



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน) ผู้นำเข้าข้าวสาลีและผู้ผลิตแป้งสาลีรายใหญ่ของประเทศไทย โดยเริ่มดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี 2550 บริษัทได้ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของสินค้า เริ่มตั้งแต่การเลือกสรรพันธุ์ข้าวที่มีมาตรฐานสูง ปริมาณโปรตีน และกลูเตนที่เหมาะสม ทำการแปรรูปให้ได้แป้งสาลีที่มีคุณภาพ สำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่มที่ใช้ในการผลิต ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และอาหารหลากหลายชนิด

บริษัทฯ ได้เลือกสรรอุปกรณ์เครื่องจักรอันล้ำสมัย โดยใช้ระบบการแปรรูปแป้งสาลีอัตโนมัติแบบ CIM (Computer Integrated Manufacturing) ซึ่งมีความสามารถพิเศษในการควบคุมคุณภาพของแป้งสาลีสูตรต่างๆ ได้อย่างแม่นยำ สะอาด และถูกสุขลักษณะ ภายใต้ระบบการวิเคราะห์ และควบคุมจุดวิกฤตอันตรายในกระบวนการผลิต อันส่งผลกระทบต่อคุณภาพทางเคมี ชีวภาพ และกายภาพของแป้งสาลี (Hazardous Analysis Critical Control Points: HACCP) อีกทั้งยังคำนึงถึงความปลอดภัยด้านอาหารเป็นสำคัญ

บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตทั้งด้านระบบคุณภาพ สุขอนามัยและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ อาทิ เช่น ISO 22000, GMP, HACCP และ HALAL เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับโอกาสผลิตภัณฑ์จากแป้งสาลีที่มีคุณภาพสูงสุดและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้เพื่อให้เกิดความมั่นใจสูงสุด นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีทีมค้นคว้าและวิจัยผลิตภัณฑ์ ซึ่งคอยให้บริการผลิตแป้งสาลีตามสูตรเฉพาะ (Tailor – Made Flour) และคิดค้นแป้งสาลีประเภทใหม่ๆ สูตรพิเศษ (Novel Products) เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าอีกด้วย

ในด้านของฝ่ายขายและการตลาด พร้อมทั้งการให้บริการหลังการขาย บริษัทฯ ได้พัฒนาบุคลากรโดยมีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มทักษะด้านการขายให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ตลอดจนการให้บริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย

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

วิสัยทัศน์

“เรา” คือผู้ผลิตแป้งสาลีชั้นนำ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทั้งในด้านพาณิชย์และคุณภาพผลิตภัณฑ์
อย่างมีประสิทธิภาพ

พันธกิจ

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



วัตถุประสงค์/แผนการดำเนินธุรกิจ

1. บริษัทฯ จะผลักดันให้โรงงานสามารถใช้กำลังการผลิตที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และเพื่อให้บริษัทฯ มีสินค้ามากพอสำหรับรองรับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในอนาคตได้
2. บริษัทฯ มีแผนในการขยายฐานลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่เน้นเฉพาะกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม รายใหญ่ให้ครอบคลุมผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กให้มากขึ้น รวมถึงผู้บริโภคนขั้นสุดท้าย เพื่อลดการกระจุกตัวในกลุ่มลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เล็งเห็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันบริษัทฯ มุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้าในกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งในการขยายฐานลูกค้าดังกล่าวจะทำให้บริษัทฯ มีช่องทางในการเพิ่มฐานรายได้ของบริษัทฯ ได้ต่อไป ทำให้อัตรากำไรเติบโตและสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นได้มากขึ้น
3. บริษัทฯ มีแผนงานที่จะพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกมาจำหน่ายให้มากกว่าปัจจุบัน รวมถึงการพัฒนาสินค้าที่มีอยู่ให้สามารถเพิ่มมูลค่าได้ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถจำหน่ายสินค้าที่ราคาสูงขึ้นได้ ซึ่งในการดำเนินการดังกล่าวจะส่งผลให้บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มสูงขึ้น สามารถสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นได้มากยิ่งขึ้น

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

1. บริหารจัดการให้บริษัทเติบโตโดยรวม 10%
2. ลงทุนด้านการศึกษา และการพัฒนาผลิตภัณฑ์แป้งสาเล่ (R&D) เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า

เป้าหมายระยะยาวในการดำเนินธุรกิจ

1. เพิ่มลูกค้าจาก 200 รายเป็น 300 ราย ภายในระยะเวลา 1-2 ปี
2. ผลักดันให้ใช้กำลังการผลิตให้ได้ 90-100% ของกำลังการผลิตรวม ซึ่งอยู่ที่ 500 ตันข้าวสาเล่ต่อวัน ภายในระยะเวลา 3-5 ปี ข้างหน้า

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 โดยจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2520 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 10 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจคลั่งสินค้าโดยรับฝากสินค้าน้ำตาลทรายดิบและน้ำตาลทรายขาวเป็นสินค้าหลัก ต่อมาในเดือนเมษายน 2534 บริษัท ไทยชูการ์ เทอร์มิเนล จำกัด (มหาชน) ("TSTE") ได้เข้าซื้อหุ้นจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้นภายในเครือบริษัทของ TSTE ทำให้ TSTE ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 61.30 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว และบริษัทฯ มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของ TSTE ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ต่อมาในปี 2544 บริษัทฯ ได้ขอยกเลิกใบอนุญาตประกอบกิจการคลั่งสินค้า และจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นบริษัท ไทยชูการ์อินเตอร์เทรด จำกัด ดำเนินธุรกิจให้บริษัท TSTE เช่าอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ คลั่งสินค้าเทกอง ใช้พักสินค้าน้ำตาลทรายดิบรอขนถ่ายขึ้นเรือเดินสมุทร และในปี 2548 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200 ล้านบาท เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจโรงงานแป้งสาลี โดยมี TSTE ได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นอีกเป็นร้อยละ 97.13 ของทุนจดทะเบียนใหม่

เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 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 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ต่อมาในวันที่ 29 มิถุนายน 2553 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จาก 100 บาท เป็น 1 บาทต่อหุ้น รวมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียน 85 ล้านบาทโดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 85 ล้านหุ้นเพื่อเตรียมเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้กับประชาชนทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นเป็น 285 ล้านบาท เป็นทุนชำระแล้วจำนวน 200 ล้านบาท คิดเป็นจำนวน 200 ล้านหุ้น

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ โดยสังเขป สามารถสรุปได้ดังนี้

ปี	พัฒนาการที่สำคัญของบริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน)
2520	ก่อตั้ง "บริษัท ไทยซูการ์คลั่งสินค้า จำกัด" (ชื่อเดิมของบริษัทฯ) โดยการรวมตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมโรงงานน้ำตาล ด้วยทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท มีจำนวนหุ้น 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท เพื่อดำเนินธุรกิจคลั่งสินค้าโดยมีทรัพย์สินเป็นอาคารคลั่งสินค้าแบบเทกองพื้นที่ใช้สอย 2,880 ตารางเมตรเพื่อให้บริการรับฝากสินค้า ซึ่งสามารถบรรจุสินค้าได้ 30,000 ตัน
2534	บริษัทฯ มีการปรับโครงสร้างผู้ถือหุ้น โดยมี TSTE เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 61.30 ของทุน จดทะเบียนชำระแล้ว เนื่องจากมีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นภายในกลุ่มบริษัทของ TSTE
2544	บริษัทฯ จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท ไทยซูการ์อินเตอร์เทรด จำกัด เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2544 โดยขอยกเลิกใบอนุญาตประกอบกิจการคลั่งสินค้า ซึ่งเป็นธุรกิจเดิมของบริษัทฯ เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการจัดทำเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการรับฝากสินค้า เนื่องจากมีบริษัทย่อยอื่นที่ประกอบกิจการคลั่งสินค้าเช่นเดียวกัน และดำเนินธุรกิจให้เช่าคลั่งสินค้าเทกองแทนการรับฝากสินค้า
2548	บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200 ล้านบาท โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 2 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เพื่อก่อสร้างโรงงานผลิตแป้งสาลี มีกำลังการผลิตรวม 250 ตันต่อวัน
2550	- จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2550 - วันที่ 5 กันยายน 2550 เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 400 ล้านบาท โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 4 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจแป้งสาลี
2551	- บริษัทฯ ได้รับใบรับรอง GMP และ HACCP จากบริษัท เอสจีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ("SGS") เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2551 - บริษัทฯ ได้รับใบรับรองมาตรฐานระบบ ISO 22000:2005 จาก SGS เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2551
2552	- บริษัทฯ ได้รับการรับรองให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล (HALAL) จากสำนักงานกรรมการอิสลามประจำจังหวัดสมุทรปราการ เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2552 - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2552 เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2552 มีมติอนุมัติลดทุนจดทะเบียนและชำระหุ้นคืนแก่ผู้ถือหุ้นจำนวน 200 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 400 ล้านบาทเป็น 200 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 2 ล้านหุ้นมูลค่าหุ้นละ 100 บาท
2553	- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2553 เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2553 มีมติให้แปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชน จำกัด และแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาทเป็นหุ้นละ 1 บาท รวมถึงมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 200 ล้านบาท เป็น 285 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 85 ล้านหุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก - บริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างทรัพย์สินโดยการขายอาคารคลั่งสินค้าแบบเทกองของบริษัทฯ ให้แก่ TSTE เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจให้ตรงกับลักษณะธุรกิจในปัจจุบัน - ที่ประชุมคณะกรรมการ ครั้งที่ 7 /2553 เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม มีมติอนุมัติให้สิทธิให้แก่ผู้ถือหุ้นทุกรายของ TSTE ในการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนเป็นจำนวนไม่เกิน 25,350,970 หุ้น ตามสัดส่วนการถือหุ้น (Pre-emptive right) หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.82 ของจำนวนหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายต่อประชาชนทั่วไป (85 ล้านหุ้น) และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท TSTE ครั้งที่ 7 /2553 ในวันที่ 29 กรกฎาคม 2553 มีมติอนุมัติการจัดสรร

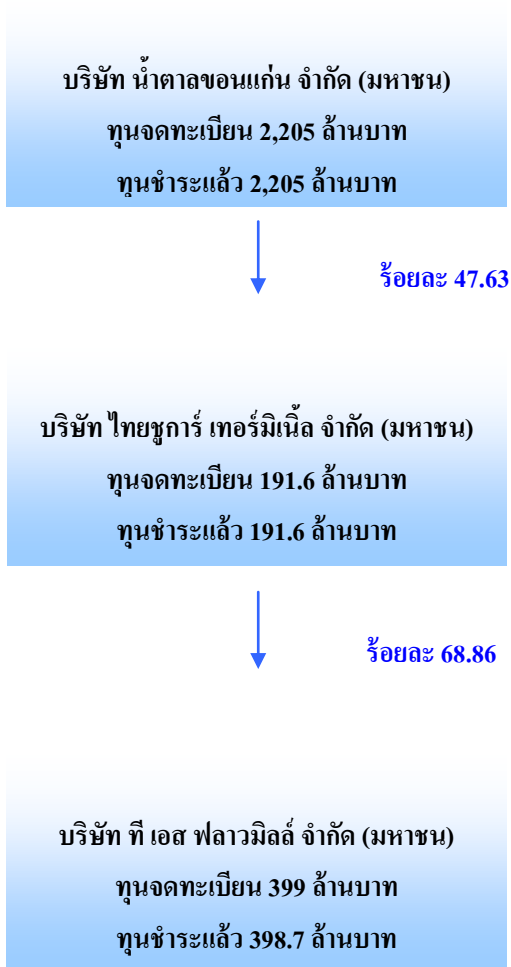
ปี	พัฒนาการที่สำคัญของบริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน)
	หุ้นสามัญเพิ่มทุนของ TMILL ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ TSTE ให้แก่ผู้ถือหุ้นสามัญของ TSTE ตามสัดส่วนการถือหุ้น โดยให้เสนอขายในราคาเดียวกับที่เสนอขายประชาชน และให้นำเสนอที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2553 ในวันที่ 9 กันยายน 2553 พิจารณานุมัติการจัดสรรหุ้นดังกล่าว
2555	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 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 ได้ส่งรับหุ้นสามัญของบริษัทฯ เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 23 พฤศจิกายน 2555 เป็นต้นไป ส่งผลให้หุ้นสามัญของบริษัท จำนวน 285,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ตั้งแต่วันที่ 23 พฤศจิกายน 2555 เป็นต้นไป โดยจัดอยู่ในหมวดธุรกิจขนาดกลาง และใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า TMILL
2558	<ul style="list-style-type: none"> ภายหลังจากที่มีการดำเนินการธุรกิจโรงงานแปรรูปสาธิตด้วยกำลังการผลิต 250 ตันข้าวสาลีต่อวัน และมีการใช้กำลังการผลิตจนเต็มกำลัง บริษัทฯ จึงได้ลงทุนขยายกำลังการผลิตเพิ่มอีกเท่าตัวเป็น 500 ตันข้าวสาลีต่อวัน ตั้งแต่ปี 2558 โดยได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 114 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2558 เพื่อจำหน่ายให้กับผู้ถือหุ้นเดิม 57 ล้านหุ้น และรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ TMILL – W1
2560	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนเป็น 399 ล้านบาท และทุนรับชำระแล้วเป็น 344 ล้านบาท ตั้งแต่วันที่ 13 พฤศจิกายน 2560 บริษัทฯ ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว (Green Activity) จากกระทรวงอุตสาหกรรม บริษัทฯ ได้รับรางวัลกิจกรรมการรณรงค์ลดสถิติอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ ระดับต้น จำนวน 300,100 ชั่วโมง จากกระทรวงแรงงาน
2561	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ ได้รับการรับรองให้เป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2561 บริษัทฯ ได้รับการรับรองความสามารถทางนวัตกรรมและองค์กรนวัตกรรม Innovative Organization จากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นโครงการส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2561 บริษัทฯ ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนรับชำระแล้วเป็น 398.7 ล้านบาท ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีโครงสร้างกลุ่มบริษัท ดังนี้





2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

(1) โครงสร้างรายได้แยกตามสายผลิตภัณฑ์

ประเภทของรายได้	2559		2560		2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
แป้งสาลี	1,176.2	87.1	1,137.2	87.1	1,205.0	85.7
รำข้าวสาลี	158.9	11.8	165.1	12.6	194.7	13.9
จมูกข้าวสาลี และข้าวสาลี	3.7	0.3	1.0	0.1	0.1	0.0
รายได้อื่น*	10.7	0.8	2.8	0.2	5.7	0.4
รายได้รวม	1,349.5	100.0	1,306.1	100.0	1,405.5	100.0

