

# ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

### 1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัท

#### วิสัยทัศน์

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความอร่อย มีประโยชน์ และสะดวกรวดเร็ว รวมถึงสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดโลก

#### พันธกิจ

- บริษัทฯ อยากเห็นวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่มีคุณค่า ความอร่อย รวดเร็ว และมีประโยชน์ขยายไปทั่วโลก โดยบริษัทฯ เป็นผู้ส่งมอบคุณค่านี้ให้ผู้คนหลายล้านคนทั่วโลก โดยเติมเต็มช่องว่างนี้จากธุรกิจสาขาย่อยก่อน
- บริษัทฯ มุ่งเน้นในการพัฒนาสินค้าที่แปลกใหม่ และนำเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่มาใช้ให้เกิดประโยชน์
- บริษัทฯ จะมุ่งสร้างแบรนด์ เพื่อครองใจผู้บริโภคตลอดไป
- บริษัทฯ จะปฏิบัติต่อพนักงาน คู่ค้า และผู้บริโภคเสมือนหนึ่งคนในครอบครัว

#### เป้าหมาย

บริษัทฯ ต้องการพัฒนตราสินค้า "เก้าแก่น้อย" ให้เป็นผู้นำตลาดขนมขบเคี้ยวในเอเชีย (Asian Brand) ด้วยยอดขาย 5,000 ล้านบาทภายในปี 2561 และเป็นแบรนด์ระดับโลก (Global Brand) ด้วยยอดขาย 10,000 ล้านบาทภายในปี 2567

### 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

#### ประวัติความเป็นมา

บริษัทฯ เก้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2547 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาขาย่อยแปรรูปภายใต้ตราสินค้า "เก้าแก่น้อย" ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการขยายการลงทุนในธุรกิจสาขาย่อยแปรรูปอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันมีโรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัดปทุมธานี และอยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ ณ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดอยุธยา เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศที่คาดว่าจะเติบโตขึ้นในอนาคต อีกทั้ง บริษัทฯ ยังได้ลงทุนในธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการประกอบธุรกิจหลักของบริษัทฯ เช่น ธุรกิจร้านอาหารจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก ธุรกิจผลิตผงปรุงรส เป็นต้น ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ได้ช่วยเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ ลดต้นทุนการดำเนินงาน รวมถึงสามารถประชาสัมพันธ์ให้บริษัทฯ และตราสินค้าเก้าแก่น้อยเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในตลาดมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ในปี 2552 บริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัท เก้าแก่น้อย เรสโตรองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด ("TKNRF") ขึ้นเป็นบริษัทย่อยเพื่อบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก "เก้าแก่น้อยแลนด์" ซึ่งมีสาขากระจายอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเมืองท่องเที่ยว ต่อมาในปี 2553 บริษัทฯ ได้เข้าซื้อกิจการผลิตและจำหน่ายขนมปังอบกรอบภายใต้ตราสินค้า "Want More" ของบริษัท ว็อนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด ("WMI") จากผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว นอกจากนี้ ในปี 2554 บริษัทฯ ได้เข้าซื้อ



กิจการผงดองรสของบริษัท เอ็นซีพี เทรดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ("NCP") ซึ่งเดิมเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผงดองรสให้แก่บริษัทฯ เพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสาหร่ายแปรรูป

บริษัทฯ ได้ทำการเพิ่มทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจและการแข่งขันในตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2556 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และ ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2558 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้ว (เพิ่มทุน) เป็น 345 ล้านบาท โดยเป็นการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายหุ้นให้ประชาชนทั่วไปจำนวน 360 ล้านหุ้น ซึ่งบริษัทฯ มีแผนเพิ่มกำลังการผลิตของโรงงานผลิตสาหร่ายแปรรูปที่มีอยู่เดิม และก่อสร้างโรงงานใหม่เพิ่มอีกแห่งหนึ่ง และพิจารณาลงทุนธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานของบริษัทฯ และก่อให้เกิดการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

### **พัฒนาการที่สำคัญ**

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ ที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอำนาจในการควบคุม และลักษณะการประกอบธุรกิจนับตั้งแต่จัดตั้งบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

- ปี 2547** - บริษัทฯ ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปภายใต้ตราสินค้า "เก้าแก่น้อย" ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท พร้อมทั้งได้เปิดโรงงานผลิตที่สำนักงานทำอัฐ และหมู่บ้านฉีรวลัย โดยในช่วงแรกเป็นการนำสินค้าวางจำหน่ายที่ร้าน เซเว่น อีเลฟเว่น ("7 Eleven") ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นผลิตในเชิงพาณิชย์ นับแต่นั้นมา
- ปี 2548** - บริษัทฯ ได้รับใบรับรองการผลิตอาหารฮาลาล ซึ่งเป็นใบรับรองว่ากระบวนการผลิตอาหารเป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งอนุญาตให้ชาวมุสลิมบริโภคได้
- ได้รับการรับรองมาตรฐาน CODEX GMP จาก Global Certification Service Limited ที่มอบให้แก่โรงงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านคุณภาพจากคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
  - บริษัทฯ เริ่มมีการจำหน่ายไปยังต่างประเทศผ่านผู้ส่งออกภายในประเทศ (Thai Exporter) ที่ประเทศสิงคโปร์
- ปี 2549** - บริษัทฯ ได้ย้ายโรงงานผลิตจากทำอัฐ มายังโรงงานแห่งใหม่ที่บางบัวทอง ซึ่งเป็นการเช่าที่ดินจากบุคคลภายนอก โดยตั้งอยู่เลขที่ 48/124-134 หมู่ที่ 6 ถนนบางกรวย - ไทรน้อย ตำบลบางรักใหญ่ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี (สำนักงานบางบัวทอง) และ บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 1.00 ล้านบาท เป็น 3.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
- ปี 2550** - บริษัทฯ ได้รับตราสัญลักษณ์สินค้าไทย (Thailand's Brand) ซึ่งเป็นการช่วยรับรองคุณภาพสินค้าส่งออก และสร้างความเชื่อมั่นคุณภาพสินค้าในกลุ่มผู้บริโภคทั่วโลกที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย



- ปี 2551** - บริษัทฯ ได้รับมาตรฐาน ISO 9001:2008 (มาตรฐานเดิม ISO9001:2000) ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับระบบบริหารงานคุณภาพ มาตรฐานสากล จัดทำขึ้นโดยองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization)
- บริษัทฯ ได้รับมาตรฐานระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP Codex Alimentarius) TAS 9024 - 2007 และ General Principles of Food Hygiene (GMP Codex Alimentarius) TAS 9023 - 2007 ซึ่งมุ่งเน้นการผลิตอาหารให้มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค
  - บริษัทฯ ได้ขยายกำลังการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และเพื่อรองรับลูกค้าใหม่ๆ ในอนาคต โดยทำการเปิดโรงงานผลิตแห่งที่ 2 ที่หนองบัวลำภู ซึ่งเป็นการเช่าที่ดินจากบุคคลภายนอกมาสร้างอาคารโรงงาน โดยตั้งอยู่เลขที่ 12/1 หมู่ที่ 4 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี (สำนักงานหนองบัวลำภู) และบริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 3 ล้านบาท เป็น 5 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
  - ได้รับรางวัล Bai Po Business Awards จาก สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ฯ ร่วมกับธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งเป็นรางวัลแห่งความโดดเด่นสำหรับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
  - บริษัทฯ มีรายได้จากการขายมากกว่า 1,000 ล้านบาทเป็นปีแรก
- ปี 2552** - บริษัทฯ จัดตั้ง บริษัทเก้าแก่น้อย เรสเทอรัรนท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด ("TKNRF") โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว เพื่อประกอบธุรกิจร้านอาหารจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก ภายใต้ชื่อ "เก้าแก่น้อยแลนด์" โดยปัจจุบันมีสาขารวมทั้งสิ้น 5 สาขา
- บริษัทฯ เปิดตัวผลิตภัณฑ์สาหร่ายอย่าง "Super Crisp"
- ปี 2553** - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 5 ล้านบาท เป็น 35 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 300,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
- บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ว็อนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด ("WMI") จากกลุ่มผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว เพื่อผลิตและจำหน่ายขนมปังอบกรอบภายใต้ตราสินค้า "Want More"
  - บริษัทฯ จัดตั้งบริษัท ดร.โทบี จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท โซลเยอร์ วอเทอร์ จำกัด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทีเคเอ็น โซลเยอร์ วอเทอร์ จำกัด) เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว
  - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 35 ล้านบาท เป็น 160 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 1,250,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
- ปี 2554** - บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เอ็นซีพี เทคดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ("NCP") จากกลุ่มบุคคลภายนอกที่ไม่ใช่บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผงปรุงรส



- บริษัทฯ มีรายได้จากการขายมากกว่า 2,000 ล้านบาทเป็นปีแรก

**ปี 2555** - บริษัทฯ ขายหุ้นสามัญทั้งหมดในบริษัท ดร. โทบี จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท โซลเยอร์ วอเตอร์ จำกัด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ทีเคเอ็น โซลเยอร์ วอเตอร์ จำกัด) ให้แก่ผู้บริหาร ทำให้บริษัท ดร.โทบี จำกัด สิ้นสภาพการเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ

**ปี 2556** - บริษัทฯ แปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยใช้ชื่อว่า "บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)" และมีมติให้เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัทฯ จากเดิมมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท พร้อมทั้งมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 160 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 140 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 60 ล้านหุ้น และเพื่อเสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรก 80 ล้านบาท และได้เปลี่ยนแปลงสำนักงานใหญ่จากเดิม เลขที่ 93/5-7 หมู่ที่ 5 ถนนรัตนวิเชียร์ ตำบลบางรักน้อย อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11110 เป็น เลขที่ 12/1 หมู่ที่ 4 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี 12140

**ปี 2557** - บริษัทฯ มีมติเปลี่ยนแปลงการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน 140 ล้านบาท โดยขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 95 ล้านบาท และเพื่อเสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรก 45 ล้านบาท พร้อมทั้งจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ เป็น 300 ล้านบาทและเรียกชำระแล้วจำนวน 255 ล้านบาท

- บริษัทฯ เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสินค้าข้าวโพดอบกรอบ ภายใต้ชื่อ "เถ้าแก่น้อย" และ "ต้อบคอร์น"

**ปี 2558** - บริษัทฯ เริ่มก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ

- บริษัทฯ มีมติเปลี่ยนแปลงการเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทฯ พร้อมทั้งจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ เป็น 345 ล้านบาท เพื่อเสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรก จำนวน 90 ล้านบาท

- บริษัทฯ มีมติเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัทฯ กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2558 จากมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.25 บาท ส่งผลให้ทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ เปลี่ยนแปลงเป็น 1,380 ล้านหุ้น

- บริษัทฯ ได้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 360 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 4 บาท แก่ประชาชนทั่วไป โดยบริษัทฯ ได้รับชำระเงินค่าหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าวแล้วทั้งจำนวนรวมมูลค่า 1,440 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายทางตรงที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายหุ้นจำนวนเงิน 34.6 ล้านบาท ได้แสดงโดยหักจากส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญในงบแสดงฐานะการเงิน ทั้งนี้บริษัทฯ ได้จดทะเบียนการเพิ่มทุนชำระแล้วดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2558

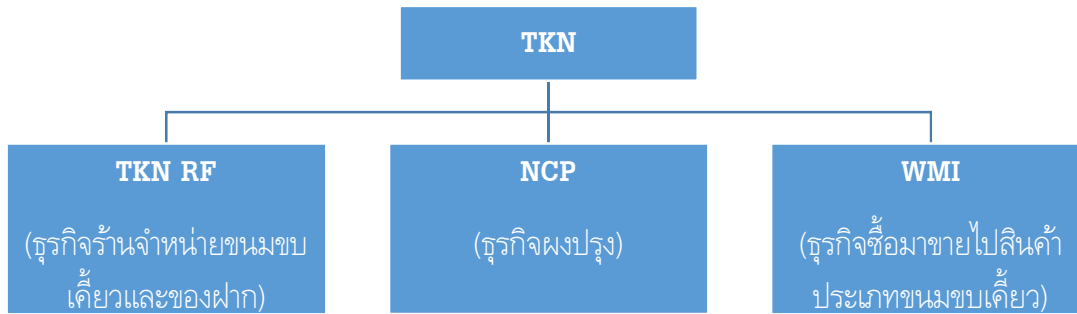
- หลักทรัพย์ของบริษัทฯ ได้ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นครั้งแรกในวันที่ 3 ธันวาคม 2558

- บริษัทฯ มีรายได้จากการขายมากกว่า 3,000 ล้านบาทเป็นปีแรก



### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีการถือหุ้นในบริษัทย่อย ดังนี้



### นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

หน่วยงานสนับสนุนส่วนกลางจะรวมศูนย์ที่บริษัทฯ โดยบริษัทย่อยต้องใช้บริการงานสนับสนุนของบริษัทฯ (Outsourcing) ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

