเองเพื่อตรวจสอบสินค้าระหว่างผลิตก่อนการบรรจุ รวมถึงการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าทุก ๆ 2 ชั่วโมงโดยฝ่ายประกันคุณภาพ และหากพบว่าสินค้าไม่ได้มาตรฐานจะมีการวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุและปรับปรุงแก้ไขต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับการผลิตแป้งสาลีเป็นเครื่องจักรของยี่ห้อ บูลเลอร์ (Buhler) จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และมีการจัดวางแผนการตรวจเช็คซ่อมบำรุงเครื่องจักรอยู่เป็นประจำ รวมถึงมีการจัดทำขั้นตอนการผลิตในแต่ละส่วนงานไว้อย่างละเอียดเพื่อให้เป็นไปตามระบบ ISO 22000 : 2005 / GMP / HACCP โดยกระบวนการผลิตแป้งสาลีสามารถสรุปได้ทั้งหมด 4 ขั้นตอนหลักๆ ดังนี้

- 1) การย้ายข้าวสาลี (SILO) เป็นกระบวนการลำเลียงข้าวสาลีจากไซโลหลักมาไว้ไซโลรองเพื่อเตรียมไว้สำหรับการทำความสะอาดและปรับสภาพความชื้นของข้าวสาลีให้เหมาะสมต่อกระบวนการผลิตแป้งสาลีต่อไป บริษัทฯ มีไซโลทั้งหมด 19 ไซโล โดยแบ่งเป็นไซโลขนาดใหญ่ 6 ไซโลมีความจุไซโลละ 6,000 ตัน ขนาด 2,500 ตัน 8 ไซโล ขนาด 2,000 ตัน 2 ไซโล และไซโลขนาดเล็ก 3 ไซโลมีความจุไซโลละ 300 ตัน สำหรับบรรจุข้าวสาลีที่ส่งเข้ามา
- 2) การทำความสะอาดเมล็ดข้าว (Wheat Cleaning) เป็นขั้นตอนการทำความสะอาด ปรับสภาพความชื้น และระยะเวลาการหมักข้าวสาลีเพื่อให้เหมาะต่อการนำไปโม่แป้งสาลี โดยนำเมล็ดข้าวสาลีมาผ่านเครื่องตรวจจับโลหะ คัดแยกเศษฝุ่นเปลือกข้าว ฝุ่นทราย ฟาง หิน ทำการคัดแยกเมล็ดข้าวหักออกทั้งหมด แล้วนำไปขัดผิวเมล็ด และเข้าสู่เปอร์ย์น้ำเพื่อปรับสภาพความชื้นให้เมล็ดข้าวดูดซับน้ำจนหมดเพื่อให้ข้าวอ่อนตัวเหมาะกับการนำไปโม่ เมล็ดข้าวสาลีจะผ่านขั้นตอนการทำความสะอาดและปรับความชื้นทั้งหมด 2 ครั้ง ระยะเวลาการทำความสะอาดและปรับความชื้นจะแตกต่างกันแล้วแต่ประเภทของเมล็ดข้าวสาลี หากเป็นเมล็ดข้าวแบบแข็งต้องใช้เวลาในกระบวนการทำความสะอาดเมล็ดข้าวประมาณ 42 ชั่วโมงต่อข้าว 100 ตัน ในขณะที่เมล็ดข้าวแบบอ่อนใช้ประมาณ 30 ชั่วโมงต่อข้าว 100 ตัน
- 3) การโม่แป้งสาลี (Milling) การนำข้าวสาลีที่ผ่านการทำความสะอาดแล้วมาผ่านเครื่องขัดผิวเมล็ดและตรวจจับโลหะด้วยแม่เหล็กอีกครั้งหนึ่งเพื่อป้องกันเศษเหล็กปนเปื้อน ต่อมาผ่านขั้นตอนการบด โดยจะทำการบดทั้งหมด 2 ครั้ง โดยการบดชุดแรกเป็นการบดเพื่อให้ข้าวแยกออกจากเปลือกเมล็ดข้าว ข้าวที่แตกจะผ่านตะแกรงเพื่อร่อนเอาส่วนที่ละเอียด และเข้าชุดที่สองให้กลายเป็นแป้ง ในส่วนที่ผ่านตะแกรงร้อนแล้วมีลักษณะหยาบจะส่งไปบดกับลูกกลิ้งอีกจนกว่าจะได้ขนาดที่ต้องการ ผลผลิตที่ได้จะเป็นแป้งและรำข้าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75 และ 25 ตามลำดับ ซึ่งจะเก็บแยกไซโลกัน โดยแป้งที่โม่เสร็จบรรจุลงไซโลโดยแยกตามสายพันธุ์ของข้าวสาลี
- 4) การผสมและบรรจุ (Blending and Packing) การนำแป้งสาลีจากไซโลที่ผลิตได้โดยแบ่งเป็นแต่ละสายพันธุ์มาผสมกันตามสูตรที่ลูกค้าสั่งซื้อไว้ หลังจากนั้นจะทำการร่อนแป้งเพื่อให้แน่ใจว่าแป้งสาลีไม่มีเศษเจือปนก่อนจะนำไปบรรจุลงถุงขนาด 22.5 กิโลกรัม และก่อนนำไปจัดเก็บในคลังสินค้าจะผ่านการดักจับโลหะอีกครั้ง