หมายเหตุ : *รายได้อื่นประกอบด้วยกำไร(ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน ดอกเบี้ยรับ รายได้จากการขายข้าวเปลือก ขาวยังชีพ และรายได้จากการเคลมต่างๆ

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งสาลี โดยตั้งเมล็ดข้าวสาลีซึ่งเป็นวัตถุดิบมาจากต่างประเทศทั้งหมด เพื่อมาทำการไม่แป้งสาลี โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากประเทศสวีเดนแลนด์ เพื่อให้ได้แป้งสาลีที่มีคุณภาพและมาตรฐานตรงตามเกณฑ์ที่ลูกค้ากำหนด ซึ่งแป้งสาลีที่บริษัทฯ ผลิตได้มีทั้งแบบโปรตีนสูงและแบบโปรตีนต่ำ โดยแป้งสาลีแต่ละชนิดที่ผลิตได้จะนำไปใช้เป็นวัตถุดิบผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน หากเป็นแป้งสาลีโปรตีนสูงจะเหมาะสำหรับผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป บะหมี่สด ขนมปัง และอาหารสัตว์ ในขณะที่แป้งสาลีโปรตีนต่ำจะเหมาะกับการผลิตบิสกิต เค้กชาลาเปา ปาท่องโก๋ หรือแป้งอเนกประสงค์ บริษัทฯ จำหน่ายแป้งสาลีภายใต้ตราสินค้าของบริษัทกว่า 10 ตราสินค้า อาทิเช่น แป้งบะหมี่สด-ตราเส้นหยก แป้งบะหมี่สด-ตราเส้นเหลือง แป้งขนมปัง-ตราปั้งแดง แป้งขนมปัง-ตราปั้งเหลือง แป้งอเนกประสงค์-ตรากุลาแดง เป็นต้น โดยมีขนาดบรรจุแป้งสาลีแบ่งเป็น 2 ขนาด ได้แก่ ถุงขนาด 22.5 กิโลกรัม และแบบบรรจุเบ้าท์ขนาด 10,000 กิโลกรัม โดยมีโครงสร้างรายได้ในเชิงยอดขายและปริมาณการจำหน่ายแป้งสาลีแต่ละชนิด ดังนี้



- โครงสร้างรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ปี 2559 จนถึงปี 2561

ประเภทของ รายได้	2559		2560		2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
แป้งะหมี่สด	197.2	16.8	203.9	17.9	194.5	16.1
แป้งะหมี่ กึ่งสำเร็จรูป	174.5	14.9	189.3	16.6	250.0	20.8
แป้งขนมปัง	351.4	29.9	260.5	22.9	323.2	26.8
แป้งอเนกประสงค์	256.8	21.8	313.7	27.6	259.8	21.6
แป้งทำบิสกิต	186.3	15.8	156.7	13.8	167.5	13.9
แป้งชนิดอื่น ๆ	10.0	0.8	13.1	1.2	10.0	0.8
รวมรายได้ จากการจำหน่ายแป้งสาลีทั้งหมด	1,176.2	100.0	1,137.2	100.0	1,205.0	100.0

- ปริมาณการจำหน่ายแป้งสาลีแต่ละชนิด ตั้งแต่ปี 2559 จนถึงปี 2561

ประเภท	2559		2560		2561	
	ตัน	ร้อยละ	ตัน	ร้อยละ	ตัน	ร้อยละ
แป้งะหมี่สด	12,659.1	16.0	13,456.9	16.9	12,747.8	15.2
แป้งะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	13,302.6	16.7	15,517.3	19.5	19,636.5	23.4
แป้งขนมปัง	20,986.0	26.4	16,059.9	20.1	20,213.0	24.1
แป้งอเนกประสงค์	18,999.9	19.3	23,396.1	29.4	19,295.8	23.0
แป้งทำบิสกิต	12,948.7	16.3	10,763.0	13.5	11,613.4	13.8
แป้งชนิดอื่น ๆ	438.6	0.6	513.2	0.6	380.7	0.5
รวมปริมาณการจำหน่ายแป้งสาลีทั้งหมด	79,334.9	100.0	79,706.4	100.0	83,887.1	100.00



สำหรับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์แป้งสาลีของบริษัทฯ สามารถแบ่งประเภท ได้ดังนี้

1) แป้งมะหมีสด

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีสำหรับทำเส้นมะหมีแบบจืดภายในได้ตราสินค้าเส้นหยก ซึ่งมีปริมาณโปรตีนร้อยละ 11-13 และแป้งสาลีสำหรับทำเส้นมะหมีแบบญี่ปุ่นภายในได้ตราสินค้าเส้นเหลืองและมีปริมาณโปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 10-11 โดยคุณสมบัติของแป้งสาลีจะทำให้มะหมีมีความเหนียว ยืดหยุ่นดี มีความอ่อนนุ่มและมีสีขาว

2) แป้งมะหมีกึ่งสำเร็จรูป

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีสำหรับทำมะหมีกึ่งสำเร็จรูปภายในได้ตราสินค้าเส้นทอง ซึ่งมีปริมาณโปรตีนร้อยละ 10-12 โดยคุณสมบัติของแป้งสาลีจะทำให้มะหมีมีความเหนียว นุ่ม สีเหลืองอ่อนน่ารับประทาน

3) แป้งขนมปัง

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีสำหรับทำขนมปังภายในได้ตราสินค้าปังแดง ซึ่งเป็นแป้งที่มีปริมาณโปรตีนสูงอยู่ที่ร้อยละ 13-14 และมีปริมาณกลูเตนสูง ซึ่งกลูเตนเป็นโปรตีนที่สกัดจากแป้งสาลี โดยคุณสมบัติมีความเหนียวและยืดหยุ่นดี ดูดซึมน้ำได้มาก ทนทานต่อการนวดและการหมัก ทำให้ขนมปังมีคุณภาพดีได้รูปทรง มีขนาดใหญ่ และเนื้อละเอียดเหนียวนุ่ม

4) แป้งเอนกประสงค์

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีเอนกประสงค์ภายในได้ตราสินค้าลูกกลิ้ง ซึ่งเป็นแป้งที่มีปริมาณโปรตีนปานกลางประมาณร้อยละ 10-11 มีความเหนียว ยืดหยุ่น และดูดซึมน้ำพอเหมาะ ใช้ทำขนมได้หลากหลายชนิด เช่น มะหมี ปาท่องโก๋ โดนัท โรตีสี๊ด กุ้งก้ามกราม ขนมเปี๊ยะ ขนมไข่ ขนมสาเล่ แพนเค้ก วาฟเฟิล ซาลาเปา และขนมทอดต่างๆ และตราสินค้าลูกกลิ้งแดง ซึ่งมีปริมาณโปรตีนในสัดส่วนร้อยละ 13 เหมาะสำหรับทำผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย

5) แป้งบิสกิต

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีสำหรับทำบิสกิตภายในได้ตราสินค้าถังหั่น ซึ่งมีปริมาณโปรตีนค่อนข้างต่ำถึงปานกลางอยู่ที่ร้อยละ 9-10 โดยแป้งดังกล่าวมีความเหนียวและดูดซึมน้ำที่พอเหมาะสำหรับทำบิสกิต ขนมปังกรอบ ขนมไข่ วาฟเฟิล แพนเค้ก โดนัทเล็ก ขนมสาเล่ และขนมทอดต่าง ๆ

6) แป้งชนิดอื่นๆ

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีที่มีคุณสมบัติสำหรับนำไปทำอาหารต่างๆ ได้อีกมากมาย คือ

- 1) แป้งสาลีสำหรับทำซาลาเปา ภายในได้ตราสินค้าตัวหลงเปา ซึ่งมีปริมาณโปรตีนต่ำอยู่ที่ร้อยละ 7-9 เนื้อแป้ง มีสีขาวละเอียด เบา ปริมาณเถ้าต่ำ มีความเหนียวน้อย เหมาะสำหรับนำไปทำซาลาเปา เค้ก กุ้งก้ามกราม ขนมสาเล่ เอแคลร์ โมจิ แยมโรล ขนมไข่
- 2) แป้งสาลีสำหรับทำปาท่องโก๋ภายในได้ตราสินค้าคู่โก๋ โดยมีปริมาณโปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 11-13 ดูดซึมน้ำดีมาก มีความเหนียวพอเหมาะ ซึ่งจะทำให้ได้ปาท่องโก๋ที่ฟูตัวดี กรอบ ได้ปริมาณมากไม่อมน้ำมัน

- 3) แป้งสาลีสำหรับทำเค้ก ภายใต้อุณหภูมิห้อง หั่วใจ เช่น บัตเตอร์เค้ก สปันจ์เค้ก ชิฟฟอนเค้ก เป็นต้น โดยแป้งสาลีดังกล่าวจะมีปริมาณโปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 7-9 เนื้อแป้งมีสีขาวละเอียด มีคุณสมบัติดูดน้ำ น้ำตาล ไขมันได้มาก และช่วยให้การผสมส่วนต่างๆ เข้ากันได้ดี ทำให้ได้เนื้อเค้กละเอียดมีความนุ่มนวล
- 4) แป้งขนมปังโฮลวีท ภายใต้อุณหภูมิห้อง ปังทอง แป้งสำเร็จรูปสำหรับทำขนมปังโฮลวีท มีปริมาณโฮลวีทสูงถึงร้อยละ 50 สามารถนำไปผลิตขนมปังได้ง่ายและได้เนื้อขนมปังเหนียวนุ่ม อุดมไปด้วยใยอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระสำหรับผู้รักสุขภาพ
- 5) แป้งสาลีสำหรับทำซาลาเปา ภายใต้อุณหภูมิห้อง หั่วใจ ซึ่งมีปริมาณโปรตีนต่ำอยู่ที่ร้อยละ 7-9 เนื้อแป้ง มีสีขาวละเอียด เบา ปริมาณเถ้าต่ำ มีความเหนียวน้อย เหมาะสำหรับนำไปทำซาลาเปา เค้ก คูกี้ คุกกี้ ฟูฟ่าย ขนมสาลี เอแคลร์ โมจิ แยมโรล ขนมไข่
- 6) แป้งสาลีสำหรับทำปาท่องโก๋ ภายใต้อุณหภูมิห้อง หั่วใจ โดยมีปริมาณโปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 11-13 คุ้มน้ำได้มาก มีความเหนียวพอเหมาะ ซึ่งจะทำให้ได้ปาท่องโก๋ที่ฟูตัวดี กรอบ ได้ปริมาณมากไม่อมน้ำมัน
- 7) แป้งสาลีสำหรับทำเค้ก ภายใต้อุณหภูมิห้อง หั่วใจ เช่น บัตเตอร์เค้ก สปันจ์เค้ก ชิฟฟอนเค้ก เป็นต้น โดยแป้งสาลีดังกล่าวจะมีปริมาณโปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 7-9 เนื้อแป้งมีสีขาวละเอียด มีคุณสมบัติดูดน้ำ น้ำตาล ไขมันได้มาก และช่วยให้การผสมส่วนต่างๆ เข้ากันได้ดี ทำให้ได้เนื้อเค้กละเอียดมีความนุ่มนวล
- 8) แป้งขนมปังโฮลวีท ภายใต้อุณหภูมิห้อง ปังทอง แป้งสำเร็จรูปสำหรับทำขนมปังโฮลวีท มีปริมาณโฮลวีทสูงถึงร้อยละ 50 สามารถนำไปผลิตขนมปังได้ง่ายและได้เนื้อขนมปังเหนียวนุ่ม อุดมไปด้วยใยอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระสำหรับผู้รักสุขภาพ

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ปัจจุบันคนไทยนิยมบริโภคขนมปังมากขึ้น เพราะขนมปังเป็นเมนูอาหารที่หารับประทานได้ง่ายและสะดวกในการซื้อ รวมทั้งยังมีราคาที่ไม่แพง หาซื้อได้ง่าย ประกอบกับธุรกิจขนมปังมีอยู่หลายแบรนด์มาทำตลาด เพื่อสร้างสีสันและเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค รวมถึงตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขยายตัวขึ้นจากปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ตลาดมีความต้องการแป้งสาลีเป็นจำนวนมาก เพื่อไปผลิตเป็นสินค้า โดยยังไม่รวมความต้องการการนำแป้งสาลีไปผลิตสินค้าชนิดอื่น

ลักษณะการตลาด

เนื่องจากสินค้าของบริษัทฯ เป็นสินค้าแปรรูปนำไปผลิตสินค้าให้แก่ผู้บริโภค บริษัทฯ จะเน้นการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ โดยใช้เครื่องจักรอุปกรณ์แปรรูปแป้งที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถควบคุมการผลิตสูตรแป้งอย่างแม่นยำ สะอาด และถูกสุขลักษณะ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยผลิตแป้งสาลีตามสูตรเฉพาะของบริษัทฯ รวมถึงการให้บริการผลิตแป้งสาลีตามสูตรเฉพาะที่ลูกค้าต้องการ (Tailor-Made Flour) และมีการคิดค้นแป้งสาลีสูตรใหม่ (Novel Products) เพื่อสนองตอบความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากการพัฒนาคุณภาพของสินค้า ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญของบริษัทฯ แล้ว บริษัทฯ ได้มีการศึกษาการเคลื่อนไหวของตลาด ทำการวิเคราะห์คู่แข่งและคอยติดตามนโยบายของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่เหมาะสม

กลยุทธ์การแข่งขัน

ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะเพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจโรงงานผลิตแป้งสาลีเมื่อกลางปี พ.ศ.2550 แต่หากพิจารณาจากปริมาณการขายสินค้าแล้วพบว่า บริษัทฯ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลยุทธ์การแข่งขันในทางการตลาดมีความสำคัญมากที่ทำให้บริษัทสามารถเพิ่มยอดขายได้ มุ่งเน้นการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ การให้บริการที่เน้นการเอาใจใส่ความต้องการของลูกค้า ดังนั้นในด้านการตลาดบริษัทฯ จึงมีกลยุทธ์การแข่งขันโดยแบ่งออกได้ ดังนี้