- งานด้านบัญชี ระบบบัญชี การเงิน ต้นทุน วางแผนและงบประมาณ
- งานด้านทรัพยากรบุคคลและพัฒนาองค์กร
- งานด้านเทคโนโลยี สารสนเทศองค์กร

ส่วนบริษัทย่อยแต่ละบริษัทจะดำเนินงานเสมือนหน่วยธุรกิจ เพื่อสนับสนุนส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทฯ ประกอบด้วย ส่วนงานผลิตผงปรุงเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทฯ ส่วนงานร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ส่วนงานผลิตผงปรุงเพื่อเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตสาหร่ายแปรรูป

ส่วนงานผลิตผงปรุงทำหน้าที่ด้านการจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำมาผลิตผงปรุง ดำเนินการผลิตตามคุณภาพมาตรฐานที่กำหนดไว้ และส่งมอบให้บริษัทฯ เพื่อใช้ในสายการผลิตสาหร่ายสำเร็จรูป

2. ส่วนงานร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก

ส่วนงานร้านค้าจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝากทำหน้าที่เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ โดยตรงให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พัฒนาสินค้าใหม่ให้ตอบใจത്യกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อขยายตลาดในกลุ่มประเทศเอเชียต่อไป จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมด้านการตลาด และการทำวิจัยตลาดของบริษัทฯ

ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยต้องเป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์การดำเนินธุรกิจที่กำหนดโดย บริษัทฯ

### ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ เอง โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แบ่งตามกรรมวิธีการผลิตได้เป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ สาหร่ายทอด สาหร่ายย่าง สาหร่ายเหมปฐะ และสาหร่ายอบ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าแต่ละประเภทให้มีความหลากหลายทางรสชาติ เพื่อให้สามารถตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภคได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกเพศ และทุกวัย ไม่ว่าจะเป็นรสคาลาสลิก รสเผ็ด รสซีฟู้ด รสซอสมะเขือเทศ รสวาซาบิ รสซอสญี่ปุ่น และรสบาร์บีคิว เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ ขนาด และปริมาณที่แตกต่างกัน เพื่อให้สอดคล้องกับการบริโภคของลูกค้าในแต่ละโอกาส ดังนั้น ลูกค้า



สามารถตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้ตามความต้องการที่ต่างกันออกไป ปัจจุบันบริษัทฯ มีโรงงานผลิตสาหร่ายสำเร็จรูป 1 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ที่ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี และอยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้างอีก 1 แห่ง ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดอยุธยา ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ได้จากกระบวนการผลิตของบริษัทฯ จะถูกส่งไปจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านช่องทางจัดจำหน่ายต่างๆ เพื่อให้สามารถกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตของยอดขายและเสถียรภาพในการทำกำไรของบริษัทฯ ต่อไปในอนาคต

นอกจากนี้ในปี 2557 บริษัทฯ ได้นำเสนอข้าวโพดอบกรอบ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ ออกสู่ท้องตลาด สำหรับข้าวโพดอบกรอบแบบซองเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อว่า "เก้าแก่น้อย" ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 5 รสชาติ ได้แก่ รสคาราเมล รสคาราเมลเชดด้าชีส รสสาหร่าย รสชีสปีบ และรสไวท์เชดด้าชีสผสมโนริสาหร่าย โดยวางจำหน่ายผ่านทางเซเว่น อีเลฟเว่น และร้านสะดวกซื้อ เป็นหลัก

ปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัทย่อยทั้งสิ้น 3 บริษัท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. บริษัท เก้าแก่น้อย เรสเตอร์นท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด

บริษัทฯ ได้จัดตั้ง TKNRF ขึ้นเป็นบริษัทย่อย เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2552 โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 TKNRF มีทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 35 ล้านบาท ซึ่งเป็นทุนที่ออกและชำระแล้วเต็มจำนวน โดยมีบริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนประมาณร้อยละ 99.99 ของทุนที่ออกและชำระแล้วทั้งหมด ทั้งนี้ TKNRF ประกอบกิจการร้าน "เก้าแก่น้อยแลนด์" ซึ่งเป็นศูนย์รวมขนมขบเคี้ยวทั้งในสาขาที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เองและผลิตภัณฑ์จากบริษัทภายนอก โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 5 สาขา ตั้งอยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้าและในเขตชุมชน ประกอบไปด้วย สาขาเทอมินัล 21 (อโศก กรุงเทพฯ), สาขาแพลตตินั่ม (ประตูน้ำ กรุงเทพฯ), สาขามงกุฎ (เชียงใหม่) และ สาขาตลาดน้ำ 4 ภาค (พญา) จำนวน 2 แห่ง ในส่วน phase 1 และ 2 ของโครงการ

ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะให้ "เก้าแก่น้อยแลนด์" เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ทั้งแบบค้าปลีกและค้าส่งให้แก่ผู้บริโภคหรือผู้ขายรายย่อย รวมทั้งเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงตราสินค้าเก้าแก่น้อย ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น โดยปัจจุบัน TKNRF มีแผนขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังร้านค้าขายของฝากให้นักท่องเที่ยวหรือช่องทาง Tourism ในภาคเหนือ (เช่น จังหวัดเชียงใหม่) และภาคใต้ (เช่น จังหวัดภูเก็ต) รวมถึงเปิดร้านใหม่ในจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับธุรกิจท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

โดยตั้งแต่ต้นปี 2555 ถึง ปี 2558 TKNRF ได้มีการเปิดและปิดสาขาของร้าน "เก้าแก่น้อยแลนด์" ดังนี้

	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
จำนวนสาขา ณ ต้นงวด	17	18	21	17
เปิดสาขาใหม่	6	4	1	3
ปิดสาขาเดิม	5	1	5	15
<b>จำนวนสาขา ณ สิ้นงวด</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>17</b>	<b>5</b>

2. บริษัท เอ็นซีพี เทรดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด

NCP จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2549 เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผงปรุงรสให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เท่านั้น ซึ่งบริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นของ NCP ทั้งจำนวนจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2554 โดยผงปรุงรสดังกล่าวเป็นสูตรเฉพาะที่ถูกคิดค้นขึ้นเพื่อนำไปใช้ในการผลิตสาหร่ายสำเร็จรูปและขนมขบเคี้ยวอื่น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 NCP มีทุนจด



ทะเบียนรวมทั้งสิ้น 1 ล้านบาท ซึ่งเป็นทุนที่ออกและชำระแล้วเต็มจำนวน โดยมีบริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนที่ออกและชำระแล้ว

### 3. บริษัท ว็อนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด

WMI จัดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2551 เพื่อประกอบธุรกิจซื้อขายไปสำหรับสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวและของฝาก เช่น ผลไม้อบแห้ง และถัสดราสินค้า "ว็อนท์มอร์" ที่จดทะเบียนในต่างประเทศ ซึ่ง บริษัทฯ ได้เข้าถือหุ้นของ WMI ทั้งจำนวนจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2553 เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มเติมให้แก่บริษัทฯ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 WMI มีทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 5 ล้านบาท ซึ่งเป็นทุนที่ออกและชำระแล้วเต็มจำนวน โดยมีบริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนที่ออกและชำระแล้ว

#### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ในช่วงตั้งแต่ปี 2556 ถึง ปี 2558 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเภทผลิตภัณฑ์	งบการเงินรวม					
	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สาหร่ายทอด	1,868.99	68.82	1,759.18	65.28	2,060.60	58.88
สาหร่ายย่าง	574.80	21.17	660.28	24.50	1,171.26	33.47
สาหร่ายเหมปฺรูระ	105.75	3.89	81.25	3.01	81.30	2.32
สาหร่ายอบ	68.63	2.52	46.66	1.73	41.24	1.18
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ภายใต้ ตราสินค้าเจ้าแค้นน้อย <sup>1</sup>	23.03	0.85	72.97	2.71	58.90	1.68
ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรา สินค้าอื่น <sup>2</sup>	74.70	2.75	74.63	2.77	86.45	<b>2.47</b>
<b>รวมรายได้จากการขาย</b>	<b>2,715.63</b>	<b>100.00</b>	<b>2,694.96</b>	<b>100.00</b>	<b>3,499.75</b>	<b>100.00</b>
รายได้อื่น	4.97		22.34 <sup>3</sup>		9.25 <sup>4</sup>	
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	-		9.00		6.27	
<b>รายได้รวม</b>	<b>2,720.60</b>		<b>2,726.30</b>		<b>3,515.27</b>	

หมายเหตุ :

1. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ภายใต้ตราสินค้าเจ้าแค้นน้อย เช่น เจ้าแค้นน้อย วุ้นหม่ามอร์ ซีโรฟาร์ม เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวและของฝากในร้านเจ้าแค้นน้อยแลนด์ เช่น ผลไม้อบแห้ง เป็นต้น
3. รายได้อื่นจำนวน 22.34 ล้านบาท รวมรายได้จากเงินขอคืนภาษีอากรจากการสงวนสิทธิ์ BOI จำนวน 13.36 ล้านบาท
4. รายได้อื่นจำนวน 9.25 ล้านบาท รวมรายได้จากเงินขอคืนภาษีอากรจากการสงวนสิทธิ์ BOI จำนวน 2.61 ล้านบาท

### โครงสร้างรายได้แบ่งตามประเทศคู่ค้า

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งตามประเทศที่มีการสั่งซื้อสินค้าของบริษัทฯ ในช่วงตั้งแต่ปี 2556 ถึง ปี 2558 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ประเทศคู่ค้า	งบการเงินรวม					
	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ไทย	1,664.78	61.30	1,534.76	56.95	1,669.45	47.70
จีน	94.78	3.49	311.86	11.57	838.07	23.95
อินโดนีเซีย	298.49	10.99	154.51	5.73	206.26	5.89
มาเลเซีย	131.84	4.86	179.96	6.68	148.69	4.25
ฮ่องกง	101.79	3.75	109.49	4.06	109.58	3.13
สิงคโปร์	94.39	3.48	103.14	3.83	102.90	2.94
ไต้หวัน	85.67	3.15	79.62	2.95	77.30	2.21
ประเทศอื่นๆ <sup>1</sup>	243.88	8.98	221.61	8.22	347.50	9.93
<b>รายได้จากการขาย</b>	<b>2,715.63</b>	<b>100.00</b>	<b>2,694.96</b>	<b>100.00</b>	<b>3,499.75</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ: 1. ประเทศอื่นๆ ประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา เวียดนาม เมียนมา กัมพูชา ออสเตรเลีย มาเก๊า เป็นต้น

## 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูป รวมถึงขนมขบเคี้ยวประเภทอื่นๆ เช่น ข้าวโพดอบกรอบ เป็นต้น โดยมีการพัฒนาปรับปรุงสินค้าอย่างต่อเนื่องจนก้าวขึ้นเป็นผู้ประกอบการผลิตสาหร่ายแปรรูปในประเทศไทย ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลควบคุมคุณภาพเป็นสำคัญ โดยได้คัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และดำเนินขั้นตอนการผลิตอย่างพิถีพิถัน อีกทั้ง บริษัทฯ ยังได้รับการสนับสนุน ความเห็น และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานจากคู่ค้าที่มีศักยภาพทั้งใน ส่วนของผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ ลูกค้านำเข้า และลูกค้ารายย่อย นอกจากนี้ บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะทำการตลาดภายใต้ เครื่องหมายการค้า “เต้าแก่น้อย” (“TaoKaeNoi”) รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคตและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทั้งนี้ รายละเอียดของลักษณะ ผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละประเภทของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

### 1) สาหร่ายทอดกรอบ

สาหร่ายทอดกรอบเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการคัดเลือกวัตถุดิบสาหร่ายจากแหล่งผลิต โดยสาหร่ายดังกล่าวจะผ่านการอบแห้ง จากนั้นจึงถูกนำมาผ่านกระบวนการทอดในอุณหภูมิที่เหมาะสม จนได้สาหร่ายทอดกรอบแผ่นฟู สีเขียว ผ่านกระบวนการโรยผงปรุงรส ตามแต่ละรสชาติ และบรรจุใส่ซองตามขนาดที่กำหนดไว้ จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สาหร่ายทอดสไตล์ญี่ปุ่นรสชาติต่างๆ อาทิเช่น รส คลาสสิก, รสเผ็ด, รสซีฟู้ด, รสซอสนญี่ปุ่น, รสพิซซ่า, รสวาซาบิ, รสต้มยำกุ้ง, และรสสไปซี่บาร์บีคิว เป็นต้น ภายใต้ตราสินค้าต่างๆ ได้แก่ เต้าแก่น้อย (TaoKaeNoi), บิ๊กชีท (Big Sheet), โคโนมิ (Konomi), และ มินิ ไบท์ (Mini Bite) เป็นต้น