ระยะเวลาในการผลิตแป้งสาลีให้พร้อมจำหน่ายสำหรับข้าวเมล็ดแข็งและเมล็ดอ่อนอยู่ประมาณ 9.5 วัน และ 9.0 วัน ต่อข้าวสาลี 100 ตัน ตามลำดับ ปัจจุบันบริษัทฯ มีสายการผลิต 1 สายการผลิต โดยสามารถที่จะผลิตได้เดินเครื่องจักรตลอด 24 ชั่วโมง แบ่งเป็น 3กะ โดยในแต่ละครั้งจะสามารถผลิตเฉพาะแต่ละสายพันธุ์ กำลังการผลิตสูงสุดอยู่ที่ 500 ตันข้าวต่อวัน โดยอัตราการใช้กำลังการผลิตในช่วงปี 2556 ถึงปี 2558 เท่ากับ ร้อยละ 95.63 ร้อยละ 98.20 และร้อยละ 67.12 ตามลำดับ โดยอัตราการใช้กำลังผลิตในช่วงปี 2558 มีอัตราลดลงเนื่องจากการมีการขยายกำลังการผลิตในระหว่างปี แต่ยังไม่สามารถเดินเครื่องผลิต และขยายฐานลูกค้าได้เต็มที่ แต่ถ้าวัดที่ปริมาณการผลิต ปี 2558 เพิ่มขึ้นมากกว่าปี 2557 ด้วยเหตุนี้จึงทำให้อัตราการผลิตของบริษัทฯ ลดลง แต่อย่างไรก็ตาม ในปี 2557 และ 2558 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีอัตราการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 2.68 และ 19.62 ตามลำดับ

การผลิตแป้งสาลี	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
กำลังการผลิต (ตัน/วัน)	250	250	500
ปริมาณการผลิตเต็มที่ (ตัน)*	78,000	78,000	136,500
ปริมาณการผลิตจริง (ตัน)	74,594	76,595	91,625
การใช้กำลังการผลิต (%)	95.63	98.20	67.12
อัตราเพิ่ม (ลดลง) ของปริมาณการผลิต (%)	+13.44	+2.68	+19.62

หมายเหตุ : *จำนวนวันที่ผลิตคิดจาก 26 วันต่อเดือน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไม่มีเนื่องจากใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเป็นกระบวนการผลิตแบบปิดจึงไม่มีฝุ่นแป้งฟุ้งกระจายออกไปภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง ส่วนการใช้น้ำในโรงงานจะใช้เพื่อปรับความชื้นข้าวสาลีซึ่งในระหว่างกระบวนการผลิตข้าวจะดูดซับน้ำทั้งหมดทำให้โรงงานไม่มีการปล่อยน้ำเสียซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยที่ผ่านมาไม่มีการดำเนินคดีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และ 2557 บริษัทฯ ไม่มีภาระผูกพันเกี่ยวกับสัญญาขายสินค้าที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ การผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีที่มีคุณภาพให้ได้นั้น ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ มากมายที่จะส่งเสริมให้บริษัทสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัทที่ตั้งไว้ได้ เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การเก็บรักษาวัตถุดิบให้คงคุณภาพก่อนนำเข้ากระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพแป้งสาลีระหว่างผลิตไปจนถึงขั้นตอนการจัดเก็บและจัดส่งแป้งสาลีให้ลูกค้า ตลอดจนรักษาคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดทั้งในด้านของคุณภาพสินค้าและบริการ การประเมินปัจจัยความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อบริษัทไม่สามารถบรรลุเป้าประสงค์ได้ก็มีความสำคัญเช่นกัน ดังนั้น บริษัทฯ ได้วิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการทำงานในอนาคตไว้ ดังนี้