1) **กลยุทธ์ด้านคุณภาพ** บริษัทฯ เลือกใช้อุปกรณ์เครื่องจักรที่ทันสมัย ใช้ระบบแปรรูปแป้งสาลีอัตโนมัติ ซึ่งมีความสามารถพิเศษในการควบคุมคุณภาพของแป้งสาลีสูตรต่างๆ ได้อย่างแม่นยำ สะอาดและถูกสุขลักษณะ รวมถึงการมีฝ่ายประกันคุณภาพที่ดูแลคุณภาพการผลิต ตั้งแต่กระบวนการรับวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ระหว่างกระบวนการผลิต จนถึงผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายก่อนการส่งมอบ เพื่อให้การตรวจสอบเป็นไปตามระบบ GMP, HACCP, ISO 22000 และ HALAL โดยในกระบวนการรับวัตถุดิบฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะสุ่มเก็บตัวอย่างวัตถุดิบทุกๆ 2 ชั่วโมง สำหรับกรณีซื้อแบบเทกองและเก็บตัวอย่างจากรถทุกคัน กรณีซื้อเป็น Container เพื่อนำมาวิเคราะห์ค่าความชื้น โปรตีนและเถ้า สำหรับผลิตภัณฑ์ระหว่างกระบวนการผลิตจะมีการสุ่มเก็บตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์ค่าอื่น ๆ เพิ่มเติม ได้แก่ กลูเตน ตรวจดูสีแป้ง วิเคราะห์เชื้อจุลินทรีย์ และทำ Baking test (นำแป้งมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ตามที่ลูกค้าจะนำไปใช้) รวมถึงการดูแลแป้งที่ผลิตเรียบร้อยแล้วเก็บในสถานที่ที่ปลอดภัยต่อสภาวะอากาศ สัตว์แมลง เช่น มอด เป็นต้น

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

3) **กลยุทธ์ด้านราคา** ในช่วงเริ่มเปิดดำเนินธุรกิจ การใช้กลยุทธ์ด้านราคาถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ เนื่องจากบริษัทฯ เพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจไม่นานต้องสร้างฐานลูกค้าให้แข็งแกร่งเพื่อจะเพิ่มยอดขายในอนาคตต่อไป ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องจำหน่ายสินค้าในราคาที่จูงใจต่อลูกค้าในช่วงแรก และปัจจุบันได้ปรับราคาเพื่อให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าที่ลูกค้าได้รับ

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากแป้งสาลีเป็นวัตถุดิบหลักที่จำเป็นต้องใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารหลายประเภท ซึ่งลูกค้าแต่ละประเภทจะนิยมซื้อแป้งสาลีที่มีปริมาณ โปรตีนแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการใช้ ดังนั้นบริษัทฯ จะผลิตแป้งสาลีตามสูตรเฉพาะของบริษัทฯ และผลิตตามสูตรเฉพาะตามที่ต้องการ (Tailor-Made Flour) เพื่อสามารถรองรับตามความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้ โดยกลุ่มลูกค้าที่ซื้อแป้งสาลีโปรตีนสูง คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 75 ของรายได้รวม ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมผลิต บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผลิตบะหมี่สด ผลิตขนมปัง และผลิตอาหารสัตว์ ส่วนแป้งสาลีโปรตีนต่ำ คิดเป็นสัดส่วนรายได้ร้อยละ 25 จะเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ได้แก่ ร้านเบเกอรี่ ร้านขนมลูกกึ่งขนมขบเคี้ยว ขนมอบนานาชนิด ซาลาเปาและปาท่องโก๋

ลักษณะลูกค้าของบริษัทฯ จะสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) กลุ่มลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าเป็นครั้ง โดยไม่มีการผูกสัญญาระยะยาว ซึ่งกลุ่มลูกค้าลักษณะนี้บริษัทฯ จะทำการส่งใบเสนอราคาล่าสุดไปให้ตามสินค้าที่ลูกค้าแต่ละรายต้องการสั่งซื้อ และ 2) กลุ่มลูกค้าที่มีการผูกสัญญาเป็นรายไตรมาส โดยกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ บริษัทฯ จะมีการส่งใบเสนอราคาไปเช่นกัน แต่จะระบุให้ชัดเจนว่าราคาที่น่าเสนอเป็นราคาที่ครอบคลุมช่วงระยะเวลาใด และในแต่ละเดือนจะมีปริมาณการจัดส่งมากน้อยเพียงใด และรวมของทั้งสัญญาจะมีปริมาณเท่าใด โดยจะมีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นข้อมูลล่าสุดให้กับลูกค้าไตรมาสละ 1 ครั้ง โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายของลูกค้าแต่ละประเภทอยู่ที่ประมาณร้อยละ 80 และร้อยละ 20 ตามลำดับ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทแบ่งได้ 3 ประเภท ได้แก่ 1) โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมผลิตเบหมีสำเร็จรูป ผลิตเบหมีสด และผลิตขนมปัง 2) ผู้ขายส่งหรือยี่ปั๊วรายใหญ่ และ 3) ผู้ใช้แป้งสาลีขนาดกลางและย่อม (SME) บริษัทฯ มีการให้เครดิตในการชำระค่าสินค้าประมาณ 15-60 วัน ซึ่งขึ้นอยู่กับลูกค้าแต่ละประเภท โดยพื้นที่กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล รวมไปถึงแถบภาคตะวันออก

นโยบายการกำหนดราคา

แป้งสาลีที่บริษัทฯ จำหน่ายมีหลายประเภท โดยแยกเป็นแป้งสาลีที่มีปริมาณโปรตีนสูงและโปรตีนต่ำ แป้งสาลีที่มีปริมาณโปรตีนสูงสามารถแบ่งได้หลายชนิด ได้แก่ แป้งเบหมีกึ่งสำเร็จรูป แป้งเบหมีสด แป้งขนมปัง และแป้งอาหารสัตว์ ส่วนแป้งสาลีที่มีปริมาณโปรตีนต่ำเป็นแป้งสาลีจำพวกแป้งเอนกประสงค์ บิสกิต เค้ก ซาลาเปา และปาท่องโก๋ จากคุณสมบัติที่แตกต่างกันจึงมีผลต่อต้นทุนการผลิตของแป้งสาลี ทำให้ราคาขายสินค้าแต่ละประเภทแตกต่างกันรวมถึงบริษัทฯ ต้องคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ว่าเป็นอุตสาหกรรมโรงงานขนาดใหญ่หรือเป็นอุตสาหกรรมโรงงานขนาดกลางและเล็ก บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการกำหนดราคาแป้งในลักษณะต้นทุนในการผลิตบวกด้วยอัตรากำไรตามที่คณะกรรมการบริหารได้กำหนดไว้ โดยจะพิจารณาราคาขายสินค้าของผู้ประกอบการรายอื่นประกอบด้วย ซึ่งในการตั้งราคาขายดังกล่าวต้องไม่เกินราคาขายที่บริษัทแจ้งกับกรมการค้าภายในไว้

ปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีมาจากการถูกควบคุมของหน่วยงานราชการ 2 หน่วยงาน ได้แก่ 1) กรมการค้าภายใน และ 2) กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมการค้าภายในได้กำหนดให้แป้งสาลีเป็นสินค้าควบคุมราคาจำหน่าย และให้ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกลาง ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ เรื่อง การแจ้งต้นทุนราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับแป้งสาลี เพื่อให้หน่วยงานราชการจะสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของราคาให้ราคาเป็นธรรม และป้องกันการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขึ้นราคาขายให้สูงกว่าราคาที่ผู้ประกอบการแจ้งได้ ดังนั้น หากราคาข้าวสาลีในตลาดโลกปรับเพิ่มขึ้น จนทำให้ราคาขายสินค้าสูงกว่าราคาขายที่ได้แจ้งไว้ โรงงานผลิตแป้งสาลีไม่สามารถผลักภาระต้นทุนให้แก่ลูกค้าได้ทั้งหมด เนื่องจากมีข้อจำกัดในการปรับขึ้นราคา ซึ่งโรงงานจะต้องได้รับอนุญาตจากกรมการค้าภายในก่อนจึงจะปรับขึ้นราคาได้ รวมถึงเรื่องความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เนื่องจากแป้งสาลีเป็นวัตถุดิบหลักในการนำไปผลิตสินค้ามากมายที่เรบริโภคในแต่ละวัน ดังนั้นกระทรวงสาธารณสุขมีบทบาทที่สำคัญในการดำเนินการให้โรงงานสามารถผลิตสินค้าที่ปลอดภัยตรงตามสุขลักษณะทุกอย่าง



การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ลักษณะการขายของบริษัทฯ จะเน้นการขายตรงให้แก่ลูกค้า โดยลูกค้าจะสั่งสินค้าเป็นล็อต โดยมีการกำหนดราคาร่วงหน้าเป็นระยะสั้น ๆ และบริษัทฯ จะทยอยจัดส่งให้ลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการตามราคาที่ตกลงไว้ โดยการชำระเงิน มีทั้งแบบการให้เครดิตทางการค้า และแบบเงินสด ในการขายตรงดังกล่าวบริษัทฯ มีทีมงานขายของบริษัทเอง โดยจะเน้นกรุงเทพและปริมณฑลเป็นหลัก ในปี 2558 มีทีมงานขายจำนวน 6 คน ดูแลลูกค้ากว่า 300 ราย ซึ่งพนักงานขายมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญและชำนาญในด้านการขาย โดยทำหน้าที่ติดต่อและประสานงานในการขายกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ค้าส่งหรือปั๊วะจะเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อให้สินค้ากระจายถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

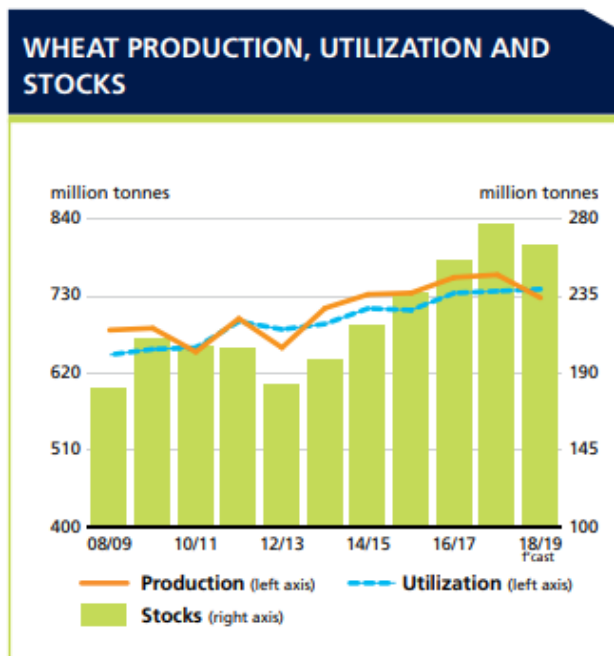
ภาวะอุตสาหกรรม

ภาวะอุตสาหกรรมผลิตข้าวสาลีและแป้งสาลีในตลาดโลก

ตลาดข้าวสาลีปรับตัวลดลงเล็กน้อยในฤดูกาลการตลาดปี 2561-2562 เนื่องจากการผลิตคาดว่าจะลดลงต่ำกว่าระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ของปีที่แล้ว ด้วยการบริโภคของโลกที่คาดว่าจะขยายตัวเกินกว่าการผลิต

คาดการณ์อุปสงค์และอุปทานข้าวสาลีทั่วโลกจะตึงตัวในปี 2561-2562 ซึ่งเป็นผลมาจากราคาต่างประเทศที่ทรงตัวเมื่อเทียบกับฤดูกาลที่ผ่านมา การคาดการณ์สำหรับการผลิตข้าวสาลีทั่วโลกในปี 2561 ได้มีการปรับลดลงในช่วงไม่กี่เดือนที่ผ่านมาและได้รับการตรึงที่ 727.9 ล้านตันลดลง 4.3% จากระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ในปี 2560 บัญชี EU, สหพันธรัฐรัสเซีย, จีนและออสเตรเลียมีการหดตัวมากเมื่อเทียบเป็นรายปี พวกเขาอยู่เบื้องหลังการลดลงเมื่อเร็วๆ นี้ในมุมมองการผลิตทั่วโลกในขณะที่แนวโน้มการปรับปรุงในอเมริกาเหนือและใต้ การใช้ข้าวสาลีโดยรวมคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยในปี 2561-2562 เนื่องจากการเติบโตของการใช้อาหารสัตว์ข้าวสาลีทั่วโลกได้รับผลกระทบจากปริมาณการบริโภคที่ลดลงในรัสเซียและยูเครนส่วนใหญ่เกิดจากอุปทานภายในประเทศลดลง อย่างไรก็ตามการใช้ข้าวสาลีทั่วโลกสำหรับการบริโภคอาหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.0 ซึ่งน่าจะส่งผลให้ระดับเฉลี่ยต่อหัวค่อนข้างคงที่

ด้วยการคาดการณ์การผลิตทั่วโลกจะต่ำกว่าการใช้โดยรวมสินค้าคงเหลือข้าวสาลีทั่วโลกในปี 2562 คาดว่าจะลดลง 4.5% จากระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ การเปิดถือนาค่าจะมีความเข้มข้นในหมู่ผู้ส่งออกที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งสหพันธรัฐรัสเซียสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกามากกว่าการชดเชยการสะสมที่สำคัญที่คาดหวังในประเทศจีนและในระดับที่น้อยกว่าในอินเดีย ดังนั้นอัตราส่วนของหุ้นปิดของผู้ส่งออกข้าวสาลีรายใหญ่ต่อการหายไปทั้งหมด (หมายถึงการใช้ประโยชน์ภายในประเทศบวกกับการส่งออก) ซึ่งเป็นมาตรวัดความได้เปรียบในตลาดโลก-ถูกกำหนดให้ลดลงต่ำสุดในรอบ 5 ปีที่ 16.3% ตรงกันข้ามกับการคาดการณ์ก่อนหน้านี้การค้าข้าวสาลีโลกคาดว่าจะหดตัวในปี 2561-2562