## 2) สาหรัยย่าง

สาหรัยย่างเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สาหรัยที่ผ่านการอบแห้งมาเป็นวัตถุดิบ เพื่อนำไปผ่านกระบวนการโรยผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติ ผ่านกระบวนการย่างในอุณหภูมิที่เหมาะสม จนได้ออกมาเป็นสาหรัยย่างที่มีความกรอบแผ่นตรงรสชาติกลมกล่อม และบรรจุในซองขนาดต่างๆ จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สาหรัยย่างสไตล์ญี่ปุ่นรสชาติต่างๆ อาทิเช่น รสคลาสสิก, รสเผ็ด, รสหมึกย่าง, รสสไปซี่ซีฟู้ด, รสวาซาบิ, รสกิมจิ, และรสสไปซี่บาร์บีคิว เป็นต้น นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์สาหรัยย่างยังมีสินค้าใหม่ที่เป็นสาหรัยม้วนย่างสไตล์ญี่ปุ่นซึ่งเป็นรูปแบบที่ฝึกไปจากแนวเดิมๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับประทานให้แก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้สาหรัยย่างใช้ตราสินค้าแตกต่างกันไปตามแต่ละลักษณะผลิตภัณฑ์อันประกอบไปด้วย ซูเปอร์คริสป์ (Super Crisp), บิ๊กโรล (Big Roll), บิ๊กแบ็ก (Big Bag), โคโนมิ ไจแอนท์ ชีท (Konomi Giant Sheet), และโคโนมิ โรลสติค (Konomi Roll Stick)

## 3) สาหรัยเหมปุระ

สาหรัยเหมปุระเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการคัดเลือกวัตถุดิบสาหรัยจากแหล่งที่ผลิต ซึ่งเป็นสาหรัยที่ผ่านการอบแห้ง จากนั้นนำสาหรัยมาผ่านกระบวนการชุบแป้งเหมปุระที่มีคุณภาพดี นำไปทอดในอุณหภูมิที่เหมาะสมจนได้สาหรัยเหมปุระสีเหลืองทอง เนื้อสัมผัสที่กรอบ ผ่านกระบวนการคลุกผสมผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติ และบรรจุใส่ซองขนาดต่างๆ ที่กำหนดไว้ จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สาหรัยเหมปุระ รสชาติต่างๆ อาทิเช่น รสต้นตำรับสไตล์ญี่ปุ่น, รสเผ็ดสไตล์ญี่ปุ่น, รสวาซาบิ, และรสกุ้งเหมปุระ เป็นต้น ภายใต้ ๓ ตราสินค้าต่างๆ ได้แก่ แก้วแก่น้อยเหมปุระ (TacKaeNoi Tempura), โคโนมิ (Konomi), และไฮ เหมปุระ (Hi Tempura)

## 4) สาหรัยอบ

สาหรัยอบเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเอาสาหรัยที่ผ่านการอบแห้งมาเข้ากระบวนการเคลือบน้ำซอสและโรยผงปรุงรส จากนั้นจึงนำไปผ่านกระบวนการอบในอุณหภูมิที่เหมาะสม แล้วใส่ลงในบรรจุภัณฑ์ จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สาหรัยอบสไตล์ญี่ปุ่นรสชาติต่างๆ อาทิเช่น รสต้นตำรับซอสญี่ปุ่น, รสเผ็ด, และรสกระเทียม เป็นต้น ภายใต้ตราสินค้า เอ็กซ์ตราชีท (Extra Sheet)

## 5) ผลิตภัณฑ์อื่น

นอกเหนือจากการผลิตและจำหน่ายสาหรัยแปรรูป ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัทฯ แล้ว ทางกลุ่มบริษัทฯ ได้ผลิตขนมขบเคี้ยวประเภทอื่นๆ เช่น ข้าวโพดอบกรอบ ขนมปังอบกรอบ เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังได้ขยายการดำเนินงานเข้าไปในธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจหลัก เพื่อให้เพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างรายได้และบริหารต้นทุน รวมทั้งยังช่วยในการควบคุมความเสี่ยงในการดำเนินงานให้กับบริษัทฯ จากการพึ่งพิงบริษัทภายนอกได้อีกทางหนึ่งด้วย ทั้งนี้ธุรกิจอื่นที่สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มบริษัทฯ อยู่ในปัจจุบัน ประกอบไปด้วย

- ธุรกิจจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก : จำหน่ายขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆ ทั้งในส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตรายอื่น เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์และเข้าถึงผู้บริโภค ปัจจุบันดำเนินงานโดย TKNRIF ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัทฯ ทั้งจำนวน
- ธุรกิจขนมปังอบกรอบและข้าวโพดอบกรอบ : จำหน่ายขนมปังอบกรอบและข้าวโพดอบกรอบหลากหลายรสชาติภายใต้ตราสินค้า “ว็อนท์มอร์” (“Want More”) เพื่อขยายการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ไปยังผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นนอกเหนือจากสาหรัยแปรรูป โดยมีการทำการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารงานของ WMI ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัทฯ ทั้งจำนวน



**สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ**

กลุ่มบริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์จากการลงทุน โดยได้รับอนุมัติบัตรส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่างๆ ที่ระบุไว้ในบัตรส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บัตรส่งเสริมการลงทุนที่ยังมีผลใช้บังคับอยู่ ดังนี้

เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์ที่ได้รับและใช้ในการดำเนินการปัจจุบัน
1433/2553  (โรงงานพวงค์)	9 เมษายน 2553	<p>สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว ซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด</li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร (ครบกำหนดวันที่ 9 ต.ค. 58)<sup>1</sup></li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก (ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 9 ม.ค. 60)<sup>2</sup></li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งออกกลับไป (ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 9 ม.ค. 60)<sup>2</sup></li> </ul>
2155(2)/2554  (โรงงานโรจนะ)	20 กันยายน 2554  (ได้รับอนุมัติให้ย้ายสถานที่ตั้งกิจการจากลาดบัวหลวงเป็นสวนอุตสาหกรรมโรจนะเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2557)	<p>สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว (ไม่รวมถึงพม่า ลาว เขมร) ซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด</li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร (ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 20 มี.ค. 59)<sup>1</sup></li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ)</li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ)</li> <li>ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลา 7 ปี</li> <li>ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริม ซึ่งได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ)</li> </ul>
1514(2)2554  (โรงงานพวงค์)	6 พฤษภาคม 2554	<p>สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวจากแป้ง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด</li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร (ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 6 พ.ย. 59)<sup>1</sup></li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ)</li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ)</li> </ul>



เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์ที่ได้รับและใช้ในการดำเนินการปัจจุบัน
		<ul style="list-style-type: none"> <li>ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลา 8 ปี</li> <li>ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ)</li> </ul>
2103(2)2557  (โรงงานพวงค์)	8 กันยายน 2557	<p>สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตข้าวโพดอบกรอบ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว ซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด</li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร (ใช้สิทธิได้ตั้งวันที่ 8 มี.ค. 60*)</li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ)</li> <li>ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ)</li> <li>ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลา 8 ปี</li> <li>ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ)</li> </ul>

หมายเหตุ : 1. ระยะเวลาการนำเข้าเครื่องจักรหลังจากครบกำหนดตามที่ระบุในบัตรส่งเสริมสามารถขอขยายได้อีก 3 ครั้ง โดยจะอนุมัติครั้งละ 1 ปี

2. ระยะเวลาการนำเข้าวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก และการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งกลับไปได้ขอขยายได้อย่างต่อเนื่อง โดยจะอนุมัติครั้งละ 2 ปี

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### นโยบายและลักษณะการตลาด

งานด้านการตลาดถือเป็นงานที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าปัจจุบัน รวมไปถึงการแสวงหาลูกค้ารายใหม่เพื่อขยายฐานธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์เดิมและนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ออกสู่ตลาดมาโดยตลอด ซึ่งส่งผลให้กลุ่ม บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าอย่างกว้างขวางมาเป็นระยะเวลายาวนาน

ทั้งนี้กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านคุณภาพ กลยุทธ์ด้านความหลากหลาย กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้



### 1) กลยุทธ์ด้านคุณภาพ

คุณภาพของผลิตภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้วางนโยบายในการดูแลควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในส่วนของสาหร่ายซึ่งเป็นวัตถุดิบหลัก บริษัทฯ ได้นำเข้าจากประเทศเกาหลีเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นประเทศผู้ผลิตหลักในตลาดโลก มีความน่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับมาเป็นระยะเวลายาวนาน โดยทางผู้ผลิตจะต้องจัดส่งตัวอย่างสาหร่ายมาให้บริษัทฯ ดำเนินการตรวจสอบก่อนที่จะมีการส่งมอบวัตถุดิบดังกล่าวให้กับทางบริษัทฯ อีกทั้ง บริษัทฯ ได้ดำเนินการฝึกอบรมแรงงานในแต่ละส่วนงานให้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจัดให้มีการสุ่มตรวจสอบสินค้าที่ได้จากกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากระบวนการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนดไว้ และสินค้าสำเร็จรูปที่ได้มีคุณภาพตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท นอกจากนี้ในส่วนของสินค้าคงคลังยังได้รับการดูแลจัดเก็บที่เหมาะสมกับลักษณะของสินค้าทั้งส่วนของวัตถุดิบ งานระหว่างทำ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ซึ่งมาตรการดังกล่าวเหล่านี้ช่วยให้บริษัทฯ สามารถรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ไว้ได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ควบคุมดูแลชื่อและนามยี่ห้อในกระบวนการผลิตและสถานประกอบการให้เป็นไปตามมาตรฐานการผลิตต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ISO9001:2008 มาตรฐาน GMP และมาตรฐาน HACCP เป็นต้น

### 2) กลยุทธ์ด้านความหลากหลาย

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้คิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในแง่ของประเภท รสชาติ ขนาด และรูปร่างของผลิตภัณฑ์ โดยฝ่ายการตลาดและฝ่ายพัฒนาธุรกิจของบริษัทฯ ได้ศึกษาลักษณะของผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศควบคู่ไปกับภาวะตลาดในประเทศ เพื่อนำไปพัฒนาเป็นสินค้าประเภทใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ปัจจุบันผลิตภัณฑ์สาหร่ายแปรรูปของบริษัทฯ มีทั้งประเภททอด อย่าง อบ และเหมประู ซึ่งครอบคลุมความต้องการของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง บริษัทฯ มีทีมงานค้นคว้าวิจัยที่รับผิดชอบในการคิดค้นรสชาติแปลกใหม่ให้แก่สินค้าแต่ละประเภท เพื่อนำออกมาเสนอแก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นรสคลาสสิก รสเผ็ด รสซีฟู้ด รสราชาภิ และรสซอสญี่ปุ่น เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้าของบริษัทฯ เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ให้ความสำคัญกับรายละเอียดในเรื่องขนาดและรูปร่างของผลิตภัณฑ์ โดยสาหร่ายแปรรูปแต่ละประเภทของบริษัทฯ จะมีขนาดและรูปร่างที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะการใช้ชีวิต กิจกรรมยามว่าง และความชื่นชอบของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวทำให้บริษัทฯ สามารถตอบโจทย์ทางการตลาดได้เป็นอย่างดี นอกจากผลิตภัณฑ์สาหร่ายแปรรูปแล้ว บริษัทฯ ยังได้คิดค้นขนมขบเคี้ยวประเภทอื่นๆ ออกมาเพื่อเพิ่มความหลากหลายและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง โดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้ผลิตและจำหน่ายข้าวโพดอบกรอบ ซึ่งได้ผ่านการทดลองและทดสอบจากทางฝ่ายพัฒนาธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติ กลิ่น สี รูปร่าง ตรงตามความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และสามารถดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากทางบริษัทฯ

### 3) กลยุทธ์ด้านราคา

บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาสินค้าให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยบริษัทฯ จะเริ่มจากให้ฝ่ายการตลาดทำการสำรวจระดับราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีในตลาดที่เป็นประเภทเดียวกัน ซึ่งมีขนาด น้ำหนัก และรูปลักษณ์ที่ใกล้เคียงกัน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาร่วมกับข้อมูลโครงสร้างต้นทุนที่จัดทำขึ้นโดยฝ่ายบัญชีและผลกำไรขั้นต้นตามเป้าหมายของบริษัทฯ จากนั้นจึงจะกำหนดราคาปลีกและขนาดบรรจุที่เหมาะสมสำหรับจัดจำหน่ายให้แก่ลูกค้าปลีก เพื่อกำหนดราคาขายต่อลง ซึ่งได้รวมถึงอัตรากำไรขั้นต้นของผู้ค้าปลีกที่บริษัทฯ กำหนดให้ ทั้งนี้ ราคาปลีกที่บริษัทฯ กำหนดให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะไม่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นมาก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถแข่งขันได้ในตลาด และจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้โดยไม่ยากนัก



นอกจากนี้ บริษัทฯ จะมีการให้ส่วนลดจากราคาที่กำหนดไว้ เพื่อให้ผู้ค้าปลีกสามารถนำส่วนลดดังกล่าวไปทำการตลาดที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ ได้ โดยส่วนลดของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ส่วนลดทางการค้าที่บริษัทฯ เสนอให้ผู้ซื้อแต่ละช่องทางจัดจำหน่ายในระดับที่แตกต่างกันไป ส่วนลดปริมาณและของแถมที่กำหนดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อเพิ่มปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทฯ และส่วนลดเงินสดที่ผู้ซื้อได้รับจากการชำระค่าสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ บริษัทฯ จะทำการทบทวนราคาและรายการส่งเสริมการขายเป็นรายไตรมาส เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ จะสามารถเพิ่มระดับความสามารถในการแข่งขันในตลาดและความสามารถในการทำกำไรไว้ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมได้