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน

ความเสี่ยงจากการมีพื้นที่เก็บวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีไซโลขนาดเล็กและใหญ่รวมกันทั้ง หมด 19 ไซโล สำหรับจัดเก็บวัตถุดิบคือข้าวสาลี ซึ่งไซโลที่บริษัทฯ มีอยู่ทั้งหมดยังมีพื้นที่ไม่เพียงพอต่อปริมาณวัตถุดิบของบริษัทฯ ในบางช่วงเวลาที่ข้าวสาลีเป็นจำนวนมาก จึงทำให้บริษัทฯ มีความจำเป็นต้องเช่าไซโลหรือโกดังเพิ่มจากบริษัทที่เกี่ยวข้อง ซึ่งระยะอายุสัญญาเช่าจะขึ้นอยู่กับความจำเป็นในการจัดเก็บในแต่ละช่วงเวลา ที่ผ่านมามีบริษัทฯ จะทำสัญญาเช่าระยะสั้นอายุประมาณ 2-6 เดือน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงหากในช่วงเวลาที่ต้องการเช่าไซโลหรือโกดังดังกล่าวหรือกรณีต้องการเช่าไซโลเพิ่มแต่บริษัทที่เกี่ยวข้องไม่สามารถให้บริษัทฯ เช่าพื้นที่ได้ ทำให้เกิดผลกระทบต่อบริษัทฯ ในแง่การจัดหาสถานที่เก็บข้าวสาลี และในแง่ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาค่าเช่าในปัจจุบันเป็นราคาค่าเช่าเดียวกันกับที่บริษัทในกลุ่มให้เช่ากันเอง และเมื่อเปรียบเทียบกับราคาค่าเช่าไซโลของบุคคลภายนอกในบริเวณเดียวกันพบว่า ราคาค่าเช่าไซโลต่ำกว่าราคาค่าเช่าของบุคคลภายนอกรวมถึงค่าขนส่งที่ต้องเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทฯ เคยมีความต้องการเช่าพื้นที่จัดเก็บวัตถุดิบเพิ่มแต่ไม่สามารถเช่าไซโลจากบริษัทที่เกี่ยวข้องได้ จึงต้องขอเช่าพื้นที่ จากผู้ให้เช่าคลังสินค้ารายอื่น ซึ่งบริษัทฯ สามารถดำเนินการเช่าไซโลจากบุคคลภายนอกได้ โดยค่าใช้จ่ายรวมค่าขนส่งต่างๆ เพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ 0.6 ล้านบาทต่อระยะเช่าจำนวน 3 เดือนต่อ 1 ไซโล ซึ่งถือเป็นจำนวนที่ไม่มากนัก ทั้งนี้ในปัจจุบันบริษัทฯ มีพื้นที่ในการจัดเก็บวัตถุดิบรวม 60,000 ตัน ซึ่งเพียงพอสำหรับการจัดเก็บวัตถุดิบในปริมาณปกติ ยกเว้นเพียงบางช่วงเวลาที่มีการจัดเก็บมากกว่าปกติ จึงจะต้องเช่าโกดังเพิ่มเติม

ความเสี่ยงทางการเงิน

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ณ สิ้น ปี 2556 บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 0.5 เท่า และ ปรับเพิ่มขึ้นเป็น 0.8 เท่าในปี 2557 และ 1.1 เท่าในปี 2558 สาเหตุมาจากการกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่อลงทุนขยายกำลังการผลิต โดย ณ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินอยู่ในรูปของเงินกู้ระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวประมาณ 906.8 ล้านบาท และภาระดอกเบี้ยจ่าย จำนวน 23.6 ล้านบาท โดยอัตราดอกเบี้ยที่คิดอ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยเป็นแบบลอยตัว ซึ่งหากมีการปรับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ทำให้มีภาระดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทำให้กำไรของบริษัทฯ ลดลง รวมถึงอาจทำให้ผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นลดลงด้วย อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้มีการบริหารความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย โดยการจัดสรรเงินกู้ยืมที่เป็นอัตราดอกเบี้ยคงที่และลอยตัวให้เหมาะสมและติดตามแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ยอย่างสม่ำเสมอ

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ในการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งสาลี วัตถุดิบหลักที่สำคัญ คือ ข้าวสาลีซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งการชำระเงินจะใช้เงินสกุลเหรียญสหรัฐเป็นหลักในขณะที่สินค้าทั้งหมดที่บริษัทฯ ผลิตจะจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งการดำเนินธุรกิจดังกล่าวอาจส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้น หากค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินเหรียญสหรัฐจะทำให้ต้นทุนของ บริษัทฯ เพิ่มสูงขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน หากค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับค่าเงินเหรียญสหรัฐจะทำให้ต้นทุนของ บริษัทฯ ลดต่ำลง ดังนั้น เพื่อลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทฯ จึงได้มีการทำธุรกรรมทางการเงินโดยการจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนตามสกุลเงินในการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศล่วงหน้า (Fixed Forward Exchange Rate) เพื่อป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงบริษัทฯ ไม่มี

นโยบายเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน การทำสัญญาจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า นั้น จะอยู่ในดุลยพินิจที่รอบคอบของผู้บริหารของบริษัทฯ ซึ่งในการทำสัญญาดังกล่าวส่งผลให้บริษัทฯ บริหารต้นทุนไม่ให้มีความผันผวนมากนักและทราบต้นทุนล่วงหน้าได้ ทั้งนี้ ในช่วงผลการดำเนินงานที่ผ่านมาบริษัทฯ ยังไม่ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากในช่วงปี 2556 ปี 2557 และปี 2558 บริษัทฯ มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 1.2 ล้านบาท 1.5 ล้านบาท และ 12.2 ล้านบาท ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี การทำสัญญาล่วงหน้าที่ผ่านมามีได้ประกันว่าบริษัทฯ จะสามารถบริหารจัดการให้มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนต่อเนื่องได้ทุกปี เนื่องจากขึ้นอยู่กับความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในขณะที่ทำสัญญาล่วงหน้า