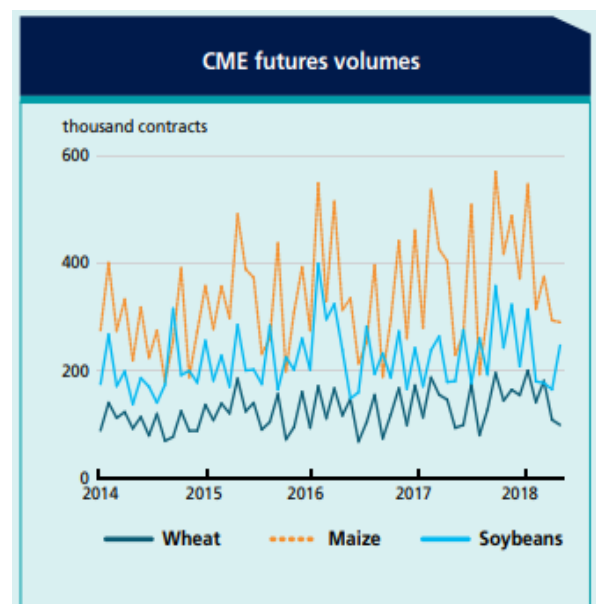
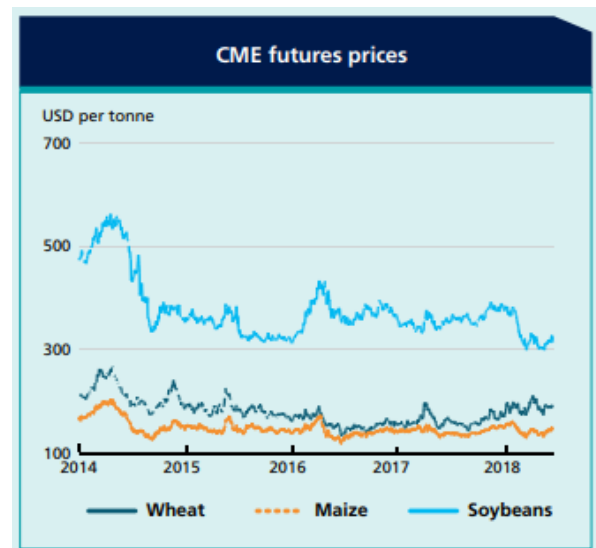
WORLD WHEAT MARKET AT A GLANCE					
	2016/17	2017/18 estim.	2018/19 f'cast		Change: 2018/19 over 2017/18
			July	Nov	
	million tonnes				%
WORLD BALANCE					
Production	756.7	760.4	736.1	727.9	-4.3
Trade ¹	176.6	176.6	175.0	173.2	-1.9
Total utilization	734.5	737.2	741.1	740.1	0.4
Food	498.4	504.8	508.9	509.7	1.0
Feed	142.6	140.6	143.6	141.3	0.5
Other uses	93.4	91.8	88.5	89.0	-3.0
Ending stocks ²	255.1	276.8	264.2	264.4	-4.5
SUPPLY AND DEMAND INDICATORS					
Per caput food consumption:					
World (kg/yr)	66.8	66.9	66.7	66.8	-0.1
LIFDC (kg/yr)	53.1	53.2	52.6	53.0	-0.4
World stocks-to-use ratio (%)	34.6	37.4	34.9	35.0	
Major exporters stocks-to-disappearance ratio ³ (%)	20.2	21.1	16.8	16.3	
FAO WHEAT PRICE INDEX ⁴ (2002-2004=100)					
	2016	2017	2018 Jan-Oct	Change* %	
	125	133	147	10.7	

(กรกฎาคม / มิถุนายน) แม้ว่าจะสูงกว่าระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ในสองฤดูกาลที่ผ่านมาในบรรดาผู้นำเข้าแอลจีเรียอินเดียและแอฟริกาได้คาดว่าจะลดการซื้อข้าวสาลีเนื่องจากการเก็บเกี่ยวในประเทศที่มีขนาดใหญ่ขึ้น สำหรับการส่งออกการจัดส่งจากสหพันธรัฐรัสเซียถูกกำหนดเป็นสัญญาสะท้อนถึงการลดลงของการผลิตในประเทศ ในทำนองเดียวกันการส่งออกข้าวสาลีจากออสเตรเลียสหภาพยุโรปและยูเครนคาดว่าจะลดลงซึ่งมากกว่าที่จะตอบโต้การฟื้นตัวของยอดขายจากต่างประเทศที่โดดเด่นโดยสหรัฐอเมริกา รวมถึงการขนส่งที่ใหญ่ขึ้นจากอาร์เจนตินาและแคนาดา

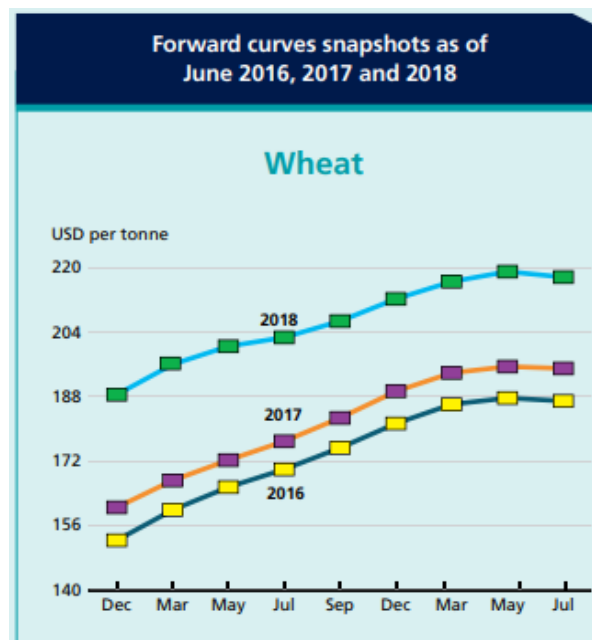
ราคาข้าวสาลีโลก

ราคาสัญญาซื้อขายล่วงหน้าของข้าวสาลีข้าวโพดและถั่วเหลืองได้ทำตามเส้นทางที่แตกต่างกันในช่วงห้าเดือนที่ผ่านมาโดยได้แรงหนุนจากปัจจัยพื้นฐานทั่วโลกการพัฒนาพืชผลภายในประเทศและนโยบายการค้า ราคาข้าวสาลีโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 8% สูงกว่าในช่วงครึ่งแรกของปีโดยมีปัจจัยหนุนจากแนวโน้มการเพาะปลูกพืชผลในหลายภูมิภาครวมถึงยุโรปตอนเหนือสหพันธรัฐรัสเซียและออสเตรเลีย สต็อกข้าวสาลีทั้งหมดคาดว่าจะลดลงประมาณ 5% จากระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ของปีที่แล้วทำให้ราคาข้าวสาลีพุ่งขึ้นสู่ระดับสูงสุดในรอบ 3 ปีในเดือนสิงหาคมและรักษาระดับพรีเมียมในช่วงเวลาเดียวกันในช่วงสองปีที่ผ่านมา ราคาข้าวโพดมีประสบการณ์ตามฤดูกาล

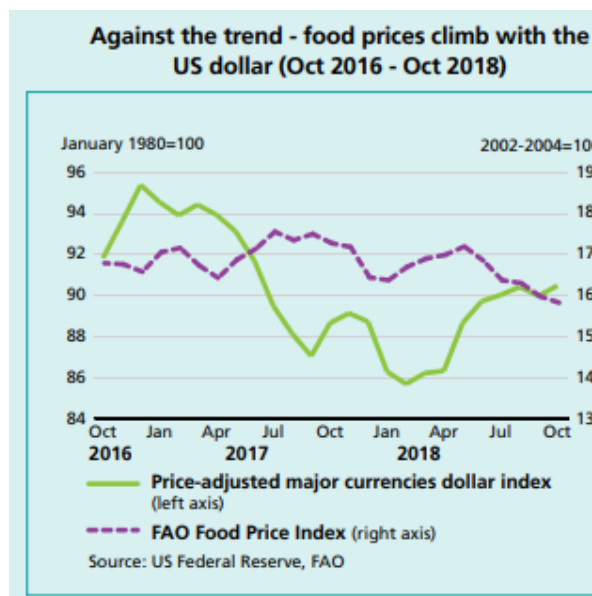
ลดลงระหว่างเดือนพฤษภาคมและกันยายนเนื่องจากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยในสหรัฐทำให้อัตราผลตอบแทนเพิ่มขึ้น แม้จะมีเวชภัณฑ์ที่จุดเริ่มต้นของปีการเพาะปลูกข้าวโพดปี 2561-2562 (1 กันยายน) ค่ายังคงสูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในช่วงสองปีที่ผ่านมา ในทางกลับกันถั่วเหลืองได้จดทะเบียนราคาที่แย่ที่สุดในบรรดาสินค้าโภคภัณฑ์สามรายการหลังจากที่ลดลงสู่ระดับต่ำสุดในรอบสิบปี ณ สิ้นเดือนมิถุนายนเพื่อตอบโต้ภัยการค้าของจีนที่เสนอราคายังคงเป็นทุกข์เมื่อรายงานความคืบหน้าการเพาะปลูกรายสัปดาห์ของสหรัฐส่งสัญญาณผลผลิตและผลผลิตที่สูงเป็นประวัติการณ์ แม้ว่าสหรัฐจะมีต้นกำเนิดจากถั่วเหลืองที่ลดลงต่ำกว่าต้นกำเนิดอื่นๆ ถึง 30% แต่มีการกำหนดราคาในอัตราภาษีศุลกากรของจีนเท่านั้น



210,000 ตัน (สินค้าตัวเหลืองสามสหรัฐ) ถูกส่งไปยังประเทศจีนระหว่างวันที่ 1 กันยายนถึง 1 พฤศจิกายนเทียบกับประมาณ 5 ล้านตันในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว บันทึกระดับความสนใจภายในประเทศของสหรัฐรายงานว่าเพิ่มขึ้น 17% เมื่อเทียบเป็นรายปี (y/y) ซึ่งไม่น่าจะขจัดความเสี่ยงการส่งออกไปจีนที่สูงหายซึ่งเกิน 36 ล้านตันในปี 2559-2560 อิทธิพลของตลาดต่างประเทศเช่นการเคลื่อนไหวของการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและราคาพลังงานยังคงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลการและพื้นฐานอุปสงค์และอุปทาน ราคาน้ำมันดิบที่สูงขึ้นของ West Texas Intermediate น้ำมันดิบ y / y และสัญญาของการทางสหรัฐที่จะขยายสัดส่วนของเอทานอลจาก 10 เป็น 15 เปอร์เซ็นต์ในการผสมน้ำมันเบนซินในประเทศอาจอย่างไรก็ตามได้รักษาราคาข้าวโพดจากระดับต่ำกว่าสองปี เงินดอลลาร์สหรัฐแม้จะมีการคาดการณ์ของนักวิเคราะห์บางคนว่ามีการเคลื่อนไหวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ซื้อขายในทิศทางเดียวกับสกุลเงินหลักในช่วงห้าเดือนที่ผ่านมาทำให้เกิดผลกระทบเล็กน้อยต่อราคาธัญพืชและน้ำมัน

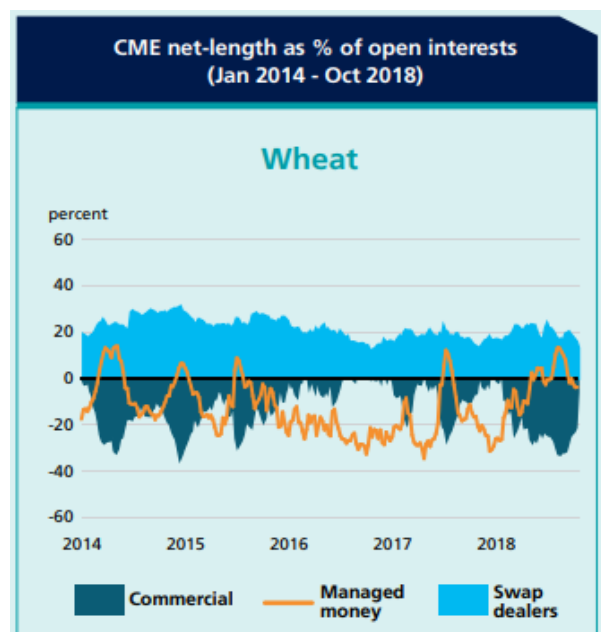


ปริมาณการค้าซึ่งทำสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์ในช่วงหกเดือนแรกของปี 2561 สะท้อนตัวอย่างต่อเนื่องสำหรับตัวเหลืองและข้าวสาลีและข้าวโพดที่ลดลง การชะลอตัวของการซื้อขายตัวเหลืองส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากภาษีศุลกากรของจีนที่มีต่อต้นกำเนิดตัวเหลืองของสหรัฐซึ่งสร้างความแตกต่างระหว่างราคาของสหรัฐและนอกสหรัฐและลบด้านประสิทธิภาพของสัญญาซื้อขายแลกเปลี่ยนในตลาดโลกซีกาโกในฐานะกลไกการป้องกันความเสี่ยงทั่วโลก ดอกเบี้ยแบบเปิดสำหรับสินค้าโภคภัณฑ์ทั้งสามรายการลดลงเช่นกันจากระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ในเดือนมิถุนายน การลดลงของดอกเบี้ยและปริมาณที่เปิดกว้างอาจเป็นความเบี่ยงเบนชั่วคราวจากแนวโน้มระยะยาวของผลประโยชน์ทางการค้าที่เพิ่มขึ้นซึ่งยืนยันมาตั้งแต่การซื้อขายทางคอมพิวเตอร์ กลยุทธ์การซื้อขายมีการพัฒนามากขึ้นเรื่อยๆ ในกลยุทธ์ที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น-การแพร่กระจาย (การซื้อขายและขายสัญญาที่แตกต่างกันสองสัญญา) หรือการรวมกันของฟิวเจอร์สและออปชั่นรวมถึงการสร้างระดับธุรกรรมที่มากขึ้น

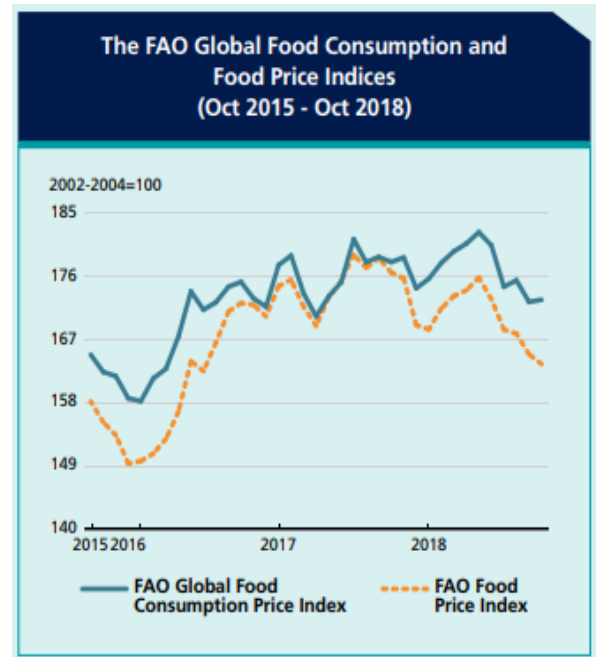


การดำเนินการตามกลยุทธ์เหล่านี้มักถูกสร้างขึ้นโดยอัลกอริทึม ได้รับการอำนวยความสะดวกอย่างมากโดยการโยกย้ายตัวเลือก การซื้อขายล่าสุดจากไววายเปิดไปสู่กลไกการแลกเปลี่ยนที่ ดำเนินการแลกเปลี่ยนซึ่งตรงกับคำสั่งซื้อและขายทั้งหมด สำหรับสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ตัวเลือกดอกเบี้ยแบบเปิดเมื่อเพิ่ม ลงในสัญญาซื้อขายล่วงหน้าสำหรับข้าวสาลีข้าวโพดและถั่ว เหลืองสะท้อนให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นอีก 30, 27 และ 21% ตามลำดับ เพื่อเปิดผลรวมดอกเบี้ย แต่ยอดรวมที่รวมลดลงจาก การบันทึก