#### 4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทฯ ใช้กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของตลาดและการกระจายตัวของผู้บริโภค กล่าวคือ สำหรับตลาดภายในประเทศ บริษัทฯ จะทำตลาดด้วยตนเอง และจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งมีสาขาครอบคลุมทุกภูมิภาคในประเทศ และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) ที่ช่วยให้บริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในย่านชุมชนนอกเมืองต่างๆ ทั้งนี้ การเลือกใช้ช่องทาง 2 ช่องทางดังกล่าวสำหรับการจัดจำหน่ายภายในประเทศ มีผลให้บริษัทฯ จัดส่งสินค้าไปตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงและอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าของบริษัทฯ ได้โดยง่าย ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นการเติบโตและรักษายอดขายให้อยู่ในระดับที่บริษัทฯ วางเป้าหมายไว้ ในส่วนของตลาดต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีการทำสัญญาว่าจ้างผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศที่มีความเชี่ยวชาญในตลาดนั้นๆ และมีเครือข่ายในการขายที่กว้างขวาง ให้เข้ามาทำตลาดและกระจายสินค้าให้แก่บริษัทฯ นอกจากนี้ ในประเทศที่ยังไม่ได้มีการแต่งตั้งผู้จัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้จำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้นำเข้าในต่างประเทศและผู้ส่งออกในประเทศเป็นรายครั้งหากมีการติดต่อเข้ามา เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าของบริษัทฯ ออกสู่ตลาดเพิ่มเติมอีกด้วย

#### 5) กลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์

บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการขาย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สาหร่ายแปรรูปของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้นทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการเติบโตของยอดขายให้เป็นอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายที่รักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าปัจจุบันและแสวงหาลูกค้ารายใหม่ โดยทำแผนการประชาสัมพันธ์ที่อาศัยภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้ถือหุ้น บริษัทฯ และผลิตภัณฑ์ ผ่านทางสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร และภาพยนตร์ เป็นต้น รวมไปถึงการใช้สื่อดิจิทัลและการจัดกิจกรรมผ่านโซเชียล เน็ตเวิร์คเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นและคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น อีกทั้ง บริษัทฯ ยังได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในงานแสดงสินค้าในประเทศต่างๆ เพื่อให้ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้แจ้งความประสงค์ในการร่วมเป็นผู้สนับสนุนการจัดกิจกรรมการแสดงของศิลปินทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สามารถเข้าถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้าทุกเพศทุกวัยได้มากยิ่งขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดอยู่เป็นระยะ เพื่อให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกกับทางบริษัทฯ ในการลุ้นโชครับรางวัลต่างๆ ซึ่งนโยบายเหล่านี้มีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคตระหนักถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นลำดับต้นๆ ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และบอกต่อไปยังผู้บริโภครายอื่นๆ

#### 6) กลยุทธ์ Brand Synergy

จากกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาข้างต้น นอกจากจะช่วยส่งเสริมการขายแล้วยังช่วยในเรื่องของการส่งเสริมและการจัดจําตราสินค้าของบริษัทฯ ด้วย การทำโฆษณาผ่านสื่อต่างๆทั้งโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร สื่อดิจิทัล และโซเชียลเน็ตเวิร์คเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำตราสินค้าของบริษัทฯ ได้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะโซเชียลเน็ตเวิร์คของประธานเจ้าหน้าที่บริหารที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ ที่มีผู้ติดตามมากกว่า ล้านคน อีกทั้งยังมีการผนึกกำลังของแบรนด์เจ้าแกนน้อย และท็อปคอร์น เพื่อพัฒนาสู่ “เจ้าแกน้อย” ป๊อปคอร์น Segment ใหม่ ด้วย



## ลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าจากทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นประเทศจีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฮองกง สิงคโปร์ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ใต้หวัน ยุโรป เวียดนาม เป็นต้น โดยบริษัทฯ ได้จัดแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามประเภทของผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ดังนี้

ประเภทของสาขา	อายุ (ปี)	พื้นที่	รายได้เฉลี่ย (บาท)	อาชีพ
<b>สาขารายทอด</b>				
● เล้าแกนน้อย	5 - 40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (เอเชีย ยุโรป สหรัฐอเมริกา)	0 - 50,000	นักเรียน นักศึกษา และ วัยทำงาน
● บิ๊กซี	5 - 40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (พม่า ลาว เวียดนาม จีน ฮองกง)	0 - 50,000	นักเรียน นักศึกษา และ วัยทำงาน
● โคนิ	5 - 40	ตลาดต่างประเทศ (จีน ใต้หวัน)	0 - 50,000	นักเรียน นักศึกษา และ วัยทำงาน
<b>สาขารายแถมปุระ</b>				
● เล้าแกนน้อยแถมปุระ	5 - 40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (อินโดนีเซีย อเมริกา ฮอลแลนด์ อังกฤษ)	0 - 50,000	นักเรียน นักศึกษา และ วัยทำงาน
<b>สาขารายอบ</b>				
● เอ็กตราซี	5 - 50	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด	0 - 50,000	นักเรียน นักศึกษา และ วัยทำงาน
● สไตส์เกาหลี่	15 - 35	ตลาดต่างประเทศ (มาเลเซีย สิงคโปร์)	10,000 - 50,000	นักศึกษา และวัยทำงาน
<b>สาขารายย่าง</b>				
● ซูเปอร์คริสป์	15 - 35	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (ฮองกง เวียดนาม อเมริกา ออสเตรเลีย ฮอลแลนด์ อังกฤษ)	15,000 - 25,000	นักเรียน นักศึกษา และ วัยทำงาน
● บิ๊กโรล	5 - 40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด	0 - 50,000	นักเรียน นักศึกษา และ วัยทำงาน



ประเภทของสาขา	อายุ (ปี)	พื้นที่	รายได้เฉลี่ย (บาท)	อาชีพ
● บิ๊กแบ็ก		และตลาดต่างประเทศ (จีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฮ่องกง สิงคโปร์ อเมริกา )		
	5 - 40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (จีน มาเลเซีย กัมพูชา สิงคโปร์ ฮ่องกง)	0 - 50,000	นักเรียน นักศึกษา และ วัยทำงาน
● โคนิมิ โรลสตีก	5 - 40	ตลาดต่างประเทศ (จีน ไต้หวัน)	0 - 50,000	นักเรียน นักศึกษา และ วัยทำงาน

### ช่องทางการจัดจำหน่าย

#### 1. ตลาดภายในประเทศ

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าภายในประเทศผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย 4 ช่องทาง ได้แก่ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ผู้จัดจำหน่ายในประเทศ ร้านค้าปลีกดั้งเดิม และร้านแก๊งน้อยแลนด์ โดยบริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายสินค้ากับร้านค้าต่างๆ เป็นรายปี ซึ่งสัญญาดังกล่าวจะระบุปริมาณการสั่งซื้อ ราคาสินค้า วิธีการจัดส่ง สถานที่จัดส่ง และการชำระเงินตามที่ได้ตกลงกัน โดยการจำหน่ายเป็นการขายขาดทั้งหมด ทั้งนี้ ช่องทางการจัดจำหน่ายภายในประเทศที่กล่าวถึงในข้างต้นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 1.1 ร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ประกอบด้วย ห้างร้านขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่ออกแบบร้าน และจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกสบาย และเป็นระเบียบ บริการทันสมัย เพื่อดึงดูดลูกค้าใช้บริการมากขึ้น ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนสูงและอาศัยระบบปฏิบัติการที่ซับซ้อน โดยบริษัทฯ อาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายนี้เป็นหลัก เพื่อกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าในทุกภูมิภาคของประเทศ เนื่องจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่เหล่านี้ มีสาขาเป็นจำนวนมากและมีความชำนาญในการบริหารจัดการสินค้าเป็นอย่างดี ทั้งนี้ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่แบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

- ร้านสะดวกซื้อและช่องทางพิเศษ (Convenience Store and Specialty Store): เน้นความสะดวกสบายในการเข้าถึง โดยขยายสาขาให้มีจำนวนมากและมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับผู้บริโภค เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้ซื้อ โดยทั่วไปจะเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งร้านที่มีสินค้าของบริษัทฯ วางจำหน่าย ได้แก่ เซเว่น อีเลฟเว่น (7-11) แฟมิลีมาร์ท (Family Mart) จิฟฟี่ (Jiffy) และแอมเวย์ (Amway)
- ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket and Hypermarket): เน้นขายสินค้าอุปโภคบริโภคครบถ้วนถึงวัตถุประสงค์ในการปรุงอาหาร ซึ่งร้านที่จำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ประกอบไปด้วย ท็อปส์ (Tops) เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) บิ๊กซี (Big C) ฟู้ดแลนด์ (Foodland) วิลล่า มาร์เก็ต (Villa Market) และโฮมเฟรชมาร์ท (Home Fresh Mart)



## 1.2 ผู้จัดจำหน่ายในประเทศ

สำหรับลูกค้าบางรายนั้น บริษัทฯ ต้องมีการจัดส่งสินค้าไปแต่ละจุด เช่น ห้างแม็คโคร (Makro) ซึ่งมีการกำหนดให้ต้องไปส่งสินค้าตามจุดต่างๆ หรือร้านค้าปลีกรายย่อยหลากหลายแห่ง ซึ่งหากบริษัทฯ จะต้องส่งสินค้าจำนวนไม่มากต่อการจัดส่งแต่ละครั้งจะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่สูงมาก บริษัทฯ จึงได้เข้าทำสัญญากับผู้จัดจำหน่ายในประเทศ เพื่อว่าจ้างให้ทำหน้าที่กระจายสินค้าให้แก่บริษัทฯ โดยสัญญาได้มีการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อและช่วงเวลาในการจัดส่งไว้อย่างละเอียด เพื่อที่บริษัทฯ จะสามารถจัดส่งสินค้าได้โดยมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำที่สุด ซึ่งในปัจจุบันสินค้าของบริษัทฯ ที่ดำเนินการผ่านทางผู้จัดจำหน่าย จะจำหน่ายทางแม็คโคร (Makro) เป็นหลัก และมีการจำหน่ายบางส่วนไปยังร้านค้าปลีกดั้งเดิม รวมถึงร้านสะดวกซื้อและช่องทางพิเศษ เช่น วัตสัน (Watson) เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ (Major Cineplex) และเอสเอฟซีเนม่า (SF Cinema) เป็นต้น

## 1.3 ร้านค้าปลีกดั้งเดิม

ลักษณะร้านค้าปลีกดั้งเดิมส่วนใหญ่จะมีทำเลที่ตั้งกระจายอยู่ตามพื้นที่ในส่วนต่างๆ ของประเทศ โดยเป็นกิจการที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนัก บริหารงานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ไม่มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัย ไม่มีการตกแต่งหน้าร้านมากมาย และจัดวางสินค้าตามความสะดวกของการหยิบสินค้า ลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในบริเวณใกล้เคียงร้านค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ จะจำหน่ายสินค้าไปยังร้านค้าปลีกดั้งเดิมภายในประเทศผ่านทางผู้จัดจำหน่าย (Distributor) ผู้ค้าส่ง (Wholesaler) และตัวแทนจำหน่าย (Agent) ซึ่งจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปยังร้านค้าแต่ละแห่ง

## 1.4 ร้านค้าปลีกย่อยแลนด์ (Taokaenoi Land)

ร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆ และของฝาก ทั้งในส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตรายอื่น ซึ่งดำเนินงานโดย TKNRF ซึ่งเป็นบริษัทย่อย

โดยตั้งแต่ปี 2556 ถึง ปี 2558 บริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายในประเทศแบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

หน่วย : ร้อยละของรายได้จากการขายในประเทศ

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
ร้านค้าปลีกสมัยใหม่	56.36	54.39	51.79
ผู้จัดจำหน่ายในประเทศ	27.47	28.68	27.83
ร้านค้าปลีกดั้งเดิม	8.49	9.31	11.02
ร้านค้าปลีกย่อยแลนด์	7.68	7.62	9.36

## 2. ตลาดต่างประเทศ

ปัจจุบันบริษัทฯ จำหน่ายสินค้าไปยังประเทศต่างๆ รวมทั้งหมด 35 ประเทศ โดยอาศัยเครือข่ายในการกระจายสินค้าของผู้ชำนาญการในตลาดนั้นๆ เป็นช่องทางให้บริษัทฯ สามารถขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศดังกล่าวได้ง่ายขึ้นกว่าการเข้าไปทำตลาดด้วยตนเอง และช่วยให้สินค้าของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศมากยิ่งขึ้น โดยการจำหน่ายเป็นการขายขาดทั้งหมด ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 3 ช่องทาง ได้แก่ ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ ผู้นำเข้าในต่างประเทศ และผู้ส่งออกภายในประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้