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบให้ตรงกับปริมาณและคุณภาพที่ต้องการ

วัตถุดิบหลักในการผลิตแป้งสาลี คือ ข้าวสาลี ซึ่งเป็นพืชที่เจริญเติบโตได้ดีในสภาพแวดล้อมที่มีอากาศเย็น ซึ่งประเทศไทยไม่สามารถเพาะปลูกได้จึงจำเป็นต้องมีการนำเข้าข้าวสาลีจากต่างประเทศทั้งหมด ประเทศที่ปลูกและจำหน่ายข้าวสาลี ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย แคนาดา จีน อินเดีย อาร์เจนตินา และอีกหลายประเทศในยุโรป โดยคุณภาพของข้าวสาลีจะมีความแตกต่างกันในแต่ละแหล่งเพาะปลูก สำหรับบริษัทฯ จะเลือกซื้อข้าวสาลีจากประเทศสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลียเป็นหลัก เนื่องจากข้าวสาลีมีค่าโปรตีนที่เหมาะสมกับการผลิตสินค้าของบริษัทฯ หากบริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาข้าวสาลีให้ตรงตามปริมาณการผลิตและตรงตามคุณภาพที่ต้องการได้ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ ดังที่เคยเกิดมาแล้วที่ออสเตรเลีย ซึ่งประสบภาวะอากาศแห้งแล้งทำให้ผลผลิตออกมาน้อย บริษัทฯ จะเกิดความเสี่ยงจากการไม่มีวัตถุดิบเพียงพอสำหรับผลิตสินค้าส่งมอบให้กับลูกค้าได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ทำข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้ากับผู้ค้าวัตถุดิบในการจัดหาข้าวสาลีที่มีคุณภาพและมีปริมาณตามที่บริษัทฯ ต้องการจากทั้งสองประเทศแล้ว รวมถึงการที่บริษัทฯ มีนโยบายการควบคุมและรักษาระดับวัตถุดิบคงคลังให้มีปริมาณเพียงพอต่อแผนการผลิตและจำหน่ายเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบเช่นกัน นอกจากนี้จากการที่ปัจจุบันมีหลายประเทศในโลกรู้จักเป็นแหล่งเพาะปลูกและผลิตข้าวสาลีได้ บริษัทฯ จึงสามารถหันไปนำเข้าข้าวสาลีจากประเทศอื่นได้ อาทิเช่น แคนาดา ประเทศในแถบอเมริกาใต้ จีนหรืออินเดีย ถึงแม้คุณภาพของข้าวสาลีอาจจะไม่เทียบเท่ากับข้าวสาลีที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย แต่บริษัทฯ สามารถนำเข้ามาผลิตไม่เป็นแป้งและผสมสูตรให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้

ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาข้าวสาลี

ข้าวสาลีเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ประเภทหนึ่งที่มีตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Grain Exchange) ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งต้นทุนหลักของบริษัทฯ คือ ข้าวสาลี คิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 90 ของต้นทุนขาย ซึ่งในการจัดซื้อข้าวสาลีของบริษัทฯ จะจัดซื้อหลัก ๆ ปีละประมาณ 3 ครั้ง ซึ่งในแต่ละครั้งจัดซื้อ มีปริมาณมากประมาณ 20,000 ตัน ราคาข้าวสาลีที่จัดซื้อ ครั้งหนึ่งๆ อาจใช้สำหรับการผลิตสินค้าไปถึง 4-6 เดือน หากราคาข้าวสาลีมีการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลให้ต้นทุนของบริษัทฯ มีความผันผวนและส่งผลกระทบต่อผลกำไรของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทฯ ไม่สามารถปรับราคาขายแป้งสาลีให้กับลูกค้าได้ทันทีทั้งหมด เนื่องจากแป้งสาลีเป็นหนึ่งในสินค้าควบคุมของกรมการค้าภายใน หากต้องการปรับราคาจำหน่ายต้องแจ้งต่อกรมการค้าภายในก่อน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของราคาข้าวสาลีได้โดยมีแผนการตลาดต่างประเทศติดตามแนวโน้มราคาข้าวสาลีในตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง และในช่วงที่ราคาข้าวสาลีขึ้นสูงมาก ๆ บริษัทฯ จะจัดซื้อให้เพียงพอกับความต้องการผลิตและจำหน่ายเท่านั้น รวมถึงยังมีการจัดการป้องกันความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาด้วยการจัดซื้อล่วงหน้าให้เหมาะสมกับแนวโน้มของราคาและยังมีการบริหารจัดการต้นทุนโดยการจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าเพื่อลดความผันผวนของต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นได้นอกจากนี้บริษัทฯ มีการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากการบริหารจัดการต้นทุนในส่วนการผลิต โดยมีแผนกวิจัยและพัฒนา

รับรองความถูกต้อง.....