ความผันผวนระดับความผันผวนสำหรับข้าวสาลีข้าวโพดและ ถั่วเหลืองตามรูปแบบตามฤดูกาลโดยทั่วไปลดลงในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากเทรดเดอร์และนักวิเคราะห์ขึ้นขึ้นระดับการเสื่อมสภาพ ในตลาดข้าวสาลีทั่วโลกและสังเกตเห็นความผันผวนอย่างมั่นคง ของข้าวโพดสหรัฐและการพัฒนาพืชถั่วเหลือง ภาษีการค้าถั่ว เหลืองของจีนประกาศใช้ในเดือนกรกฎาคมซึ่งเป็นเหตุการณ์ สำคัญที่ดูเหมือนว่าจะมีผลกระทบต่อความผันผวนเล็กน้อย เนื่องจากจีนหยุดซื้อสินค้าสหรัฐตั้งแต่ต้นเดือนเมษายน ความ ผันผวนในอดีต (อิงจาก 30 วัน) สำหรับทั้งข้าวโพดและถั่ว เหลืองอยู่ในระดับระหว่าง 17 และ 27 (ค่าเฉลี่ยรายเดือน) ในขณะที่ข้าวสาลีโดยทั่วไปมีการเคลื่อนไหวของราคาที่ผันผวน มากขึ้นอยู่ระหว่าง 32 และ 38 (ค่าเฉลี่ยรายเดือน) ความผันผวน โดยนัย (คำนวณโดยระดับของตัวเลือกพรีเมียมในสัญญาซื้อขาย ล่วงหน้าอ้างอิง) สำหรับข้าวโพดและถั่วเหลืองและไม่มีการทำ เครื่องหมายใด ๆ และจดทะเบียนส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 ปี ต่ำในขณะที่ข้าวสาลีแต่ละระดับ 31 ในเดือนกรกฎาคมและลดลง สู่ระดับ 20 โดยทั่วไปความผันผวนอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ แต่ยังคงสูงกว่าระดับต่ำสุดที่บันทึกไว้ในระหว่างวันที่ 18, 11 และ 12 มกราคมสำหรับข้าวสาลีข้าวโพดและถั่วเหลือง ตามลำดับ ดัชนีความผันผวนของสินค้าโภคภัณฑ์ที่จับตามอง มากที่สุดคือ ovx ซึ่งเป็นตัววัดความผันผวนของราคาน้ำมันดิบ ยังคงอยู่ในช่วงแคบ ๆ ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาแม้ว่าราคาน้ำมันดิบ จะเพิ่มขึ้น y/y อย่างมาก



ดัชนีราคาการบริโภคอาหารทั่วโลกของ FAO สูญเสียโมเมนตัม
ดัชนีราคาการบริโภคอาหารทั่วโลกของ FAO ติดตามการ
เปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายของตะกร้าอาหารโลกตามที่ปรากฏใน
งบดุลอาหารโลก FAO ล่าสุด (ดู <http://faostat3.fao.org/download/FB/FBS/E>) หลังจากแสดงความแปรปรวนอย่างมากตลอดทั้ง
ปี 2560 ดัชนีเริ่มไต่ระดับขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยทำสถิติสูงสุดใน
รอบสามปีครึ่งในเดือนพฤษภาคม 2561 นับตั้งแต่นั้นมาก็เสี
คะแนนไป 10 คะแนนและอยู่ที่ 173 คะแนนในเดือนตุลาคม
ในขณะที่ดัชนียังคงแสดงความสอดคล้องกับดัชนีราคาอาหาร
FAO น้ำหนักการค้า (FPD) ในแง่ของแนวโน้มแนวโน้มดัชนี
ราคาการบริโภคอาหารทั่วโลกของ FAO ในปัจจุบันมีส่วนต่าง
ประมาณ 9 จุดมากกว่า FFPI นี้เป็นเพราะราคาอาหารนานาชาติ
ที่มีน้ำหนักมากกว่าดัชนีการบริโภคคือธัญพืช (59 เปอร์เซ็นต์)
เพิ่มขึ้นตลอดปี 2561



ที่มา : food outlook FAO 2018,

Food Outlook - Food and Agriculture Organization of the United Nations , <http://www.fao.org/3/a-i7343e.pdf>

ภาวะอุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีในประเทศไทย

ปัจจุบันคนไทยมีความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์จากแป้งสาลีเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นขนมปัง ขนมเค้กสำเร็จรูป ขนมสาคู ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ต่าง ๆ อาทิเช่น เค้ก ซาลาเปา ปาท่องโก๋ ขนมขบเคี้ยวและอื่นๆ ทำให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากแป้งสาลีในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

วัตถุดิบหลักในการผลิตแป้งสาลี คือ ข้าวสาลี ซึ่งเป็นธัญพืชที่เจริญเติบโตได้ดีในสภาพแวดล้อมที่มีอากาศเย็นและไม่สามารถปลูกได้ในประเทศ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยประเทศไทยสามารถนำเข้าได้ทั้งในรูปของข้าวสาลีและแป้งสาลี โดยข้าวสาลีและแป้งสาลีที่นำเข้าจากแต่ละประเทศจะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน โดยปกติข้าวสาลีแบ่งได้ 2 จำพวก ได้แก่ ข้าวสาลีแข็ง (Hard Wheat) และข้าวสาลีอ่อน (Soft Wheat) ซึ่งแป้งที่ได้จากข้าวสาลีแข็ง จะมีโปรตีนสูงในขณะที่แป้งที่ได้จากข้าวสาลีอ่อนจะมีโปรตีนต่ำ 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 แต่เป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับขยอดสั่งซื้อจากสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย โดยราคาขายข้าวสาลีถูกกำหนดโดย Grain Exchange ในสหรัฐอเมริกา ดูได้จากสถิติแหล่งและปริมาณการนำเข้าข้าวสาลีของประเทศไทยในปี 2561 (10 อันดับแรก) เป็นดังนี้

ลำดับ	ประเทศ	ปี 2561
1	อเมริกา	572,819,209
2	ออสเตรเลีย	227,175,220
3	แคนาดา	118,135,208
4	มอลโดวา	1,831,970
5	ปากีสถาน	529,000
6	อินเดีย	24,000
7	เยอรมัน	2,000
8	ฟิลิปปินส์	96
9	ยูเครน	2

ประเทศ	2560
ออสเตรเลีย	334,211,329
อเมริกา	585,426,318
แคนาดา	79,326,875
ยูเครน	4,838,740
สโลวาเกีย	517,506
อินเดีย	19,600
อิตาลี	4,380
เยอรมัน	2,750
ตุรกี	450
ลิทัวเนีย	10

การนำเข้าข้าวสาลีของประเทศไทย ส่วนใหญ่จะนำเข้าข้าวสาลีเพื่อนำมาผลิตอาหาร โดยหลัก ๆ จะมาจาก 3 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และแคนาดา

นอกจากการนำเข้าในรูปแบบข้าวสาลีแล้ว ประเทศไทยมีการนำเข้าแป้งสาลีด้วยเช่นกัน โดยแหล่งนำเข้าแป้งสาลีที่สำคัญของประเทศไทยในปี 2561 ได้แก่ เวียดนาม ตุรกี ฟิลิปปินส์ ศรีลังกา และสิงคโปร์ โดยสถิติการนำเข้าสำหรับตลาดการนำเข้าแป้งสาลีในประเทศไทยในปี 2561 (10 อันดับแรก) เป็นดังนี้

ลำดับ	ประเทศ	ปี 2561
1	เวียดนาม	62,424,969
2	ตุรกี	24,752,472
3	ฟิลิปปินส์	13,568,612
4	สิงคโปร์	17,441,766
5	ศรีลังกา	12,583,017
6	สโลวีเนีย	10,103,550
7	ลัตเวีย	10,013,576
8	ญี่ปุ่น	8,595,087
9	เกาหลีใต้	6,302,288
10	ออสเตรเลีย	4,138,659

ประเทศ	ปี 2560
เวียดนาม	58,136,086
ตุรกี	20,423,798
ฟิลิปปินส์	20,377,490
ศรีลังกา	14,962,135
สิงคโปร์	12,712,815
สโลวีเนีย	12,598,100
ญี่ปุ่น	12,393,078
ลัตเวีย	8,916,104
สาธารณรัฐเกาหลี	5,133,362
มาเลเซีย	3,975,227

ในส่วนของการอุดหนุนจากภาครัฐสำหรับอุตสาหกรรมข้าวสาลีและแป้งสาลีจะเป็นในลักษณะการยกเว้นการเรียกเก็บภาษีอากรนำเข้าข้าวสาลีและการลดพิกัดอัตราภาษีนำเข้าแป้งสาลีในปี 2548 นอกจากนี้จะเป็นการคุ้มครองในส่วนของผู้บริโภคมากกว่าไม่ว่าจะเป็นการกำหนดให้แป้งสาลีเป็นสินค้าควบคุมของกรมการค้าภายในหรือการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้มีการทำข้อตกลงกับสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ซึ่งมีผลทำให้ต้องมีการลดภาษีนำเข้าของแป้งสาลีเหลือร้อยละ 0 โดยมีผลเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นไป ทำให้มีการแข่งขันด้านราคาสูงขึ้นและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโรงงานแป้งสาลีที่ต้องพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นที่พอใจของลูกค้าในขณะที่ต้องรักษาระดับราคาที่เหมาะสมด้วยเช่นกัน

ภาวะการแข่งขัน

อุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยเริ่มดำเนินการมากกว่า 40 ปี โดยเริ่มแรกมีผู้ผลิตรวม 4 ราย ได้แก่ บมจ. ยูนิเท็ดฟลาวมิลล์ (UFM) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี 2521 และได้ขออนุญาตถอนจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน (Delisting) แล้วตั้งแต่ปี 2553 บริษัท แหลมทองสหการ จำกัด บริษัท สยามฟลาวค้ำแป้ง จำกัด บริษัท อุตสาหกรรมแป้งข้าวสาลีไทย ต่อมาหลังจากปี พ.ศ. 2534 เป็นต้นมา มีผู้ผลิตเพิ่มขึ้นดังนี้ บริษัท บางกอก ฟลาว มิลล์ จำกัด บริษัท นิสชิน เอสทีซี ฟลาวมิลล์ จำกัด บริษัท เคอรี่ ฟลาวมิลล์ จำกัด บริษัท คิงส์ มิลล์ จำกัด บริษัท แปซิฟิคฟลาวมิลล์ จำกัด และบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด (ผลิตเพื่อใช้เลี้ยงกุ้งโดยเฉพาะ) และบริษัทที่เพิ่งประกอบอุตสาหกรรมแป้งสาลี ได้แก่ บริษัท เพรซิเดนทฟลาวมิลล์ จำกัด อย่างไรก็ตามในปัจจุบันกลุ่มโรงงานผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยมีทั้งหมด 12 บริษัท (รวมบริษัทด้วย) โดยแต่ละโรงงานมีกำลังการผลิตอยู่ระหว่าง 250-1,500 ตันต่อวัน

สภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเน้นการแข่งขันกันในเรื่องของคุณภาพและการให้บริการ หากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่จะเน้นการใช้กลยุทธ์ราคาเป็นหลัก นอกจากการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมด้วยกันแล้วผู้ประกอบการยังต้องมีการดำเนินธุรกิจแข่งขันกับผู้ประกอบการที่นำเข้าแป้งสาลีสำเร็จรูปจากต่างประเทศด้วย เนื่องจากก่อนปี 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

หากพิจารณาจากสถิติปริมาณการนำเข้าแป้งสาลี การนำเข้าแป้งสาลีมีข้อด้อยในแง่ของการควบคุมคุณภาพ เนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาในการขนส่ง ความเสี่ยงจากความชื้น และมอด แมลงทำให้คุณภาพแป้งสาลีไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการได้สำหรับบริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากการนำเข้าดังกล่าวไม่มากนักเนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าคนละกลุ่มกับของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่กลุ่มผู้ประกอบการที่นำเข้าแป้งสาลีเองจะไม่เน้นการใช้แป้งที่มีคุณภาพสำหรับการผลิต จึงไม่ใช่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีแผนงานในการในการบริหารจัดการในเรื่องดังกล่าว ดังนี้

- การเน้นคุณภาพของสินค้า บริษัทฯ จะมุ่งเน้นผลิตสินค้าที่ไม่มีสิ่งปลอมปน ซึ่งอาจอันตรายต่อการบริโภคได้ และให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทฯ จะผลิตสินค้าตามสูตรเฉพาะ (Tailor-Made Flour) เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และขยายกลุ่มลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น
- การบริการหลังการขาย เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าจากบริษัทฯ จะมีการตรวจสอบคุณภาพทุกครั้งก่อนจัดส่งและหากมีการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของแป้งสาลี บริษัทฯ จะเร่งดำเนินการแก้ไขให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ไม่เกิน 7 วัน
- ปริมาณการสั่งซื้อ ในการสั่งซื้อแป้งสาลีจากต่างประเทศจะต้องสั่งซื้อในปริมาณมากๆ และจำเป็นต้องใช้เงินจำนวนมากในการสั่งซื้อ รวมถึงมีสถานที่เพียงพอในการรองรับปริมาณแป้งสาลีที่สั่งซื้อซึ่งจะเหมาะสมกับผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้น หากเป็นผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศจะมีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่จัดเก็บ เม็ดเงินที่ใช้ในการจัดซื้อ ดังนั้นการสั่งซื้อกับบริษัทฯ ให้ความยืดหยุ่นกับลูกค้าได้มากกว่าทั้งในแง่ปริมาณและสถานที่จัดเก็บ ทำให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้ในปริมาณที่ต้องการได้

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

วัตถุดิบหลักในการผลิตแป้งสาลีคือข้าวสาลี ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่จะต้องนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด โดยแหล่งวัตถุดิบหลักของบริษัทมาจากประเทศสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย ซึ่งทั้งสองแหล่งถือเป็นแหล่งเพาะปลูกและส่งออกข้าวสาลีที่ใหญ่ที่สุดของโลก บริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากสหรัฐอเมริกาเป็นส่วนใหญ่โดยซื้อแบบเทกอง (Bulk) ซึ่งระยะเวลาในการจัดซื้อจะอยู่ในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิตประมาณเดือนมีนาคมและเดือนกันยายนของทุกปี และจากออสเตรเลียเป็นแบบตู้คอนเทนเนอร์ โดยจะจัดซื้อเฉลี่ยประมาณเดือนละ 3-4 ครั้ง ขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการในแต่ละช่วง ข้าวสาลีที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตมี 2 ประเภท ได้แก่ ข้าวเมล็ดแข็ง (Hard Wheat) และ ข้าวเมล็ดอ่อน (Soft Wheat) แป้งสาลีที่ทำจากข้าวเมล็ดแข็งมักจะมีโปรตีนในสัดส่วนที่สูงประมาณ ร้อยละ 13-15 มีคุณสมบัติเหนียว มักจะนำไปใช้ทำขนมปังหรือขนมปังกรอบ ขนมปัง และอาหารสัตว์ แหล่งนำเข้าคือสหรัฐอเมริกา ในขณะที่แป้งสาลีที่ทำจากข้าวเมล็ดอ่อนจะมีโปรตีนต่ำกว่าร้อยละ 10-11 จะมีความเหนียวน้อย และมีลักษณะนุ่ม ส่วนใหญ่จะนำไปผลิตเค้ก ซาลาเปา ปาท่องโก๋ และคุกกี้ โดยมีแหล่งนำเข้าจากออสเตรเลีย