## 2.1 ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ (Distributor)

ผู้จัดจำหน่ายเป็นผู้ที่ซื้อสินค้ามาเพื่อขายต่อ รับผิดชอบจัดการเกี่ยวกับการเก็บรักษาสินค้า การขนส่ง และการส่งคืนสินค้า ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทฯ ไม่ได้มีความชำนาญในการบริหารจัดการเครือข่ายการกระจายสินค้าในตลาดต่างประเทศมากนัก ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้เข้าทำสัญญากับผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ เพื่อว่าจ้างให้ทำหน้าที่กระจายสินค้าให้แก่บริษัทฯ ในประเทศนั้นๆ และประเทศใกล้เคียง โดยสัญญาได้มีการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อและช่วงเวลาในการจัดส่งไว้อย่างละเอียด ซึ่งสินค้าของบริษัทฯ ที่จำหน่ายในต่างประเทศจะดำเนินการผ่านทางผู้จัดจำหน่ายเป็นหลัก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีผู้จัดจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศรวมทั้งสิ้น 13 ราย ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฮองกง สิงคโปร์ ไต้หวัน เป็นต้น

## 2.2 ผู้นำเข้าในต่างประเทศ (Importer)

ผู้นำเข้าในต่างประเทศเป็นผู้ที่สั่งซื้อสินค้าหลากหลายประเภทจากประเทศอื่น แล้วนำเข้าไปจำหน่ายยังประเทศของตน โดยผู้นำเข้าในต่างประเทศเหล่านี้จะไม่ได้เข้าทำสัญญากับทางบริษัทฯ แต่จะสั่งซื้อสินค้ามาเป็นรายครั้ง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มองว่าการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้นำเข้าในต่างประเทศยังคงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้บริษัทฯ เข้าถึงลูกค้าในตลาดดังกล่าวได้มากขึ้น บริษัทฯ จึงได้พยายามรักษาความสัมพันธ์กับผู้นำเข้าแต่ละรายไว้เป็นอย่างดี โดยผู้นำเข้าในต่างประเทศที่สำคัญ เช่น จีน เป็นต้น

## 2.3 ผู้ส่งออกภายในประเทศ (Thai Exporter)

ผู้ส่งออกภายในประเทศเป็นผู้ที่สั่งซื้อสินค้าประเภทต่างๆ จากผู้ผลิตภายในประเทศ แล้วส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยผู้ส่งออกภายในประเทศเหล่านี้จะไม่ได้เข้าทำสัญญากับทางบริษัทฯ และจะสั่งซื้อสินค้ามาเป็นรายครั้ง เช่นเดียวกับผู้นำเข้าในต่างประเทศ

โดยตั้งแต่ปี 2556 ถึง ปี 2558 บริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายในต่างประเทศแบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

หน่วย : ร้อยละของรายได้จากการขายในต่างประเทศ

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ	82.21	62.96	43.95
ผู้นำเข้าในต่างประเทศ	10.84	29.90	49.54
ผู้ส่งออกภายในประเทศ	6.95	7.14	6.51

บริษัทฯ มุ่งเน้นการทำตลาดในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศหลักๆ ที่มีการแต่งตั้งผู้จัดจำหน่าย ซึ่งจะมีการกำหนดงบประมาณในแต่ละปีให้สอดคล้องกับสภาพตลาด แผนการขยายตลาด และเป้าหมายการขาย ดังนี้

- ขยายช่องทางการจำหน่ายให้ได้มากที่สุด โดยคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของห้างร้านนั้นๆ และมีราคาหน้า shelf ที่เหมาะสม
- มีการออกสินค้าใหม่เพื่อกระตุ้นตลาดอย่างน้อย ปีละ 2 - 4 SKU ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับตัวสินค้า ซึ่งอาจพิจารณาเข้าทุกช่องทางหลักหรือแค่บางช่องทางตามงบประมาณ และการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภค ฝ่ายจัดซื้อของห้างร้าน หรือผู้จัดจำหน่าย
- การทำการตลาด ทั้ง Above the line เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ และ Below the line เช่น การลดราคา ตั้งกอง จัดหัว shelf



- Social Network ทางผู้แทนจำหน่ายมีการ ใช้ agency ดำเนินการเพื่อรับ feed back และทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดควบคู่กัน
- มีการส่งเสริมการขายตามเทศกาลที่สำคัญ ได้แก่ เทศกาลตรุษจีน และ เทศกาลถือศีลลอด เป็นต้น

โดยผู้จัดจำหน่ายจะทำแผนการตลาดประจำปี พร้อมรายละเอียดในรายการหลักมานำเสนอ เพื่อตกลงร่วมกัน โดยจะควบคุมค่าใช้จ่ายเทียบกับเป้าที่ตั้งไว้ร่วมกันตั้งแต่นั้นปี

#### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

##### อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวในประเทศไทย

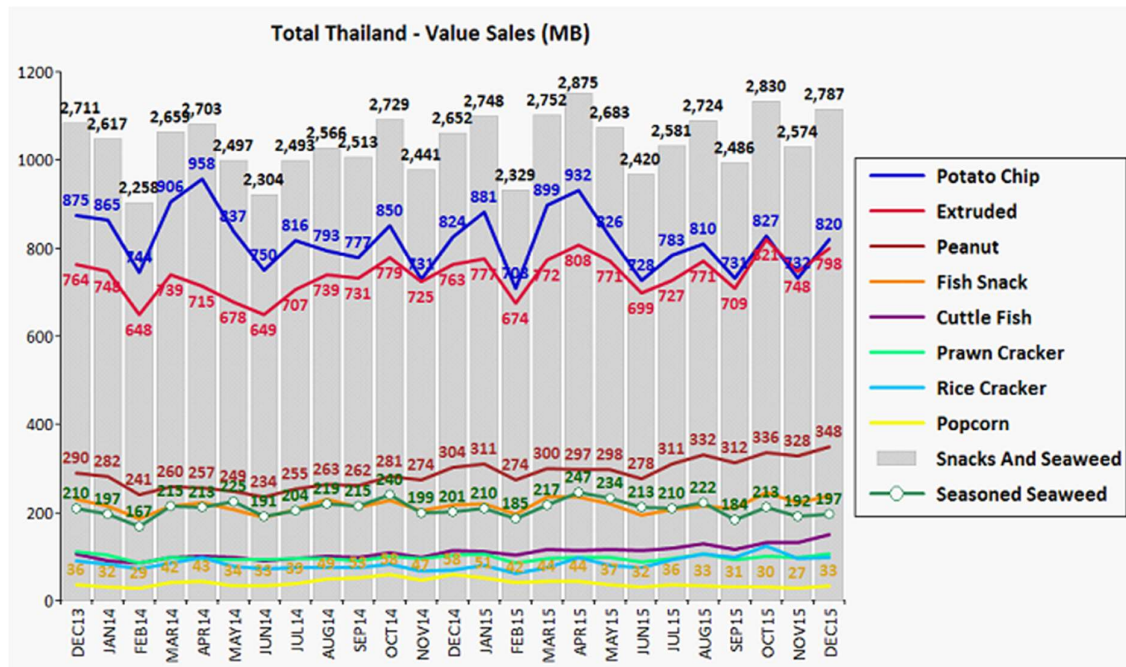
อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวในปี 2558 มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 31,788 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 จากปี 2557 อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้มีผู้ประกอบการให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยผู้ประกอบการต่างๆ ต้องการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ทางการค้าต่างๆ รวมถึงการพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่ หรือรสชาติใหม่ ออกมานำเสนอ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะเป็นเด็กและวัยรุ่นซึ่งมีพฤติกรรมชอบทดลองสินค้าใหม่อยู่เสมอ

หากพิจารณาตลาดขนมขบเคี้ยวในประเทศไทย จะสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ในตลาดขนมขบเคี้ยวออกเป็น 9 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ขนมขบเคี้ยวประเภทขึ้นรูป (Extruded Snack) เป็นขนมที่ทำจากแป้งอบกรอบ เช่น แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งสาลี แป้งข้าวโพด และเพิ่มรสชาติโดยการปรุงรสด้วยส่วนผสมอื่น ๆ เช่น รสซอส รสสาหร่าย เป็นต้น ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ คอเน่ สแน็คแจ๊ค ตะวัน แจ็คซ์ และปาปริก้า
2. มันฝรั่ง (Potato Chip) เป็นขนมมันฝรั่งสไลด์ทอดปรุงรสชนิดต่างๆ เช่น รสมันฝรั่งแท้ รสบาร์บีคิว เป็นต้น ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ เลย์ เทสโต มันฝรั่งพริงเกิล และเลย์สแตกซ์
3. สาหร่ายปรุงรส (Seasoned Seaweed) เป็นขนมที่ทำมาจากสาหร่ายโดยผ่านกระบวนการทอด ย่าง อบ พร้อมปรุงรสเป็นรสชาติต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ เจ้าแก่น้อย มาซิตะ ซิลิโกะ ตะวันแดง และโอโนริ
4. ถั่ว (Nut) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากถั่วประเภทต่างๆ เช่น ถั่วลิสง ถั่วลันเตา เม็ดมะม่วงหิมพานต์ อัลมอนต์ปรุงรสชนิดต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ โกแก๋ ทองการ์เด็น เจดีย์คู่ กรีนนัท และนัทวอล์คเกอร์
5. ปลาเส้น (Fish Snack) เป็นขนมที่ทำจากปลาที่ผ่านกระบวนการย่าง ปรุงรส เป็นรสชาติต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ ทาโร พิซโซ เบนโตะ เทนจัง และทาโรคริสซี่
6. ข้าวเกรียบกุ้ง (Prawn cracker) เป็นขนมที่ทำจากแป้งและปรุงรสชาติกุ้ง ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ ฮานามิ คาลบี้ และมโนราห์
7. ปลาหมึก (Cuttle Fish) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปลาหมึกปรุงรสต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ เบนโตะ เต้าทอง สควิดดี และพิซโซทวิสท์
8. ข้าวอบกรอบ (Rice Cracker) เป็นขนมที่ทำจากข้าวหอมมะลิอบกรอบปรุงรส ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ โดโซะ และชินมัย
9. ข้าวโพดอบกรอบ (Popcorn) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดคั่ว ปรุงรสชนิดต่างๆ เช่น รสเนย รสกาแฟ รสคาราเมล ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ ไตรโร เจ้าแก๊บป๊อป ป๊อปคอร์นเนียวอร์ค ปารีส และ Poppycock



แผนภาพแสดงมูลค่ายอดขายของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ในตลาดขนมขบเคี้ยว ภายในประเทศ ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2556 - ธันวาคม 2558 เป็นไปดังนี้



ที่มา : งานวิจัยของ AC Nielsen

จากแผนภาพแสดงมูลค่ายอดขายของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในตลาดขนมขบเคี้ยว พบว่า ในปี 2558 ภาพรวมของตลาดขนมขบเคี้ยวปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2557 เล็กน้อย

### อุตสาหกรรมสาหร่ายปรุงรสในประเทศไทย

สาหร่ายปรุงรสถือเป็นอาหารที่คนไทยมีความคุ้นเคยและบริโภคมาอย่างยาวนาน โดยความเป็นญี่ปุ่นถือเป็นจุดเริ่มต้นของตลาดสาหร่าย เพราะสาหร่ายเป็นอาหารที่ชาวญี่ปุ่นรู้จักและบริโภคมาโดยตลอด สาหร่ายปรุงรสเป็นสินค้าที่ผู้ผลิตสามารถเข้ามาทำตลาดได้ง่ายในแง่ของการผลิตสินค้า เพราะมีขั้นตอนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน อย่างไรก็ตามที่ผ่านมามีผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายเล็ก ที่ไม่เน้นการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก หรือมีการทำการตลาดอย่างจริงจังเพื่อมากระตุ้นยอดขาย ทำให้ที่ผ่านมามีตลาดสาหร่ายในประเทศไทยเติบโตได้ในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคไม่ได้มีความตื่นตัวมากนัก

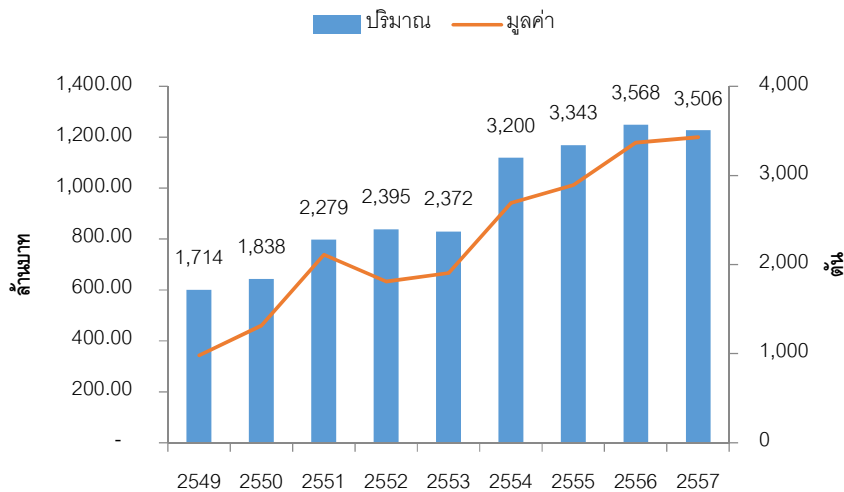
อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายปรุงรสในปี 2558 มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 2,523 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 จากปีก่อนหน้า ทั้งนี้ ณ สิ้นเดือนธันวาคมปี 2558 ตราสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ แก้วแก้วน้อย มาซิตะ ซิลิโกะ และตะวันแดง อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้มีผู้ประกอบการให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยผู้ประกอบการต่างๆ ต้องการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ทางการค้าต่างๆ รวมถึงการพัฒนาสินค้านวัตกรรมใหม่ หรือรสชาติใหม่ ออกมานำเสนอ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะเป็นเด็กและวัยรุ่นซึ่งมีพฤติกรรมทดลองสินค้าใหม่อยู่เสมอ



สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดสาหร่ายปรุงรสในประเทศไทยนั้นมาจากกระแสความนิยมของวัฒนธรรมบันเทิงของเกาหลี เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นมีความนิยมในสินค้าจากเกาหลีเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากร้านอาหารเกาหลีเพิ่มขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็วในเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่เลือกทำการตลาดไปในทิศทางที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมบันเทิงของเกาหลี อาทิเช่น การใช้กลุ่มนักร้องจากเกาหลีมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ให้กับสินค้า รวมถึงการจัดแคมเปญการตลาดร่วมไปกับคอนเสิร์ตเกาหลีต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมชิงบัตรคอนเสิร์ตของกลุ่มนักร้องเกาหลี เป็นต้น

จากข้อมูลสถิติการค้าสินค้าเกษตรไทยกับต่างประเทศ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปี 2557 พบว่าปริมาณการนำเข้าสาหร่ายทะเลจากต่างประเทศของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 1,714 ตัน (คิดเป็นมูลค่าประมาณ 343 ล้านบาท) ในปี 2549 ไปเป็น 3,506 ตัน (คิดเป็นมูลค่าประมาณ 1,200 ล้านบาท) ในปี 2557 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 10 ต่อปี โดยในปี 2556 ประเทศไทยมีการนำเข้าสาหร่ายทะเลสูงสุดในรอบ 9 ปีที่ผ่านมา โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปริมาณการนำเข้าสาหร่ายทะเลจากปี 2555

ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าสาหร่ายทะเล ปี 2549 - 2557



ที่มา : สถิติการค้าสินค้าเกษตรไทยกับต่างประเทศ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สาหร่ายปรุงรสที่จำหน่ายในประเทศไทยสามารถแบ่งได้ออกเป็น 4 ประเภทหลักๆ คือ สาหร่ายปรุงรสประเภททอด สาหร่ายปรุงรสประเภทย่าง สาหร่ายปรุงรสประเภทอบ และสาหร่ายปรุงรสประเภทเหมป๊ะ (ซุบแห้งทอด) โดยสาหร่ายปรุงรสประเภททอดมีสัดส่วนยอดขายสูงสุด รองลงมาคือสาหร่ายปรุงรสประเภทย่างและอบ และสาหร่ายปรุงรสประเภทเหมป๊ะ โดยในปี 2557 มีมูลค่าการจำหน่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65 ร้อยละ 34 และร้อยละ 1 ของยอดรวมการจำหน่ายสาหร่ายปรุงรสในประเทศไทย ตามลำดับ

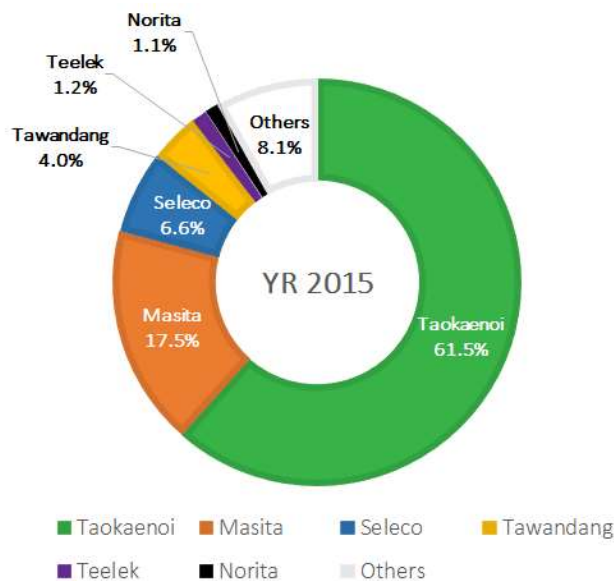
### ภาวะการแข่งขัน

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาหลายบริษัทนำสาหร่ายเข้ามาจำหน่ายในตลาด โดยแต่ละรายก็มีศักยภาพทางด้านเงินทุน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน บริษัทที่ถือเป็นคู่แข่งสำคัญของบริษัทฯ ได้แก่



1. บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด จำหน่ายสาหร่ายปรุงรสภายใต้แบรนด์ “มาซิตะ” ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 17.5\*
2. บริษัท แคปิตัล เทรดดิ้ง จำกัด จำหน่ายสาหร่ายปรุงรสภายใต้แบรนด์ “ซีลีโกะ” ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 6.6\*
3. บริษัท ทริปเปิ้ล-เอ็มโปรดักส์ จำกัด จำหน่ายสาหร่ายปรุงรสภายใต้แบรนด์ “ตะวันแดง” ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 4.0\*
4. บริษัท ยูโรเบียน สแนค ฟู้ด จำกัด จำหน่ายสาหร่ายปรุงรสภายใต้แบรนด์ “ตีเล็ก” ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 1.2\*
5. บริษัท ชินดา ฟู้ดส์ จำกัด ผู้จำหน่ายสาหร่ายปรุงรสภายใต้แบรนด์ “โนริตะ” ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 1.1\*

หมายเหตุ \* ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2558



ที่มา : งานวิจัยของ AC Nielsen

ที่ผ่านมาบริษัทฯ มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในกลุ่มอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายปรุงรส โดยหากพิจารณาส่วนแบ่งทางการตลาดในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัท ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เกต/ไฮเปอร์มาร์เกต ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) พบว่าบริษัทฯ มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในทุกช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก อย่างไรก็ตามในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ จะไม่ได้รับผลกระทบโดยตรงต่อยอดขายจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ เช่น มาซิตะ โอโนริ เป็นต้น แต่คู่แข่งเหล่านั้นก็ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทฯ ลดลง ทั้งนี้ บริษัทฯ วางแผนในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด รวมถึงกระตุ้นตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายปรุงรสให้มียอดค่าเพิ่มมากขึ้น



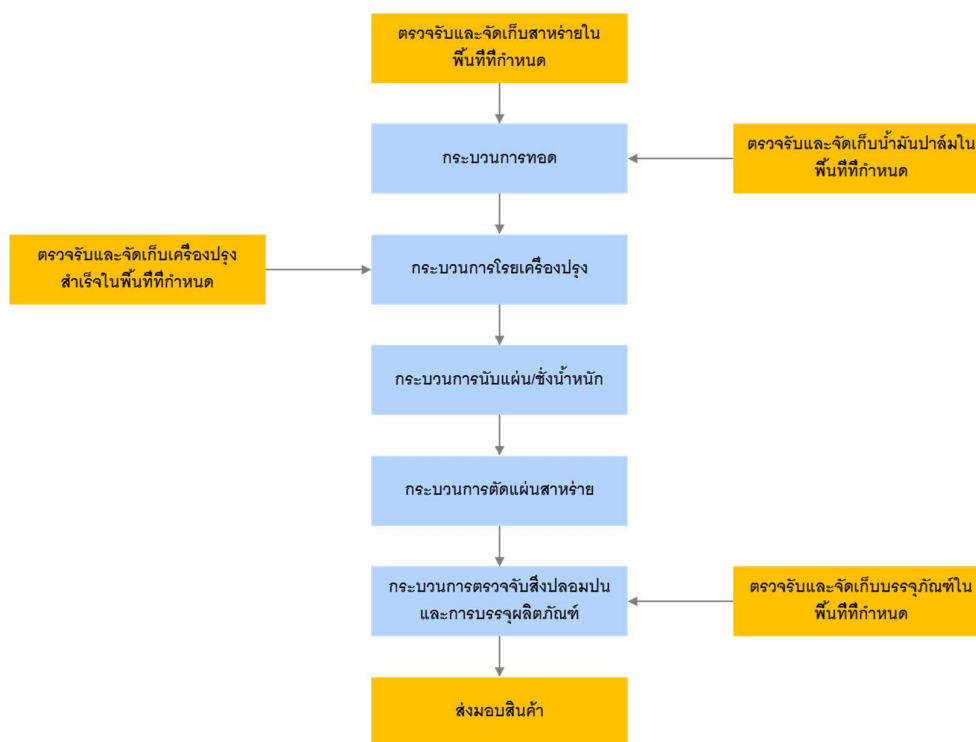
## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

### โรงงานและการใช้กำลังผลิต

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีโรงงานที่ใช้ในการดำเนินการผลิต 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่ 12/1 หมู่ 4 ต.หน้าไม้ อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี 12140 โดยในปี 2558 มีกำลังการผลิตเต็มที่อยู่ที 6,697 ตัน ซึ่งอัตราการใช้กำลังการผลิตในอยู่ที่ร้อยละ 70

### กระบวนการผลิตสำหรับแปรรูป

#### 1. การผลิตสำหรับหอยทอดกรอบ



การผลิตสำหรับหอยทอดจะเริ่มจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งวัตถุดิบต่างๆ ในกระบวนการผลิต เช่น สาหร่าย ผงปรุงรส และบรรจุภัณฑ์ มายังอาคารคลังสินค้าของบริษัทฯ เพื่อรอการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจวัตถุดิบที่ได้รับว่ามีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ของทางบริษัทฯ หรือไม่ จากนั้นวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกจัดเก็บเข้าคลังสินค้า ซึ่งฝ่ายวางแผนจะเป็นผู้ขอเบิกใช้วัตถุดิบแต่ละประเภทจากฝ่ายคลังสินค้า เพื่อจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน โดยจะมีฝ่ายผลิตและฝ่ายตรวจสอบคุณภาพดำเนินการสุ่มตรวจคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบอีกครั้งหนึ่งก่อนนำวัตถุดิบดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการผลิต เมื่อวัตถุดิบถูกส่งเข้ากระบวนการผลิตแล้ว ผู้ที่รับผิดชอบจะนำสาหร่ายมาดำเนินการปรับสภาพเพื่อให้เป็นไปตามคุณสมบัติที่กำหนดก่อน จากนั้นจึงนำสาหร่ายวัตถุดิบมาทอดในน้ำมัน แล้วโรยด้วยผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติที่ต้องการผลิต ขั้นตอนต่อไปจะนำสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงรสแล้วเข้าสู่เครื่องตัด เพื่อบรรจุใส่ซอง โดยควบคุมน้ำหนักให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด แล้วจึงเติมก๊าซไนโตรเจนลงไปใญ่ถุงและปิดปากถุงด้วยเครื่องจักร จากนั้นจะนำสินค้าที่บรรจุเสร็จเรียบร้อยแล้วขึ้นมาจากเครื่องเอ็กซ์เรย์ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของโลหะในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐาน HACCP สินค้าที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกนำไปบรรจุในถุงโพลีเอทิลีนแล้วจึงนำไปบรรจุรวมใส่กล่องและทำ



การปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบนแท่นรองรับบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดส่งไปยังคลังสินค้าสำเร็จรูป โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้าจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้าอีกครั้ง รวมถึง ตรวจสอบสภาพของตู้คอนเทนเนอร์และรถขนส่ง ว่าอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งานหรือไม่ จากนั้นฝ่ายคลังสินค้าจะลำเลียงสินค้าเข้าไปยังตู้คอนเทนเนอร์บรรทุกขนส่ง เพื่อจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าต่อไป