ผลิตภัณฑ์ (R&D) ของบริษัทฯ ได้ทำการค้นคว้าวิจัยอย่างต่อเนื่องถึงการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีราคาต่ำ แต่สามารถนำมาผสมและได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดั้งเดิม และจากการบริหารจัดการต้นทุนตามที่กล่าวมามีส่วนช่วยทำให้ในปี 2558 ราคาข้าวสาลีลดลง 0.34 บาท ต่อกิโลกรัม ส่งผลให้ต้นทุนในส่วน of ข้าวสาลีลดลง

ความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนการขนส่งวัตถุดิบ (ราคาน้ำมัน)

บริษัทฯ ต้องนำเข้าข้าวสาลีจากต่างประเทศโดยใช้การขนส่งทางเรือ ซึ่งค่าขนส่งดังกล่าวถือเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนข้าวสาลี โดยค่าระวางเรือในการขนส่งจะอ้างอิงกับราคาน้ำมันในตลาดโลก ซึ่งหากราคาน้ำมันปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลให้ค่าระวางเรือปรับเปลี่ยนตามในอัตราที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน รวมถึงหากมีความต้องการใช้การขนส่งทางเรือที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทเดินเรือปรับเพิ่มค่าระวางเรือได้เช่นกัน ซึ่งต้นทุนดังกล่าวเป็นต้นทุนที่อยู่เหนือการควบคุมของบริษัทฯ หากมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ย่อมต้องส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายของบริษัทฯ และมีส่วนทำให้ผลกำไรของบริษัทฯ ปรับลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการต้นทุนส่วนค่าระวางเรือ โดยการนำเข้าข้าวสาลีในปริมาณมากบรรทุกเรือขนาดใหญ่จะทำให้ต้นทุนค่าขนส่งต่อหน่วยลดลงประกอบกับการร่วมมือกับผู้ประกอบการโรงงานไม่แป้งสาลีรายอื่นๆ ในการนำเข้าข้าวสาลีลงเรือบรรทุกลำเดียวกัน โดยแต่ละรายสามารถนำเข้าข้าวสาลีได้ตามปริมาณที่ต้องการ และยังสามารถประหยัดต้นทุนค่าขนส่งได้มากกว่าการนำเข้าข้าวสาลีมาโดยลำพังเพียงรายเดียว

ความเสี่ยงที่บริษัทฯ ไม่ได้ทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงราคาวัตถุดิบ

ในการซื้อสินค้าวัตถุดิบ บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าในรูปแบบของ forward หรือ futures contract เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ จะมีการปรับราคาแป้งสาลีให้สะท้อนราคาของข้าวสาลีที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยในช่วงที่ราคาข้าวสาลีในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้น บริษัทฯ จะปรับราคาขายแป้งสาลีให้สะท้อนราคาที่เปลี่ยนแปลงสำหรับลูกค้าที่ไม่ได้มีการทำสัญญากันไว้ แต่สำหรับลูกค้าที่ทำสัญญาไว้แล้วบริษัทฯ จำเป็นต้องคงราคาไว้ตามสัญญา ส่วนในช่วงที่ราคาข้าวสาลีในตลาดโลกปรับตัวลดลง บริษัทฯ จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการวัตถุดิบ โดยการเร่งขายแป้งสาลี รวมไปถึงการขายข้าวสาลีบางส่วนให้กับกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ที่มีความจำเป็นต้องใช้ข้าวสาลีอยู่แล้ว นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการจัดการป้องกันความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาด้วยการจัดซื้อให้เหมาะสมกับแนวโน้มของราคา และยังมีการบริหารจัดการต้นทุนโดยการจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าเพื่อลดความผันผวนของต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นได้

ความเสี่ยงจากนโยบายของภาครัฐ

ความเสี่ยงจากการที่ราคาขายแป้งสาลีเป็นสินค้าควบคุม

ในปี 2552 กรมการค้าภายในได้ประกาศให้แป้งสาลีเป็นสินค้าควบคุมโดยผู้ประกอบการต้องแจ้งต้นทุนการผลิต ต้นทุนการนำเข้าสินค้า ต้นทุนค่าใช้จ่าย ราคาจำหน่าย ฯลฯ ให้แก่กรมการค้าภายใน ซึ่งราคาขายที่แจ้งจะต้องเป็นเพดานราคาขายสูงสุดที่บริษัทฯ สามารถจำหน่ายได้ ดังนั้น หากต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้นจนเกินเพดานราคาขายที่แจ้งไว้ จะทำให้การขึ้น ราคาแป้งสาลีของผู้ประกอบการทำได้ยากและขาดความคล่องตัวในการปรับราคาขายแป้งสาลี เนื่องจากต้องแจ้งให้กรมการค้าภายในทราบก่อนด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจะต้องบริหารจัดการต้นทุนเองและไม่สามารถผลักภาระต้นทุนที่เกิดขึ้นทั้งหมดให้แก่ลูกค้า โดยการปรับขึ้นราคาได้ทันที จึงทำให้เกิดความเสี่ยงในแง่ของผลกำไรที่อาจลดลงหากราคาวัตถุดิบมีการปรับเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตามโดยปกติต้นทุนและราคาขายมักจะต่ำกว่าราคาเพดานที่แจ้งไว้ แต่หากต้นทุนสินค้าของบริษัทฯ ปรับสูงขึ้น มากทำให้บริษัทฯ จำเป็นต้องขอปรับราคาขายขึ้น ซึ่งจะมีการแจ้งให้ทางภาครัฐรับทราบและปรับขึ้นราคาเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรม

รับรองความถูกต้อง.....

และเพื่อป้องกันปัญหาสินค้าขาดแคลน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากนโยบายของรัฐเป็นอย่างมากจึงได้มีการบริหารจัดการทั้งในแง่ต้นทุนและการมุ่งเน้นผลิตและพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ และการให้บริการลูกค้าให้เป็นที่น่าสนใจ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศได้

ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการนำเข้าแป้งสาลีจากภาครัฐ

ก่อนปี 2548 ประเทศไทยมีการกำหนดพิกัดอัตราภาษีนำเข้าของแป้งสาลีในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 40 จึงทำให้อุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีได้รับการคุ้มครอง แต่หลังจากที่ไทยต้องปฏิบัติตามพันธกรณีข้อตกลงของสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) รวมทั้งการทำสัญญา FTA กับบางประเทศ ได้แก่ อินเดีย ออสเตรเลีย มีผลทำให้เมื่อปี 2548 ไทยต้องลดอัตราภาษีนำเข้าเหลือเพียงร้อยละ 5.0 และเมื่อเดือนมกราคม 2553 อัตราภาษีนำเข้าแป้งสาลีจากกลุ่มประเทศอาเซียนได้ลดลงเหลืออัตราร้อยละ 0 ทำให้มีการแข่งขันด้านราคาสูงขึ้น และการลดอัตราภาษีนำเข้าของแป้งสาลี ทำให้ลูกค้าอาจนำเข้าแป้งสาลีเข้ามาเองโดยตรงแทนการซื้อจากโรงงานผลิตแป้งสาลีในประเทศ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในแง่ของยอดขายที่อาจลดลงได้ และย่อมส่งผลถึงกำไรที่ต้องปรับลดลงด้วย อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาการเปิดเสรีการนำเข้าแป้งตามข้อตกลงของ AFTA ยังไม่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยที่ผ่านมามีสัดส่วนการนำเข้าแป้งสาลีโดยตรงจากต่างประเทศเทียบกับการซื้อจากโรงงานการผลิตยัง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีแผนงานในการในการบริหารจัดการในเรื่องดังกล่าวโดย

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

ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นในบริษัทฯ มากกว่าร้อยละ 50

ณ 4 มกราคม 2558 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ คือ บริษัท ไทยซูการ์ เทอร์มิเนล จำกัด (มหาชน) TSTE ถือหุ้นเป็นจำนวนร้อยละ 69.34 ของทุนชำระแล้วทั้งหมด ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวมากกว่าร้อยละ 50 ทำให้ TSTE สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงในการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา

อย่างไรก็ตามเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปอย่างโปร่งใส และถ่วงดุลอำนาจดังกล่าว บริษัทฯ ได้พิจารณาปรับโครงสร้างองค์กรใหม่ เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถตรวจสอบได้และมีการถ่วงดุลอำนาจ จึงได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ โดยบริษัทฯ มีกรรมการบริษัทรวมกรรมการตรวจสอบทั้งสิ้น 12 ท่าน ในจำนวนนี้มีกรรมการที่ไม่ใช่กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 4 ท่าน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังจัดให้มีฝ่ายตรวจสอบภายในที่ปฏิบัติงานเป็นอิสระตามความเหมาะสมและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่หลักในการดูแลระบบการ

รับรองความถูกต้อง.....