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

ในการบริหารจัดการวัตถุดิบเหล่านี้ โดยธรรมเนียมปฏิบัติของธุรกิจโรงโม่แป้ง บริษัทฯ จะบริหารคงคลังไม่ให้เกิน 4-6 เดือน เพราะถ้าบริษัทฯเตรียมวัตถุดิบไว้นานกว่านั้น บริษัทฯจะมีต้นทุนและข้อเสียเปรียบอย่างมาก เช่น บริษัทฯ จะต้องแบกรับภาระต้นทุนทางการเงินที่นำมาใช้ในการจัดหาวัตถุดิบ นอกจากนี้ราคาข้าวสาลีในตลาดโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ถ้าบริษัทฯจัดเตรียมวัตถุดิบไว้มากเกินไป บริษัทฯ จะมีความเสี่ยงในกรณีที่ราคาปรับตัวลดลงทำให้เสียเปรียบคู่แข่งได้อย่างไรก็ตามในการจัดซื้อข้าวสาลีจากสหรัฐอเมริกาจะต้องซื้อแบบเทกอง โดยขนส่งผ่านเรือขนาดใหญ่ซึ่งจำเป็นจะต้องสั่งซื้อในปริมาณมาก บริษัทฯ จึงต้องหาแนวทางในการบริหารจัดการวัตถุดิบเหล่านี้ไม่ให้อยู่ในคงคลังนานเกินไป เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงที่ได้กล่าวมาแล้ว ในบางช่วงบริษัทฯจึงมีความจำเป็นจะต้องขายวัตถุดิบบางส่วนให้กับกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ที่มีความจำเป็นต้องซื้อวัตถุดิบอยู่แล้วเพื่อเป็นการบริหารคงคลังไม่ให้เกิน 4-6 เดือนตามมาตรฐานที่วางเอาไว้ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในส่วนของโรงแรมอาหารสัตว์ที่จำเป็นจะต้องซื้อข้าวสาลีไปเลี้ยงสัตว์เพิ่มเติม

กระบวนการผลิต

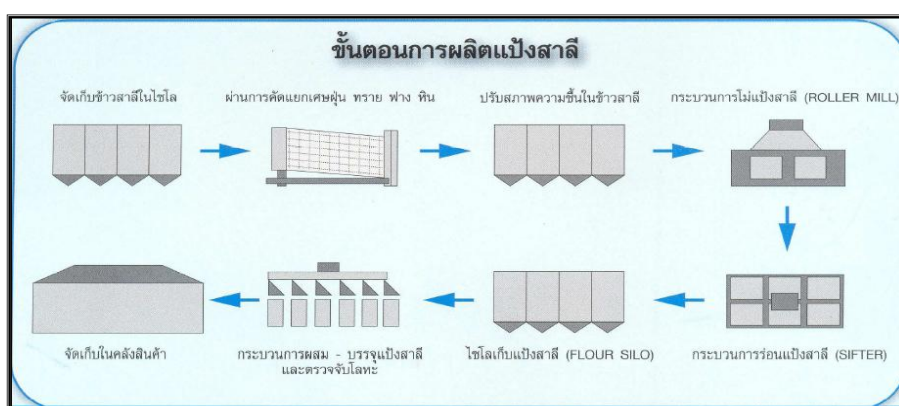
บริษัทฯ มีการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับแผนการขายและมีการเปรียบเทียบการผลิตที่ผลิตได้จริงกับความต้องการสินค้าของฝ่ายขายว่าเป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้เพื่อให้การควบคุมการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการจัดทำประมาณการวางแผนความต้องการใช้สินค้า อาทิเช่น ข้าวสาลี สารเคมี เป็นต้น ไว้ล่วงหน้าให้สอดคล้องกับแผนการผลิตและมาตรฐานที่กำหนด

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตเป็นอย่างมากเนื่องจากสินค้าของบริษัทฯเป็นสินค้าเพื่อการบริโภค ต้องยึดหลักความสะอาดเป็นสำคัญ โดยในระหว่างการผลิตจะมีการสุ่มตรวจสอบคุณภาพของสินค้าจากฝ่ายประกันคุณภาพ และมีการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบของฝ่ายผลิตเองเพื่อตรวจสอบสินค้าระหว่างผลิตก่อนการบรรจุ รวมถึงการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าทุกๆ 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 ไซโล มีความจุไซโลละ 300 ตัน สำหรับบรรจุข้าวสาลีที่ส่งเข้ามา
- 2) การทำความสะอาดเมล็ดข้าว (Wheat Cleaning) เป็นขั้นตอนการทำความสะอาด ปรับสภาพความชื้น และระยะเวลาการหมักข้าวสาลี เพื่อให้เหมาะต่อการนำไปโม่แป้งสาลี โดยนำเมล็ดข้าวสาลีมาผ่านเครื่องตรวจจับโลหะ คัดแยกเศษฝุ่นเปลือกข้าว ฝุ่นทราย ฟาง หิน ทำการคัดแยกเมล็ดข้าวหักออกทั้งหมด แล้วนำไปขัดผิวเมล็ด และเข้าสเปรย์น้ำเพื่อปรับสภาพความชื้นให้เมล็ดข้าวดูดซับน้ำจนหมด เพื่อให้ข้าวอ่อนตัวเหมาะกับการนำไปโม่ เมล็ดข้าวสาลีจะผ่านขั้นตอนการทำความสะอาดและปรับความชื้นทั้งหมด 2 ครั้ง ระยะเวลาการทำความสะอาดและปรับความชื้นจะแตกต่างกันแล้วแต่ประเภทของเมล็ดข้าวสาลี หากเป็นเมล็ดข้าวแบบแข็งต้องใช้เวลาในกระบวนการทำความสะอาดเมล็ดข้าวประมาณ 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) การนำแป้งสาลีจากไซโลที่ผลิตได้โดยแบ่งเป็นแต่ละสายพันธุ์มาผสมกันตามสูตรที่ถูกคำสั่งซื้อไว้ หลังจากนั้นจะทำการร่อนแป้งเพื่อให้แน่ใจว่าแป้งสาลีไม่มีเศษเจือปนก่อนจะนำไปบรรจุลงถุงขนาด 22.5 กิโลกรัม และก่อนนำไปจัดเก็บในคลังสินค้าจะผ่านการดักจับโลหะอีกครั้ง



ระยะเวลาในการผลิตแป้งสาลีให้พร้อมจำหน่ายสำหรับข้าวเมล็ดแข็งและเมล็ดอ่อนอยู่ประมาณ 9.5 วัน และ 9.0 วัน ต่อข้าวสาลี 100 ตัน ตามลำดับ ปัจจุบันบริษัทฯ มีสายการผลิต 1 สายการผลิต โดยสามารถที่จะผลิตได้เดินเครื่องจักรตลอด 24 ชั่วโมงแบ่งเป็น 3กะ โดยในแต่ละครั้งจะสามารถผลิตเฉพาะแต่ละสายพันธุ์ กำลังการผลิตสูงสุดอยู่ที่ 500 ตันข้าวต่อวัน โดยอัตราการใช้กำลังการผลิตในช่วงปี 2559 ถึงปี 2561 เท่ากับ ร้อยละ 65.97 ร้อยละ 66.09 และร้อยละ 68.73 ตามลำดับ โดยอัตราการใช้กำลังผลิตในช่วงปี 2561 มีอัตราเพิ่มขึ้น และถ้าดูที่ปริมาณการผลิตจะเห็นได้ว่า ปี 2561 เพิ่มขึ้นมากกว่าปี 2560 และปี 2559

การผลิตแป้งสาลี	ปี 2561	ปี 2560	ปี 2559
กำลังการผลิต (ตัน/วัน)	500	500	500
ปริมาณการผลิตเต็มที่ (ตัน)*	156,000	156,000	156,000
ปริมาณการผลิตจริง (ตัน)	107,217	103,097	102,920
การใช้กำลังการผลิต (%)	68.73	66.09	65.97
อัตราเพิ่ม (ลดลง) ของปริมาณการผลิต (%)	4.00	0.17	12.33

หมายเหตุ : *จำนวนวันที่ผลิตคิดจาก 26 วันต่อเดือน



ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีการลงทุนใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยที่สุดในประเทศ ระบบการลำเลียงวัตถุดิบและกระบวนการผลิตแป้งสาลีของบริษัทฯ เป็นระบบปิด จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาการฟุ้งกระจายไปยังบริเวณภายนอกหรือชุมชนรอบข้าง ประกอบกับการผลิตของบริษัทฯ ไม่มีการใช้น้ำในกระบวนการผลิต จึงไม่มีการปล่อยน้ำเสียออกสู่ภายนอกโรงงาน ดังนั้น กระบวนการผลิตสินค้าของบริษัทฯ จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาผลกระทบหรือข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม

3. ปัจจัยความเสี่ยง

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ การผลิตและจำหน่ายแป้งสาลีที่มีคุณภาพให้ได้นั้นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ มากมายที่จะส่งเสริมให้บริษัทสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัทที่ตั้งไว้ได้ เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การเก็บรักษาวัตถุดิบให้คงคุณภาพก่อนนำเข้ากระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพแป้งสาลีระหว่างผลิตไปจนถึงขั้นตอนการจัดเก็บและจัดส่งแป้งสาลีให้ลูกค้า ตลอดจนรักษาคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ทั้งในด้านของคุณภาพสินค้าและบริการ การประเมินปัจจัยความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อให้บริษัทไม่สามารถบรรลุเป้าประสงค์ ได้ก็มีความสำคัญเช่นกัน ดังนั้นบริษัทฯ ได้วิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการทำงานในอนาคตไว้ดังนี้

ความเสี่ยงจากการมีพื้นที่เก็บวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน

ปัจจุบันบริษัทฯ มีไซโลขนาดเล็กและใหญ่รวมกันทั้งหมด 19 ไซโล สำหรับจัดเก็บวัตถุดิบคือข้าวสาลี ซึ่งไซโลที่บริษัทฯ มีอยู่ทั้งหมดยังมีพื้นที่ไม่เพียงพอต่อปริมาณวัตถุดิบของบริษัทฯ ในบางช่วงเวลาที่มียาข้าวสาลีเป็นจำนวนมาก จึงทำให้บริษัทฯ มีความจำเป็นต้องเช่าไซโลหรือโกดังเพิ่มจากบริษัทที่เกี่ยวข้อง ซึ่งระยะอายุสัญญาเช่าจะขึ้นอยู่กับความจำเป็นในการจัดเก็บในแต่ละช่วงเวลา ที่ผ่านมามีบริษัทฯ จะทำสัญญาเช่าระยะสั้นอายุประมาณ 2-6 เดือน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงหากในช่วงเวลาที่ต้องการเช่าไซโลหรือโกดังดังกล่าวหรือกรณีต้องการเช่าไซโลเพิ่มแต่บริษัทที่เกี่ยวข้องไม่สามารถให้บริษัทฯ เช่าพื้นที่ได้ ทำให้เกิดผลกระทบต่อบริษัทฯ ในแง่การจัดหาสถานที่เก็บข้าวสาลี และในแง่ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาค่าเช่าในปัจจุบันเป็นราคาค่าเช่าเดียวกันกับที่บริษัทในกลุ่มให้เช่ากันเอง และเมื่อเปรียบเทียบกับราคาค่าเช่าไซโลของบุคคลภายนอกในบริเวณเดียวกันพบว่า ราคาค่าเช่าไซโลต่ำกว่าราคาค่าเช่าของบุคคลภายนอกรวมถึงค่าขนส่งที่ต้องเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทฯ เคยมีความต้องการเช่าพื้นที่จัดเก็บวัตถุดิบเพิ่มเติมแต่ไม่สามารถเช่าไซโลจากบริษัทที่เกี่ยวข้องได้ จึงต้องขอเช่าพื้นที่จากผู้ให้เช่าคลังสินค้ารายอื่น ซึ่งบริษัทฯ สามารถดำเนินการเช่าไซโลจากบุคคลภายนอกได้ โดยค่าใช้จ่ายรวมค่าขนส่งต่างๆ เพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ 0.6 ล้านบาทต่อระยะเช่าจำนวน 3 เดือนต่อ 1 ไซโล ซึ่งถือเป็นจำนวนที่ไม่มากนัก ทั้งนี้ ในปัจจุบันบริษัทฯ มีพื้นที่ในการจัดเก็บวัตถุดิบรวม 60,000 ตัน ซึ่งเพียงพอสำหรับการจัดเก็บวัตถุดิบในปริมาณปกติ ยกเว้นเพียงบางช่วงเวลาที่มีการจัดเก็บมากกว่าปกติ จึงจะต้องเช่าโกดังเพิ่มเติม

ความเสี่ยงทางการเงิน

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ณ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินอยู่ในรูปของเงินกู้ระยะสั้น ประมาณ 595.70 ล้านบาท และภาระดอกเบี้ยจ่ายจำนวน 14.80 ล้านบาท โดยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้นที่คิด อ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยเป็นคงที่ระยะสั้น ซึ่งหากมีการปรับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ทำให้ภาระดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการดำเนินงาน ทำให้กำไรของบริษัทฯ ลดลง รวมถึงอาจทำให้ผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นลดลงด้วย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการบริหารความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย โดยการจัดสรรเงินกู้ยืมที่เป็นอัตราดอกเบี้ยคงที่และลอยตัวให้เหมาะสมและติดตามแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ยอย่างสม่ำเสมอ

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ในการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งสาลี วัตถุดิบหลักที่สำคัญ คือ ข้าวสาลีซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งการชำระเงินจะใช้เงินสกุลเหรียญสหรัฐเป็นหลัก ในขณะที่สินค้าทั้งหมดที่บริษัทฯ ผลิตจะจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งการดำเนินธุรกิจดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้น หากค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินเหรียญสหรัฐ จะทำให้ต้นทุนของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น แต่ในขณะเดียวกันหากค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับค่าเงินเหรียญสหรัฐ จะทำให้ต้นทุนของบริษัทฯ ลดต่ำลง ดังนั้น เพื่อลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทฯ มีการเฝ้าดูสถานการณ์รายวันและคอยรายงานต่อผู้บริหารทุกวัน และมีการจัดประชุมเจ้าหน้าที่บริหารทุก 2 สัปดาห์ เพื่อติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงิน เพื่อประเมินความเสี่ยงและผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน พร้อมทั้งกำหนดแนวทางในการตอบสนองความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมทันทั่วถึง