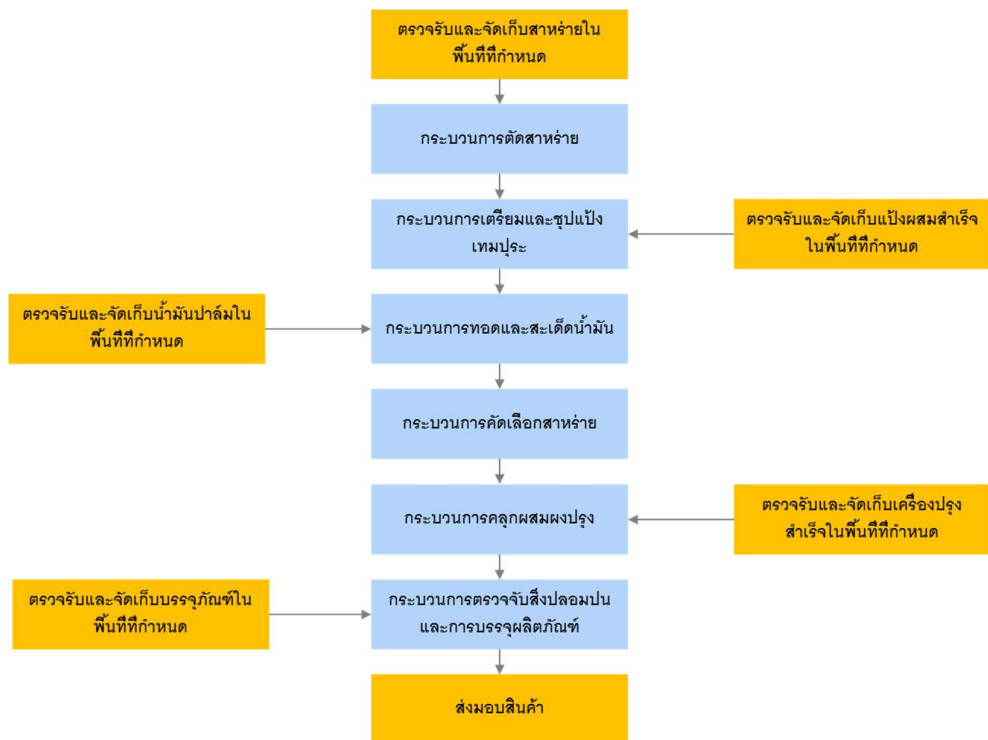
## 2. การผลิตสาหร่ายย่าง

ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสาหร่ายย่าง	รายละเอียดการผลิตสาหร่ายย่าง
1	รับวัตถุดิบเข้าสู่ระบบ	ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งปัจจัยการผลิตเข้าที่อาคารคลังสินค้า ทางคลังสินค้าทำการจัดเก็บในพื้นที่รอการตรวจสอบ
2	ตรวจสอบคุณภาพ	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบปัจจัยการผลิตที่รับเข้าตามแผนการสุ่มตัวอย่าง และตรวจสอบตามข้อกำหนดการรับเข้าปัจจัยการผลิต (Raw material specification)
3	จัดเก็บ	คลังสินค้าจะทำการจัดเก็บวัตถุดิบในชั้นที่กำหนดของแต่ละพื้นที่
4	เบิกวัตถุดิบเข้าโรงงาน	ฝ่ายวางแผนจะทำการเบิกวัตถุดิบ และฝ่ายคลังสินค้าจะจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน โดยจะมีฝ่ายผลิต (Production) และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบคุณภาพและจำนวนก่อนรับเข้าโรงงาน
5	เตรียมสาหร่ายดิบ โรยผงปรุงรด้วยเครื่อง	นำสาหร่ายมาโรยผงปรุงรด้วยเครื่องโรย
6	ย่างสาหร่าย	นำสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงร มาย่างในเตาย่าง
7	ตัดแผ่นสาหร่ายก่อนบรรจุ	นำแผ่นสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงรเข้าเครื่องตัด เพื่อบรรจุใส่ซองโดยควบคุมน้ำหนักผลิตภัณฑ์
8	บรรจุใส่ซอง	บรรจุสาหร่ายใส่ซอง ตามน้ำหนักตามที่กำหนด
10	ซีลซองพร้อมเติม Nitrogen gas	ปิดปากถุงด้วยเครื่องซีล พร้อมกับเติม Nitrogen gas โดยควบคุมปริมาณการเติมตาม Products specification (ผลิตภัณฑ์บางกลุ่มไม่เติม Nitrogen gas)
11	Metal detect by X-ray	ผ่านช่องสินค้าทั้งหมดเข้าเครื่อง X-Ray เพื่อตรวจหาการปนเปื้อนของโลหะ
12	บรรจุถุงโพล	ซองที่ผ่านเครื่อง X-Ray จะนำมาบรรจุถุงโพล
13	บรรจุใส่กล่อง	นำถุงโพลที่ซีลเรียบร้อยแล้ว ทำการบรรจุใส่กล่อง และทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบน pallet



ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสาหร่ายอย่าง	รายละเอียดการผลิตสาหร่ายอย่าง
14	เก็บในคลังสินค้าสำเร็จรูป	ส่งสินค้ามาที่พื้นที่คลังสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรับเข้าระบบ และจัดวางเพื่อรอการเบิกเพื่อจัดส่งต่อไป
15	ตรวจสอบคุณภาพ FG ก่อน Loading	ฝ่าย QA จะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้า ก่อนการ Load และมีการตรวจสอบสภาพตู้ Container ก่อนว่ามีสภาพพร้อมใช้งานหรือไม่
16	ขนส่ง	เมื่อสินค้าสำเร็จรูปผ่านการตรวจสอบแล้ว ทางฝ่ายคลังสินค้าจะทำการจัดส่งสินค้าเข้าตู้ Container เพื่อส่งให้ลูกค้า กรณีถ้าเป็นตู้สำหรับส่งออกจะมีการ Lock seal ตู้ให้เรียบร้อยก่อนปล่อยออก

### 3. การผลิตสาหร่ายเหมาปุระ



ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสาหร่ายทอดเหมาปุระ	รายละเอียดการผลิตสาหร่ายทอดเหมาปุระ
1	รับวัตถุดิบเข้าสู่ระบบ	ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งปัจจัยการผลิตเข้าที่อาคารคลังสินค้า ทางคลังสินค้าทำการจัดเก็บในพื้นที่รอการตรวจสอบ

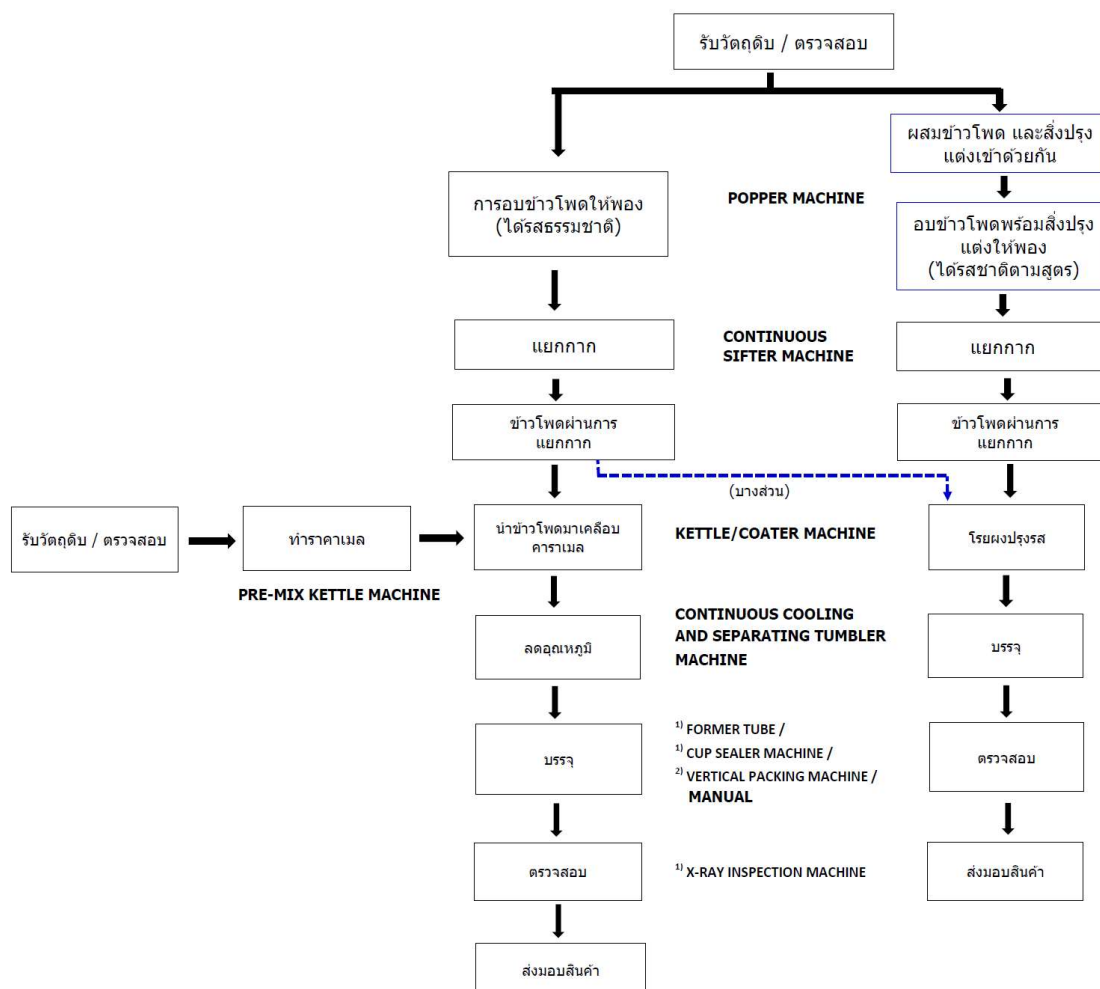


ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสำหรับทอดเหมประ	รายละเอียดการผลิตสำหรับทอดเหมประ
2	ตรวจสอบคุณภาพ	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบปัจจัยการผลิตที่รับเข้าตามแผนการสุ่มตัวอย่าง และตรวจสอบตามข้อกำหนดการรับเข้าปัจจัยการผลิต (Raw material specification)
3	จัดเก็บ	คลังสินค้าจะทำการจัดเก็บวัตถุดิบในชั้นที่กำหนดของแต่ละพื้นที่
4	เบิกวัตถุดิบเข้าโรงงาน	ฝ่ายวางแผนจะทำการเบิกวัตถุดิบและฝ่ายคลังสินค้าจะจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน โดยจะมีฝ่ายผลิต (Production) และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบและจำนวนก่อนรับเข้าโรงงาน
5	ตัดสาหร่ายดิบก่อนทอด	นำแผ่นสาหร่ายผ่านเครื่องตัด โดยการตัดแผ่นขึ้นตามมาตรฐานกำหนด
6	เตรียมแป้ง	ปั้นแป้ง และตรวจสอบโดยฝ่ายควบคุมคุณภาพ
8	ทอดสาหร่าย	พนักงานนำแผ่นสาหร่ายชุบด้วยแป้ง แล้วนำสาหร่ายที่ชุบแป้งแล้ว มาทำการทอดในน้ำมัน
9	สะเด็ดน้ำมันและคัดเลือกแผ่น	นำเหมประที่ทอดแล้วมาสะเด็ดน้ำมันและตรวจสอบคุณภาพ
10	คลุกผงปรุง	นำแผ่นสาหร่ายที่ผ่านการทอดแล้วเทลงในถังผสม และเทผงปรุงลงไปเพื่อคลุกด้วยผงปรุง
11	บรรจุใส่ซอง	บรรจุสาหร่ายใส่ซอง ตามน้ำหนักที่กำหนด
12	ซีลซองพร้อมเติม Nitrogen gas	ปิดปากถุงด้วยเครื่องซีล พร้อมกับเติม Nitrogen gas โดยควบคุมปริมาณการเติมตาม Products specification
13	Metal detect by X-ray	ผ่านช่องสินค้าเข้าเครื่อง X-Ray เพื่อตรวจหาการปนเปื้อนของโลหะ โดยสินค้าทุกซองต้องผ่านเครื่อง X-Ray ทั้งหมด
14	บรรจุถุงโหล	ซองที่ผ่านเครื่อง X-Ray จะนำมาบรรจุถุงโหล โดยควบคุมจำนวนและวิธีการบรรจุตาม Products specification
15	บรรจุใส่กล่อง	นำถุงโหลที่ซีลเรียบร้อยแล้ว ทำการบรรจุใส่กล่อง และทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบน pallet
16	เก็บในคลังสินค้าสำเร็จรูป	ส่งสินค้าที่จัดวางและตรวจสอบส่งมาที่พื้นที่คลังสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรับเข้าระบบ และจัดวางเพื่อรอการเบิกเพื่อจัดส่ง



ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสำหรับทอดเหมประ	รายละเอียดการผลิตสำหรับทอดเหมประ
17	ตรวจสอบคุณภาพ FG ก่อน Loading	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้า ก่อนการ Load และมีการตรวจสอบสภาพตู้คอนเทนเนอร์ ก่อนว่ามีสภาพพร้อมใช้งานหรือไม่
18	ขนส่ง	เมื่อสินค้าสำเร็จรูปผ่านการตรวจสอบแล้ว ทางฝ่ายคลังสินค้าจะทำการจัดส่งสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อส่งให้ลูกค้า กรณีถ้าเป็นตู้สำหรับส่งออกจะมีการ Lock seal ตู้ให้เรียบร้อยก่อนปล่อยออก

#### 4. กระบวนการผลิตข้าวโพดอบกรอบ



การผลิตข้าวโพดอบกรอบจะเริ่มจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งวัตถุดิบต่างๆ ในกระบวนการผลิต เช่น เมล็ดข้าวโพด ผงปรุงรส และบรรจุภัณฑ์ มายังอาคารคลังสินค้าของบริษัท เพื่อรอการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจวัตถุดิบที่ได้รับมาว่ามีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ของทางบริษัท หรือไม่ จากนั้นวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกจัดเก็บเข้าคลังสินค้า