ควบคุมภายใน เพื่อให้เป็นไปตามระบบที่ได้กำหนดไว้และตรวจสอบการดำเนินงานของฝ่ายบริหาร เพื่อให้เกิดความโปร่งใส นอกจากนี้ในกรณีเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการที่เกี่ยวข้องรวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง บุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติรายการดังกล่าว และในการอนุมัติรายการจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของสำนักงาน กสท. และตลาดหลักทรัพย์ฯ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่หักค่าเสื่อมราคา โดยวิธีคำนวณแบบเส้นตรงตามอายุการใช้งาน โดยประมาณของทรัพย์สินเป็นระยะเวลา 3-30 ปีขึ้นอยู่กับประเภทของทรัพย์สิน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 และ 31 ธันวาคม 2558 ทรัพย์สินของบริษัทฯ มีมูลค่าทางบัญชีสุทธิจำนวน 752.9 ล้านบาท และ 780.5 ล้านบาท ตามลำดับ สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน
		ณ 31 ธ.ค. 2557	ณ 31 ธ.ค. 2558	
4.1.1 อาคาร และส่วนปรับปรุงอาคาร* โรงงาน 1 แห่ง และอาคารสำนักงาน 3 ชั้น ที่ตั้ง: 90/9 หมู่ 1 ซอยสยามไฮโล ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลลำโรงกลาง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ	เจ้าของ	59.1	161.2	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.2 เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	219.1	421.9	
4.1.3 เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้ สำนักงาน	เจ้าของ	3.4	4.8	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.4 ยานพาหนะ	เจ้าของ	8.2	10.0	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.5 ระบบสาธารณูปโภค	เจ้าของ	19.8	38.2	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.6 สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	เจ้าของ	443.3	144.4	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม		752.9	780.5	

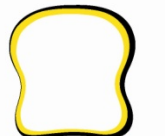
หมายเหตุ : * อาคารโรงงานและสำนักงานตั้งอยู่บนที่ดินที่บริษัทฯ เช่าจาก TSTE ในระหว่างปี 2556 บริษัทฯ ได้รับวงเงินสินเชื่อจากสถาบันการเงินแห่งใหม่สองแห่ง โดยบริษัทฯ ต้องปลดภาระจำนองหลักทรัพ์รวมทั้งทรัพย์สินใดๆ ที่ได้ให้ไว้เป็นหลักประกันแก่ผู้ให้กู้รายอื่น ซึ่งในเดือนตุลาคม 2556 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้สถาบันการเงินเดิมที่ให้ผู้กู้ยืมได้ลดวงเงินเลดเคอรัออฟเครดิตทรีสตีซีช เงินกู้ยืมระยะสั้น และสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า และปรับเงื่อนไขการกู้ยืมเป็น Negative Pledge

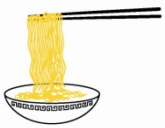
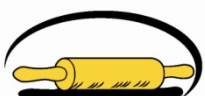
รับรองความถูกต้อง.....

บริษัทฯ ได้ขายกำลังการผลิตโดยดำเนินการตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2556 เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2556 และครั้งที่ 3/2557 เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2557 โดยโครงการดังกล่าวได้มาซึ่งทรัพย์สิน ซึ่งหากคำนวณขนาดรายการ โดยใช้เกณฑ์มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทน ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทอ.20/2551 เรื่องหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่มีนัยสำคัญที่เข้าข่ายเป็นการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ ลงวันที่ 31 สิงหาคม 2551 และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในการได้มาหรือจำหน่ายไป ซึ่งสินทรัพย์ พ.ศ. 2547 ลงวันที่ 29 ตุลาคม 2547 รายการดังกล่าวข้างต้น จัดเป็นรายการประเภทที่ 2 ซึ่งบริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยสารสนเทศต่อตลาดหลักทรัพย์ฯ และทำหนังสือเวียนให้ผู้ถือหุ้นทราบภายใน 21 วันนับตั้งแต่วันที่แจ้งตลาดหลักทรัพย์ฯ บริษัทฯ ได้เปิดเผยสารสนเทศเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน

บริษัทฯ มีเครื่องหมายการค้าทั้งหมด 12 ตราสินค้า โดยบริษัทฯ ได้ยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2555 ซึ่งบริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า โดยมีอายุ 10 ปี นับจากวันที่ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า รายละเอียดของเครื่องหมายการค้า มีดังนี้

รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
1. ตราปังทอง		แป้งสำเร็จรูปสำหรับทำขนมปังโฮลวีท มีปริมาณโฮลวีทสูงถึง ร้อยละ 50 อุดมไปด้วยใยอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระสำหรับผู้รักสุขภาพ
2. ตราปังแดง		แป้งสาลีคุณภาพพิเศษสำหรับทำขนมปัง เหมาะสำหรับใช้ทำขนมปังชนิดต่างๆ เช่น ขนมปังแซนวิช ขนมปังกะโหลก ขนมปังใส่ไส้ต่างๆ
3. ตราปังเหลือง		แป้งสาลีสำหรับทำขนมปัง มีความเหนียวและยืดหยุ่นดี แป้งชนิดนี้เหมาะสำหรับใช้ทำขนมปังแซนวิช ขนมปังใส่ไส้ โดนัทยีสต์ เดนิส แพสทรี พิชซ่า

รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
4. ตราเส้นทอง	ตรา เส้นทอง 	แป้งสาลีสำหรับทำบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
5. ตราเส้นหยก	ตรา เส้นหยก 	แป้งสาลีสำหรับทำบะหมี่คุณภาพดีพิเศษ ทำบะหมี่สด และหมี่เกี๊ยว
6. ตราเส้นเหลือง	ตรา เส้นเหลือง 	แป้งสาลีสำหรับทำบะหมี่สด หรือแผ่นเกี๊ยว
7. ตราลูกกลิ้ง	ตรา ลูกกลิ้ง 	แป้งสาลีเนกประสงค์เหมาะสำหรับใช้ทำขนมได้หลาย ชนิดเช่น โดนัท โรตี่ คุกกี้ ขนมเปี๊ยะ ขนมไข่ ขนมสาลี่ แพนเค้ก วาฟเฟิล ซาลาเปา และขนมทอดต่างๆ
8. ตรากังหัน	ตรา กังหัน 	แป้งสาลีที่เหมาะสมสำหรับใช้ทำบิสกิต ขนมปังกรอบ ขนม ไข่ วาฟเฟิล แพนเค้ก โดนัทเล็ก ขนมสาลี่ และขนมทอด ต่างๆ
9. ตราตัวหลงเปา ได้รับรองการจด ทะเบียนเครื่องหมาย การค้าเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2557	ตรา ตัวหลงเปา แป้งสาลีตราตัวหลงเปา 	แป้งสาลีเหมาะสำหรับใช้ทำซาลาเปา เกี๊ยว คุกกี้ ปุยฝ้าย ขนมสาลี่ เอแคลร์ โมจิ แยมโรล ขนมไข่

รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
10. ตราคู่โก๋	 แป้งสาธิตตราคู่โก๋	แป้งสาธิตสำหรับทำปาตองโก๋
11. ตราหัวใจ	 แป้งสำหรับทำขนมเค้ก	แป้งสาธิตผ่านกรรมวิธีพิเศษทำให้เนื้อแป้งมีสีขาวละเอียด เหมาะสำหรับใช้ทำบัตเตอร์เค้ก สปันจ์เค้ก ชิฟฟอนเค้ก และเค้กต่างๆ
12. ตราลูกาแดง		แป้งสาธิตโปรตีนสูง สำหรับใช้ทำ อาหารสัตว์ เช่น อาหาร กึ่ง อาหารปลา อาหารสุนัข เป็นต้น

4.2 นโยบายการลงทุนของบริษัทในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในอนาคต

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

การควบคุมดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น โดยส่วนใหญ่จะมีข้อตกลงกับผู้ร่วมลงทุน เช่น กรณีการลงทุนในกิจการร่วมค้าจะกำหนดจำนวนกรรมการซึ่งเป็นบุคคลที่บริษัทฯ เป็นผู้กำหนดโดยใช้สัดส่วนการถือหุ้นเป็นเกณฑ์กำหนดจำนวนกรรมการที่จะเข้าไปควบคุมดูแล สำหรับบริษัทย่อย บริษัทฯ จะส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนมากกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนคณะกรรมการทั้งหมด หากการดำเนินการมีผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ จะต้องขออนุมัติจากที่ประชุมกรรมการของบริษัทฯ ก่อน และในกรณีที่เป็นการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันจะต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบอีกด้วย

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน)
ลักษณะการประกอบธุรกิจหลัก	:	ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลี
ที่ตั้งสำนักงานและคลังสินค้า	:	90/9 หมู่ที่ 1 ซอยสยาม 1 ซ.โล ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลสำโรงกลาง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107553000131
โทรศัพท์	:	02-017-9999
โทรสาร	:	02-017-9999 ต่อ 111 หรือ 222
E-mail Address	:	info@tmill.co.th
Website	:	www.tmill.co.th
ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว	:	399,000,000 บาท (สามร้อยเก้าสิบเก้าล้านบาท) ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 399,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท เรียกชำระแล้วจำนวน 342,000,000 หุ้น เป็นจำนวนเงิน 342,000,000 บาท (สามร้อยสี่สิบสองล้านบาท)

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 93 ชั้น 14 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ข้างสถานทูตจีน) ถนนรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : 02-009-9381 โทรสาร : 02-009-9476 TSD Call center: 02-009-9000 E-mail : TSDCallCenter@set.or Website: http://www.tsd.co.th
----------------------	---	---

ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ : ไม่มี

ผู้สอบบัญชี : บริษัท สำนักงาน เอ เอ็ม ซี จำกัด
โดย
นายอำพล จานงวัฒน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 4663
หรือ
นางสาวประภาศรี สีลาสุภา ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 4664
หรือ



นายนิศ เสาวลักษณ์สกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 5369
191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 19 ยูนิต 4 ถนนสีลม แขวงสีลม
เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์ 02-231-3980-7
โทรสาร 02-231-3988
E-mail: audit3@amc-mri.com

ผู้ตรวจสอบภายใน : บริษัท สอบบัญชีธรรมนิติ จำกัด
นายศักดิ์ศรี อ่ำวัน
267/1 ถนนประชากรราษฎร์ สาย 1
แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
โทรศัพท์ : 02-587-8080
โทรสาร : 0-2586-0301

ที่ปรึกษาทางการเงิน : ไม่มี

ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ : ไม่มี