ทั้งนี้ บริษัทฯ จึงได้มีการทำธุรกรรมทางการเงินโดยการจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนตามสกุลเงินในการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศล่วงหน้า (Fixed Forward Exchange Rate) เพื่อป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงบริษัทฯ ไม่มีนโยบายเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน การทำสัญญาจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้านั้นจะอยู่ในดุลยพินิจที่รอบคอบของผู้บริหารของบริษัทฯ ซึ่งในการทำสัญญาดังกล่าว ส่งผลให้ บริษัทฯ บริหารต้นทุนไม่ให้ความผันผวนมากนักและทราบต้นทุนล่วงหน้าได้ ทั้งนี้ ในช่วงผลการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทฯ ยังไม่ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างมีนัยสำคัญ

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบให้ตรงกับปริมาณและคุณภาพที่ต้องการ

วัตถุดิบหลักในการผลิตแป้งสาลี คือ ข้าวสาลี ซึ่งเป็นธัญพืชที่เจริญเติบโตได้ดีในสภาพแวดล้อมที่มีอากาศเย็น ซึ่งประเทศไทยไม่สามารถเพาะปลูกได้ จึงจำเป็นต้องมีการนำเข้าข้าวสาลีจากต่างประเทศทั้งหมด ประเทศที่ปลูกและจำหน่ายข้าวสาลี ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย แคนาดา จีน อินเดีย อาร์เจนตินา และอีกหลายประเทศในยุโรป โดยคุณภาพของข้าวสาลี จะมีความแตกต่างกันในแต่ละแหล่งเพาะปลูก สำหรับบริษัทฯ จะเลือกซื้อข้าวสาลีจากประเทศสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลียเป็นหลัก เนื่องจากข้าวสาลีมีค่าโปรตีนที่เหมาะสมกับการผลิตสินค้าของบริษัทฯ หากบริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาข้าวสาลีให้ตรงตามปริมาณการผลิตและตรงตามคุณภาพที่ต้องการได้ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ ดังที่เคยเกิดมาแล้วที่ออสเตรเลียซึ่งประสบภาวะอากาศแห้งแล้งทำให้ผลผลิตออกมาน้อย บริษัทฯ จะเกิดความเสี่ยงจากการไม่มีวัตถุดิบเพียงพอสำหรับผลิตสินค้าส่งมอบให้กับลูกค้าได้ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ทำข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้ากับผู้ค้าวัตถุดิบในการจัดหาข้าวสาลีที่มีคุณภาพและมีปริมาณตามที่บริษัทฯ ต้องการจากทั้งสองประเทศแล้ว รวมถึงการที่บริษัทฯ มีนโยบายการควบคุมและรักษาระดับวัตถุดิบคงคลังให้มีปริมาณเพียงพอต่อแผนการผลิตและจำหน่ายเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบแล้ว นอกจากนี้จากการที่ปัจจุบันมีหลายประเทศในโลกที่เป็นแหล่งเพาะปลูกและผลิตข้าวสาลีได้ บริษัทฯ จึงสามารถหันไปนำเข้าข้าวสาลีจากประเทศอื่นได้ อาทิเช่น แคนาดา ประเทศในแถบอเมริกาใต้ จีนหรืออินเดีย ถึงแม้คุณภาพของข้าวสาลีอาจจะไม่เทียบเท่ากับข้าวสาลีที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย แต่บริษัทฯ สามารถนำเข้ามาผลิตไม่เป็นแป้งและผสมสูตรให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้

ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาข้าวสาลี

ข้าวสาลีเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ประเภทหนึ่งที่มีตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Grain Exchange) ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งต้นทุนหลักของบริษัทฯ คือข้าวสาลี คิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 90 ของต้นทุนขาย ซึ่งในการจัดซื้อข้าวสาลีของบริษัทฯ จะจัดซื้อหลักๆ ปีละประมาณ 3 ครั้ง ซึ่งในแต่ละครั้งจัดซื้อ มีปริมาณมากประมาณ 20,000 ตัน ราคาข้าวสาลีที่จัดซื้อ ครั้งหนึ่งๆ อาจใช้สำหรับการผลิตสินค้าไปถึง 4-6 เดือน หากราคาข้าวสาลีมีการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลให้ต้นทุนของบริษัทฯ มีความผันผวนและส่งผลกระทบต่อผลกำไรของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทฯ ไม่สามารถปรับราคาขายแป้งสาลีให้กับลูกค้าได้ทันทีทั้งหมดเนื่องจากแป้งสาลีเป็นหนึ่งในสินค้าควบคุมของกรมการค้าภายใน หากต้องการปรับราคาจำหน่ายต้องแจ้งต่อกรมการค้าภายในก่อน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของราคาข้าวสาลีได้ โดยมีแผนการตลาดต่างประเทศติดตามแนวโน้มราคาข้าวสาลีในตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง และในช่วงที่ราคาข้าวสาลีขึ้นสูงมาก ๆ บริษัทฯ จะจัดซื้อให้เพียงพอกับความต้องการผลิตและจำหน่ายเท่านั้น รวมถึงยังมีการจัดการป้องกันความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคา ด้วยการจัดซื้อล่วงหน้าให้เหมาะสมกับแนวโน้มของราคาและยังมีการบริหารจัดการต้นทุนโดยการจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าเพื่อลดความผันผวนของต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้บริษัทฯ มีการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากการบริหารจัดการต้นทุนในส่วนการผลิตโดยมีแผนวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) ของบริษัทฯ ได้ทำการค้นคว้าวิจัยอย่างต่อเนื่องถึงการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีราคาต่ำ แต่สามารถนำมาผสมและได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดั้งเดิม

ความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนการขนส่งวัตถุดิบ (ราคาน้ำมัน)

บริษัทฯ ต้องนำเข้าข้าวสาลีจากต่างประเทศโดยใช้การขนส่งทางเรือ ซึ่งค่าขนส่งดังกล่าวถือเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนข้าวสาลี โดยค่าระวางเรือในการขนส่งจะอ้างอิงกับราคาน้ำมันในตลาดโลก ซึ่งหากราคาน้ำมันปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลให้ค่าระวางเรือปรับเปลี่ยนตามในอัตราที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน รวมถึงหากมีความต้องการใช้การขนส่งทางเรือที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทเดินเรือปรับเพิ่มค่าระวางเรือได้เช่นกัน ซึ่งต้นทุนดังกล่าวเป็นต้นทุนที่อยู่เหนือการควบคุมของบริษัทฯ หากมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ย่อมต้องส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายของบริษัทฯ และมีส่วนทำให้ผลกำไรของบริษัทฯ ปรับลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการต้นทุนส่วนค่าระวางเรือ โดยการนำเข้าข้าวสาลีในปริมาณมากบรรทุกเรือขนาดใหญ่จะทำให้ต้นทุนค่าขนส่งต่อหน่วยลดลงประกอบกับการร่วมมือกับผู้ประกอบการ โรงงานโม้แป้งสาลีรายอื่นๆ ในการนำเข้าข้าวสาลิลงเรือบรรทุกลำเดียวกัน 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 ยังมีการจัดการป้องกันความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคา ด้วยการจัดซื้อให้เหมาะสมกับแนวโน้มของราคาและยังมีการบริหารจัดการต้นทุนโดยการจองซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าเพื่อลดความผันผวนของต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นได้

ความเสี่ยงด้านสังคม

ความเสี่ยงต่อชื่อเสียงของบริษัท

การร้องเรียนและสัมพันธ์กับชุมชน บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยตระหนักว่า หากสังคมหรือชุมชนอยู่ไม่ได้ธุรกิจก็ไม่สามารถดำรงอยู่ได้เช่นกัน ซึ่งบริษัทฯ จะเน้นกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และควบคุมการปล่อยมลพิษให้อยู่ในเกณฑ์หรือดีกว่าตามที่กำหนดในกฎหมาย/กฎระเบียบ อย่างไรก็ตามปัจจัยเสี่ยงเรื่องการร้องเรียนและสัมพันธ์กับชุมชนก็ยังเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญ บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายและแนวทางในการดำเนินงานเพื่อสังคมที่ต้องถือปฏิบัติ ตัวอย่าง จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันและรักษาความสัมพันธ์กับชุมชนที่ตั้งอยู่รอบโรงงาน ดังนี้ : • พัฒนาช่องทาง/วิธีการสื่อสาร เพื่อให้สามารถสื่อสารกับชุมชนได้ถูกต้องและรวดเร็ว • ดูแลเอาใจใส่คุณภาพชีวิตประชาชนในชุมชน เช่น จัดให้มีโครงการรณรงค์การลดมลพิษทางเสียงต่อชุมชน โครงการแพ่งกันฝุ่นโหลดข้าวเรือเบ้าส์ เป็นต้น

สัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าผู้มีส่วนได้เสียเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญอันหนึ่ง เนื่องจากในการที่บริษัทฯ จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และเติบโตได้อย่างยั่งยืน จึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร และหากผู้มีส่วนได้เสียไม่เข้าใจในวัตถุประสงค์และวิธีการปฏิบัติงานของบริษัทฯ ก็อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงหรือเกิดการต่อต้าน ทำให้การดำเนินงานล่าช้า มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นได้ และที่สำคัญในกรณีที่เกิดวิกฤตการณ์ต่างๆ บริษัทฯ จึงได้รับความไว้วางใจและลดความรุนแรงของผลกระทบที่เกิดขึ้น

บริษัทฯ กำหนดแนวทางในการบริหารความเสี่ยงจากผู้มีส่วนได้เสียดังนี้ : • ประเมินว่าการดำเนินงานของบริษัทฯ จะส่งผลกระทบต่อบุคคล/คณะบุคคลใดบ้าง รวมไปถึงการประเมินว่าบุคคล/คณะบุคคลใดที่จะมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อระบุผู้มีส่วนได้เสียอย่างถูกต้องและชัดเจน • บริษัทฯ ได้ระบุผู้มีส่วนได้เสียทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรไว้ อย่างชัดเจนรวมทั้งสิ้น 12 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ถือหุ้น, พนักงาน, ลูกค้า, คู่ค้า, คู่ธุรกิจ, ผู้ร่วมลงทุน, เจ้าหนี้, ชุมชน, หน่วยงานราชการ, สื่อมวลชน, ภาคประชาสังคม นักวิชาการ ผู้นำความคิดและคู่แข่ง • กำหนดนโยบายและทบทวนแนวปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติของผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ ทุกคน • มีการทำแบบสำรวจความพอใจต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร • ประเมินและทบทวนความคาดหวัง, ทัศนคติต่อความเสี่ยง, พฤติกรรมและความมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเป็นระยะๆ • สื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการสื่อสารบริษัทฯตระหนัก การสื่อสารนั้นเป็นอีกปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กรด้วยเช่นกัน ดังนั้น เพื่อป้องกันการสื่อสารข้อมูลที่คลาดเคลื่อนหรือไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เกิดวิกฤตการณ์ โดยมีการระบุถึงขั้นตอนการแจ้งข่าวสาร ใครบ้างที่ต้องทราบเรื่องทันทีเมื่อเกิดเรื่อง ใครสามารถให้สัมภาษณ์ได้ รวมถึงเนื้อหาของข้อมูลที่ต้องการสื่อออกไป เพื่อความถูกต้องและรวดเร็วต่อการแก้ไขปัญหา • การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจุบันผู้บริโภคมีแนวโน้มในการเลือกใช้บริการที่เป็นการรักษาสุขภาพมากขึ้น บริษัทฯ จึงได้มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาสินค้าและบริการ ตั้งแต่กระบวนการจัดหา โดยมุ่งเน้นการวัตถุดิบที่มีคุณภาพต่อผู้บริโภคสูงสุด พัฒนากระบวนการผลิตและตัวสินค้า

ความเสี่ยงเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัยจากการทำงาน

บริษัทฯ ตระหนักว่า “พนักงานเป็นปัจจัยสำคัญและเป็นทรัพยากรมีค่ายิ่ง” จึงให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน เพื่อป้องกันอันตรายก่อนที่จะเกิดความสูญเสีย โดยกำหนดมาตรการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่อาจเกิดขึ้นจากเครื่องจักร, บริเวณโรงงาน, สถานที่ปฏิบัติงาน หรือวิธีการปฏิบัติงาน (หน้า 101-106)

ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมได้ทวีความรุนแรงและส่งผลกระทบในวงกว้าง ในฐานะที่บริษัทฯ เป็นส่วนหนึ่งของสังคม บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการจัดการปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยมีการบริหารจัดการโดยมีนโยบายการจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อม (หน้า 106) จัดให้มีโครงการรณรงค์ส่งเสริมการลดมลพิษทางเสียงต่อชุมชน โครงการแบ่งกันฝุ่นโหลดข้าวเรือเบ้าส์ โครงการลดค่าปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยควบคุมปริมาณ ฝุ่น, กลิ่น, เสียง ให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีกว่าที่กฎหมาย/กฎระเบียบกำหนด (หน้า 150-158) โดยไม่ก่อให้เกิดปัญหากับสิ่งแวดล้อมและไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อยู่บริเวณชุมชนใกล้เคียง ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 22000:2005, GMP, และ Green Industry:GI2 นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคงดำเนินการลดการจัดการของเสียจากกระบวนการผลิต การลดค่าปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งก๊าซเรือนกระจกส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก และก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดเป้าหมายที่จะลดก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตอย่างเป็นรูปธรรม (หน้า 154-158) บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นว่าธุรกิจของบริษัทฯ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

ความเสี่ยงจากนโยบายของภาครัฐ

ความเสี่ยงจากการที่ราคาขายแป้งสาเลเป็นสินค้าควบคุม

ในปี 2552 กรมการค้าภายในได้ประกาศให้แป้งสาเลเป็นสินค้าควบคุมโดยผู้ประกอบการต้องแจ้งต้นทุนการผลิต ต้นทุนการนำเข้าสินค้า ต้นทุนค่าใช้จ่าย ราคาจำหน่าย ฯลฯ ให้แก่กรมการค้าภายใน ซึ่งราคาขายที่แจ้งจะถือเป็นเพดานราคาขายสูงสุดที่บริษัทฯ สามารถจำหน่ายได้ ดังนั้น หากต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้นจนเกินเพดานราคาขายที่เคยแจ้งไว้ จะทำให้การขึ้นราคาแป้งสาเลของผู้ประกอบการทำได้ยากและขาดความคล่องตัวในการปรับราคาขายแป้งสาเล เนื่องจากต้องแจ้งให้กรมการค้าภายในทราบก่อน ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจะต้องบริหารจัดการต้นทุนเองและไม่สามารถผลักภาระต้นทุนที่เกิดขึ้นทั้งหมดให้แก่ลูกค้าโดยการปรับขึ้นราคาได้ทันที จึงทำให้เกิดความเสี่ยงในแง่ของผลกำไรที่อาจลดลงหากราคาวัตถุดิบมีการปรับเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตามโดยปกติต้นทุนและราคาขายมักจะต่ำกว่าราคาเพดานที่แจ้งไว้ แต่หากต้นทุนสินค้าของบริษัทฯ ปรับสูงขึ้นมากทำให้บริษัทฯ จำเป็นต้องขอปรับราคาขายขึ้น ซึ่งจะมีการแจ้งให้กับทางภาครัฐรับทราบและปรับขึ้นราคาเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมและเพื่อป้องกันปัญหาสินค้าขาดแคลน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากนโยบายของรัฐเป็นอย่างมากจึงได้มีการบริหารจัดการทั้งในแง่ต้นทุนและการมุ่งเน้นผลิตและพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ และการให้บริการลูกค้าให้เป็นที่พอใจ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศได้

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
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 2561 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ คือ บริษัท ไทยชูการ์ เทอร์มิเนล จำกัด (มหาชน) TSTE ถือหุ้นเป็นจำนวนร้อยละ 68.86 ของทุนชำระแล้วทั้งหมด ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวมากกว่าร้อยละ 50 ทำให้ TSTE สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงในการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา

อย่างไรก็ตามเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปอย่างโปร่งใส และถ่วงดุลอำนาจดังกล่าว บริษัทฯ ได้พิจารณาปรับโครงสร้างองค์กรใหม่ เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถตรวจสอบได้และมีการถ่วงดุลอำนาจ จึงได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ โดยบริษัทฯ มีกรรมการบริษัทรวมกรรมการตรวจสอบทั้งสิ้น 12 ท่าน ในจำนวนนี้มีกรรมการที่ไม่ใช่กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 4 ท่าน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังจัดให้มีฝ่ายตรวจสอบภายในที่ปฏิบัติงานเป็นอิสระตามความเหมาะสมและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่หลักในการดูแลระบบการควบคุมภายใน เพื่อให้เป็นไปตามระบบที่ได้กำหนดไว้และตรวจสอบการดำเนินงานของฝ่ายบริหาร เพื่อให้เกิดความโปร่งใส นอกจากนี้ในกรณีเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการที่เกี่ยวข้องรวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง บุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติรายการดังกล่าว และในการอนุมัติรายการจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของสำนักงาน ก.ล.ด. และตลาดหลักทรัพย์ฯ



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่หักค่าเสื่อมราคา โดยวิธีคำนวณแบบเส้นตรงตามอายุการใช้งาน โดยประมาณของทรัพย์สินเป็นระยะเวลา 3-30 ปีขึ้นอยู่กับประเภทของทรัพย์สิน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 31 ธันวาคม 2561 ทรัพย์สินของบริษัทฯ มีมูลค่าทางบัญชีสุทธิ จำนวน 717.5 ล้านบาท และ 674.3 ล้านบาท ตามลำดับ สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน
		ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2561	
4.1.1 อาคาร และส่วนปรับปรุงอาคาร* โรงงาน 1 แห่ง และอาคารสำนักงาน 3 ชั้น ที่ตั้ง : 90/9 หมู่ 1 ซอยสยามไฮโล ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลลำโรงกลาง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ	เจ้าของ	150.6	143.5	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.2 เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	505.8	477.4	
4.1.3 เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้ สำนักงาน	เจ้าของ	4.0	3.0	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.4 ยานพาหนะ	เจ้าของ	21.0	19.7	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.5 ระบบสาธารณูปโภค	เจ้าของ	33.4	30.7	ไม่มีภาระผูกพัน
4.1.6 สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	เจ้าของ	2.7	-	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม		717.5	674.3	

หมายเหตุ : * อาคารโรงงานและสำนักงานตั้งอยู่บนที่ดินที่บริษัทฯ เข้าจาก TSTE ในระหว่างปี 2556 บริษัทฯ ได้รับวงเงินสินเชื่อจากสถาบันการเงินแห่งใหม่ สองแห่ง โดยบริษัทฯ ต้องปลดภาระจำนองหลักทรัพ์รวมทั้งทรัพย์สินใดๆ ที่ได้ให้ไว้เป็นหลักประกันแก่ผู้ให้กู้รายอื่น ซึ่งในเดือนตุลาคม 2556 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้สถาบันการเงินเดิมที่ให้ผู้กู้ยืมได้ลดวงเงินเลดเตอร้อฟเครดิตทรัสตีชิต เงินกู้ยืมระยะสั้น และสัญญาซื้อขายเงินตรา ต่างประเทศล่วงหน้า และปรับเงื่อนไขการกู้ยืมเป็น Negative Pledge

บริษัทฯ ได้ขยายกำลังการผลิตโดยดำเนินการตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2556 เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2556 และ ครั้งที่ 3/2557 เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2557 โดยโครงการดังกล่าวได้มาซึ่งทรัพย์สิน ซึ่งหากคำนวณขนาดรายการ โดยใช้เกณฑ์มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทน ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ.20/2551 เรื่องหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่มีนัยสำคัญที่เข้าข่ายเป็นการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ ลงวันที่ 31 สิงหาคม 2551 และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ 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

แป้งขนมปัง มี 3 ชนิด ได้แก่

1. ตราแป้งทอง
2. ตราแป้งแดง
3. ตราแป้งเหลือง





รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
ตราแป้งทอง		คุณสมบัติ แป้งสำเร็จรูปสำหรับทำขนมปังโฮลวีท มีปริมาณ โปรตีนสูง 13.5-14.5% มีคุณสมบัติเหนียวและยืดหยุ่นดีมาก อุดมไปด้วยใยอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระสำหรับผู้รักสุขภาพ เหมาะสำหรับใช้ทำ ขนมปังเพื่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาสูง

รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
ตราปังแดง	<p>ตราปังแดง สำหรับทำขนมปัง</p> 	<p>คุณสมบัติ แป้งสาลีคุณภาพพิเศษสำหรับทำขนมปัง มีปริมาณโปรตีนสูง 13-14% มีปริมาณกลูเตนสูง มีคุณสมบัติเหนียวและยืดหยุ่นดีมาก ทนทานต่อการนวดและหมักได้เป็นอย่างดี ทำให้ขนมปังที่ผลิตออกมามีขนาดใหญ่เนื้อละเอียด และเหนียวนุ่ม</p> <p>เหมาะสำหรับใช้ทำ ขนมปังชนิดต่างๆ เช่น ขนมปังแซนวิช ขนมปังกะโหลก ขนมปังหวาน ขนมใส่ไส้ต่างๆ</p>
ตราปังเหลือง	<p>ตราปังเหลือง สำหรับทำขนมปัง</p> 	<p>คุณสมบัติ แป้งสาลีคุณภาพพิเศษสำหรับทำขนมปัง มีปริมาณโปรตีนสูง 12.5-13.5% มีคุณสมบัติเหนียวและยืดหยุ่นดี ทำให้ขนมปังที่ผลิตออกมาเหนียวนุ่มและมีปริมาณที่ดี</p> <p>เหมาะสำหรับใช้ทำ ขนมปังไส้ใส่และโดนัทยีสต์</p>

แป้งบะหมี่สด มี 2 ชนิด ได้แก่

1. ตราเส้นหยก
2. ตราเส้นเหลือง



รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
ตราเส้นหยก	<p>ตราเส้นหยก</p> 	<p>คุณสมบัติ แป้งสาลีคุณภาพพิเศษ สำหรับทำบะหมี่สด มีปริมาณโปรตีนสูง 12-13% มีคุณสมบัติดูดซึมน้ำได้ดีมีความเหนียวและยืดหยุ่นดี ทำให้เส้นบะหมี่ที่ผลิตออกมามีคุณสมบัติเหนียวนุ่ม ยืดหยุ่น และสีสรรสวยงาม</p> <p>เหมาะสำหรับใช้ทำ บะหมี่สด และหมี่เกี๊ยว</p>
ตราเส้นเหลือง	<p>ตราเส้นเหลือง</p> 	<p>คุณสมบัติ แป้งสาลีคุณภาพพิเศษ สำหรับทำบะหมี่สด หรือแผ่นเกี๊ยว มีปริมาณโปรตีนสูง 10-12.5% ทำให้เส้นบะหมี่ที่ผลิตออกมามีคุณภาพเหนียวนุ่ม ยืดหยุ่น และสีสรรสวยงาม</p> <p>เหมาะสำหรับใช้ทำ บะหมี่สด และแผ่นเกี๊ยว</p>

แป้งบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป มี 1 ชนิด ได้แก่

1. ตราเส้นทอง



รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
ตราเส้นทอง	<p>ตรา เส้นทอง</p> 	<p>คุณสมบัติ แป้งสาลีคุณภาพพิเศษ มีปริมาณโปรตีน 10-13% ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า และกรรมวิธีการผลิต มีคุณสมบัติเหนียว ยืดหยุ่น</p> <p>เหมาะสำหรับใช้ทำ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป</p>

แป้งบิสกิต มี 1 ชนิด ได้แก่

1. ตรากังหัน



รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
ตรากังหัน	<p>ตรา กังหัน</p> 	<p>คุณสมบัติ แป้งสาลีคุณภาพพิเศษ มีปริมาณโปรตีน 9-10% มีคุณสมบัติเหนียว ยืดหยุ่น และดูดซึมน้ำได้ในระดับพอเหมาะ</p> <p>เหมาะสำหรับใช้ทำ บิสกิต ขนมปังกรอบ ขนมไข่ วาฟเฟิล แพนเค้ก โดนัทเค้ก ขนมสาลี่ และขนมขบเคี้ยว ประเภทต่างๆ</p>

แป้งอเนกประสงค์ มี 2 ชนิด ได้แก่

1. ตราลูกกลิ้ง
2. ตราลูกแดง




รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
ตราลูกกลิ้ง		คุณสมบัติ แป้งสาลีอเนกประสงค์ มีคุณภาพพิเศษ มีปริมาณโปรตีนสูง 10-11% มีคุณสมบัติเหนียว ยืดหยุ่นและดูดซับน้ำได้ เหมาะสำหรับใช้ทำ ขนมได้หลากหลายชนิด อาทิ โดนัท โรตีสี่ ลูกกลิ้ง ขนมเปียะ ขนมไข่ ขนมสาลี่ แพนเค้ก วาฟเฟิล ซาลาเปา และขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆ
ตราลูกแดง		คุณสมบัติ แป้งสาลีคุณภาพพิเศษมีปริมาณโปรตีนสูง เหมาะสำหรับใช้ทำ ผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย

แป้งเค้ก มี 1 ชนิด ได้แก่

1. ตราหัวใจ




รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
ตราหัวใจ	 แป้งสำหรับทำขนมเค้ก	คุณสมบัติ แป้งสาลีคุณภาพพิเศษ มีปริมาณโปรตีนต่ำ 7-8% ผ่านกรรมวิธีพิเศษ ทำให้เนื้อแป้งมีสีขาวละเอียด เบา ปริมาณไขมันน้อย มีคุณสมบัติดูดซับน้ำ น้ำตาล และไขมันมากกว่าปกติ ช่วยให้ส่วนผสมเข้ากันได้ดี ยิ่งขึ้น เนื้อเค้กที่ผลิตออกมามีความละเอียดและนุ่มนวลสูง เหมาะสำหรับใช้ทำ บัตเตอร์เค้ก สปันจ์เค้ก ชิฟฟอนเค้ก และเค้กต่างๆ

แป้งซาลาเปา มี 1 ชนิด ได้แก่

1. ตราตัวหลงเปา



รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
ตราตัวหลงเปา (ได้รับรองการจดทะเบียน เครื่องหมายการค้า เมื่อวันที่ 3 มกราคม 2557)		คุณสมบัติ แป้งสาลีคุณภาพ มีปริมาณโปรตีนต่ำ 7.5-8.5% ผ่านกรรมวิธีผลิตพิเศษ ทำให้เนื้อแป้ง มีสีขาวละเอียด เบา ปริมาณเถ้าต่ำ มีคุณสมบัติเหนียว นุ่มในระดับพอเหมาะ เหมาะสำหรับใช้ทำ ซาลาเปา เกี๊ยว ลูกท้อ ปุยฝ้าย ขนมสาเล่ เอแคลร์ โมจิ แยมโรล ขนมไข่

แป้งปาก่องโก๋ มี 1 ชนิด ได้แก่

1. ตราคู่โก๋



รายละเอียด เครื่องหมายการค้า / บริการ	ภาพเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า
ตราคู่โก๋		คุณสมบัติ แป้งสาลีคุณภาพพิเศษ มีปริมาณโปรตีนสูง 11-13% มีคุณสมบัติดูดซึมน้ำได้ดีมาก ทำให้ปาก่องโก๋ที่ทอดออกมากรอบ พู เหนียวพอดี ไม่อมน้ำมัน เหมาะสำหรับใช้ทำ ปาก่องโก๋



4.2 นโยบายการลงทุนของบริษัทในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในอนาคต

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและ/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 2561 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

**6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น****6.1 ข้อมูลทั่วไป**

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ที เอส มิลล์ จำกัด (มหาชน)
ลักษณะการประกอบธุรกิจหลัก	:	ผลิตและจำหน่ายแป้งสาลี
ที่ตั้งสำนักงานและคลังสินค้า	:	90/9 หมู่ที่ 1 ซอยสยามไฮโล 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 (สามร้อยเก้าสิบล้านบาท) ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 399,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท เรียกชำระแล้วจำนวน 398,664,061 หุ้น เป็นจำนวนเงิน 398,664,061 บาท (สามร้อยเก้าสิบแปดล้านหกแสนหกหมื่นสี่พันหกสิบเอ็ดบาทถ้วน)

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 ถีลาสุภา ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 4664
หรือ
นายนิรศ เสาวลักษณ์สกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 5369

191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 19 ชุมติ 4 ถนนสีลม แขวงสีลม
เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์ 02-231-3980-7
โทรสาร 02-231-3988
E-mail: audit3@amc-mri.com

ผู้ตรวจสอบภายใน : บริษัท ตรวจสอบภายในธรรมนิติ จำกัด
นายศักดิ์ศรี อำวัน
178 อาคารธรรมนิติ ชั้น 5 ซอยเพิ่มทรัพย์ (ประชาชื่น 20)
ถนนประชาชื่น แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
โทรศัพท์ : 02-596-0500 ต่อ 520, 521
E-mail : Center@dir.co.th

ที่ปรึกษาทางการเงิน : ไม่มี

ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ : ไม่มี