ซึ่งฝ่ายวางแผนจะเป็นผู้ขอเบิกใช้วัตถุดิบแต่ละประเภทจากฝ่ายคลังสินค้า เพื่อจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน โดยจะมีฝ่ายผลิตและฝ่ายตรวจสอบคุณภาพดำเนินการสุ่มตรวจสอบคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบอีกครั้งหนึ่งก่อนนำวัตถุดิบดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการผลิตเมื่อวัตถุดิบถูกส่งเข้ากระบวนการผลิตแล้ว เมล็ดข้าวโพดจะถูกนำไปให้ความร้อนเพื่อให้พองตัวจากนั้น จะทำการแยกเมล็ดที่ไม่สมบูรณ์ออกและนำเมล็ดที่สมบูรณ์ ไปทำการ เคลือบ หรือ ผสมผงปรุง จากนั้นจึงทำการบรรจุ โดยควบคุมน้ำหนักให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดแล้วจึงเติมก๊าซไนโตรเจนลงไปในถุงและปิดปากถุงด้วยเครื่องจักร จากนั้นจะนำสินค้าที่บรรจุเสร็จเรียบร้อยทุกชิ้นมาผ่านเข้าเครื่องเอ็กซ์เรย์ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของโลหะในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐาน HACCP สินค้าที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกนำไปบรรจุในถุงโพลีแล้วจึงนำไปบรรจุรวมใส่กล่องและทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบนแท่นรองรับบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดส่งไปยังคลังสินค้าสำเร็จรูป โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้าจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้าอีกครั้ง รวมถึง ตรวจสอบสภาพของตู้คอนเทนเนอร์และรถขนส่งว่าอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งานหรือไม่ จากนั้นฝ่ายคลังสินค้าจะลำเลียงสินค้าเข้าไปยังตู้คอนเทนเนอร์บนรถขนส่ง เพื่อจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าต่อไป

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการบริหารจัดการกระบวนการผลิตที่สอดคล้องตามมาตรฐานสากล ทั้งในส่วนของนโยบายด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต เช่น ISO 9001:2008 HACCP GMP HALAL เป็นต้น รวมไปถึงการควบคุมดูแลให้กระบวนการผลิตของบริษัทฯ เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดแผนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับนโยบายการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อทำให้บริษัทฯ มั่นใจได้ว่า การบริหารจัดการในทุกส่วนงานจะเป็นไปเพื่อบรรลุเป้าหมายโดยรวมของทางบริษัทฯ

## **การจัดหาวัตถุดิบ**

### **1. สาหร่าย**

สาหร่ายเป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิตของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจากต่างประเทศเสนอราคาเข้ามาประมาณ 2 - 3 ราย จากนั้นบริษัทฯ จะเข้าทำสัญญาสั่งซื้อสาหร่ายจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายปี ซึ่งเงื่อนไขในสัญญาจะกำหนดระดับคุณภาพของสาหร่าย ราคา และปริมาณรวมทั้งปีของบริษัทฯ จะสั่งซื้อ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ที่ระบุปริมาณที่จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจัดส่งให้ในแต่ละครั้ง ก่อนที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะจัดส่งสาหร่ายให้แก่บริษัทฯ ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะนำตัวอย่างสาหร่ายส่งมาให้บริษัทฯ ตรวจสอบคุณภาพก่อนว่าเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนดไว้หรือไม่ หากตัวอย่างสาหร่ายที่ส่งมานั้นมีคุณสมบัติครบถ้วน บริษัทฯ จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจัดส่งสาหร่ายครั้งนั้นๆ มาให้แก่บริษัทฯ ซึ่งผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะให้ Credit Term แก่บริษัทฯ ประมาณ 45 - 60 วัน โดยปัจจุบันบริษัทฯ สั่งซื้อสาหร่ายจากผู้ผลิตและจำหน่ายในประเทศเกาหลีเป็นหลัก

### **2. น้ำมันปาล์ม**

การจัดหาทางผู้ขายดำเนินการส่งตัวอย่างมาให้ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ (Quality Assurance : QA) ทำการตรวจสอบคุณภาพเมื่อผลตรวจผ่าน จะให้ทำการเสนอราคาเปรียบเทียบราคา 2 - 3 รายขึ้นไป เมื่อคัดเลือกผู้ขายได้แล้วจะทำสัญญา ระบุราคาและจำนวนส่งมอบ โดยจะทำสัญญาล่วงหน้าเป็น ช่วงๆ ตามสถานการณ์ตลาด โดยเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ไปยังผู้ขาย ซึ่งในปัจจุบันทางบริษัทฯ มีการซื้อขายน้ำมันปาล์มกับผู้ขายรายใหญ่เพียงหนึ่งรายเท่านั้น เนื่องจากมีการเสนอราคาที่เหมาะสม และน้ำมันปาล์มที่ผ่านมีคุณภาพ โดยผู้ขายรายดังกล่าวให้ Credit Term แก่บริษัทฯ ประมาณ 30 วัน ด้านราคาน้ำมันปาล์มมีการปรับขึ้นลงตลอดระหว่างปีตามกลไกราคาตลาด ทางบริษัทฯ จึงมีการป้องกันความเสี่ยงจากการปรับราคา โดยใช้วิธีการทำสัญญาจองซื้อน้ำมันปาล์มในราคาที่เหมาะสม และอยู่ในเกณฑ์ที่ต้นทุนสินค้ารับได้ โดยสัญญาอาจมีอายุ 3 - 6 เดือน แล้วแต่สภาวะการปรับราคาในขณะนั้น



### 3. ผงปรุงรส

การจัดหาจะเริ่มจากกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product process) โดยทาง ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Research and Development :R&D) จะเป็นผู้ประสานงานกับผู้ขายในการพัฒนาผงปรุงรสให้เป็นไปตามสเปคและราคาตามที่ทางบริษัทฯ ต้องการ และให้ทางผู้ขายทำการยื่นราคาเป็นช่วงเวลา ในการสั่งซื้อจะสั่งตามความต้องการในแต่ละเดือนซึ่งปัจจุบันทางบริษัทฯ มีการสั่งซื้อสินค้าประเภทผงปรุงรสจากผู้ขายหลายแห่ง โดยมีการพิจารณาด้านคุณภาพเป็นหลัก และด้านราคาเป็นรอง สำหรับผงปรุงรสที่มีประเด็นเรื่องสูตรลับนั้นจะสั่งผลิตจาก NCP (บริษัทโนเคียว) ซึ่งเปิดกิจการมาเพื่อรองรับการผลิตผงปรุงรสให้กับบริษัทฯ ในการสั่งซื้อแต่ละครั้งจะเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ตามเงื่อนไข Lead Time ที่ผู้ขายแต่ละรายตั้งไว้ ซึ่งอยู่ในช่วงระยะเวลา 15 - 45 วัน

### 4. บรรจุภัณฑ์

การจัดหาทาง Supplier ดำเนินการส่งตัวอย่างมาให้ ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ (Quality Assurance : QA) ทำการตรวจสอบ เมื่อผลตรวจผ่านจะให้ทำการเสนอราคาเปรียบเทียบ 2 - 3 รายขึ้นไป เมื่อคัดเลือก supplier แล้วจะให้ทำการยื่นราคาเป็นช่วงเวลา และในการสั่งซื้อจะสั่งตามความต้องการในแต่ละเดือนซึ่งในปัจจุบันทางบริษัทฯ มีการสั่งซื้อสินค้าบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ซอง ม้วนฟิล์ม Box และลัง จากผู้ขายหลายราย เพื่อลดความเสี่ยงจากการส่งมอบบรรจุภัณฑ์ให้บริษัทฯ ไม่ทันตามกำหนด โดยการสั่งซื้อเป็นลักษณะการเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ตามเงื่อนไข Lead Time ที่ผู้ขายแต่ละรายตั้งไว้ ซึ่งอยู่ในช่วงระยะเวลา 15 - 45 วัน โดยผู้ขายจะให้ Credit Term แก่บริษัทฯ ประมาณ 30 - 60 วัน

### 5. วัตถุดิบหลักอื่น

การจัดหาทาง Supplier ดำเนินการส่งตัวอย่างมาให้ ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ (Quality Assurance : QA) ทำการตรวจสอบ เมื่อผลตรวจผ่านจะให้ทำการเสนอราคาเปรียบเทียบราคา 2 - 3 รายขึ้นไป เมื่อคัดเลือก supplier แล้วจะทำการยื่นราคาเป็นช่วงเวลา และดำเนินการสั่งซื้อตามความต้องการในแต่ละเดือน

### 6. การขนส่งสินค้า

ในส่วนของสินค้าสำเร็จรูป บริษัทฯ ได้ใช้บริการจากผู้ให้บริการขนส่งภายนอก (Outsource) เนื่องจากบริษัทฯ ต้องการให้การขนส่งสินค้าไปยังลูกค้ามีความถูกต้องครบถ้วน โดยมีหลักเกณฑ์การจัดหาและจัดจ้างบริษัทขนส่งภายนอกดังนี้

ขั้นตอนการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่ง บริษัทฯ ทำการเปิดให้มีการประมูลเป็นประจำทุกปี โดยใช้หลักเกณฑ์ คือ ต้นทุนค่าขนส่ง จำนวนรถใน Fleet ประเภทรถที่ให้บริการ ความครอบคลุมเส้นทางให้บริการ การประกันสินค้า รวมถึงการบริการและ Service mind ทั้งนี้ทางบริษัทฯ จะคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 3 - 4 ราย เพื่อบริหารความเสี่ยงในเรื่องการขนส่งสินค้า

สัญญาว่าจ้างขนส่ง ประกอบด้วย เอกสารสัญญา 2 ชุด (ต้นฉบับและคู่ฉบับ) และเอกสารแนบท้ายสัญญา (ใบราคาค่าเที่ยว) (ต้นฉบับและคู่ฉบับ) ทางบริษัทฯ จะเป็นผู้ดำเนินการออกสัญญาและสั่งให้ทางบริษัทขนส่งลงนามในสัญญา พร้อมกับเอกสารแนบท้ายสัญญาเป็นฝ่ายแรก และส่งกลับบริษัทฯ เพื่อให้ผู้มีอำนาจลงนามเป็นลำดับต่อไป หลังจากสัญญาและเอกสารแนบท้ายลงนามครบถ้วน ทั้ง 2 ฝ่าย ทางบริษัทขนส่งจะสามารถเริ่มให้บริการได้ อีกทั้งบริษัทฯ มีขั้นตอนในการจัดการเรื่องขนส่งสินค้า โดยคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยง และความถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้การขนส่งสินค้าสำเร็จรูปไปยังผู้บริโภคมีความถูกต้อง ครบถ้วน และตรงตามกำหนด



ในปี 2556 ถึง ปี 2558 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตรวม ดังต่อไปนี้

กำลังการผลิต (หน่วย: ตัน)	2556	2557	2558
<b>ผลิตภัณฑ์สำหรับ</b>			
<b>สำหรับทอด</b>			
- กำลังการผลิตเต็มที่	3,001	2,794	3,326
- การใช้กำลังการผลิต	2,680	2,508	2,723
<b>สำหรับย่าง</b>			
- กำลังการผลิตเต็มที่	990	915	1,758
- การใช้กำลังการผลิต	692	764	1,599
<b>สำหรับหมปุระ</b>			
- กำลังการผลิตเต็มที่	317	317	317
- การใช้กำลังการผลิต	201	146	129
<b>รวมผลิตภัณฑ์สำหรับ</b>			
- กำลังการผลิตเต็มที่	<b>4,309</b>	<b>4,026</b>	<b>5,401</b>
- การใช้กำลังการผลิต	<b>3,573</b>	<b>3,418</b>	<b>4,451</b>
- อัตราการใช้กำลังการผลิต	<b>83%</b>	<b>85%</b>	<b>82%</b>
<b>ผลิตภัณฑ์อื่นๆ</b>			
<b>ข้าวโพดอบกรอบ</b>			
- กำลังการผลิตเต็มที่	-	312	489
- การใช้กำลังการผลิต	-	205	133
<b>ผลิตภัณฑ์อื่นๆ (เช่น วุ้นนมผง)</b>			
- กำลังการผลิตเต็มที่	806	806	806
- การใช้กำลังการผลิต	148	102	127
<b>รวมผลิตภัณฑ์อื่นๆ</b>			
- กำลังการผลิตเต็มที่	<b>806</b>	<b>1,118</b>	<b>1,295</b>
- การใช้กำลังการผลิต	<b>148</b>	<b>307</b>	<b>260</b>
- อัตราการใช้กำลังการผลิต	<b>18%</b>	<b>27%</b>	<b>20%</b>
<b>รวม</b>			
- กำลังการผลิตเต็มที่	<b>5,114</b>	<b>5,143</b>	<b>6,696</b>
- การใช้กำลังการผลิต	<b>3,721</b>	<b>3,725</b>	<b>4,711</b>
- อัตราการใช้กำลังการผลิต	<b>73%</b>	<b>72%</b>	<b>70%</b>

หมายเหตุ : กำลังการผลิตเต็มที่คำนวณจากการทำงานอาทิตย์ละ 7 วัน (ไม่รวมวันหยุดนักขัตฤกษ์) วันละ 2 กะ กะละ 8 ชั่วโมง และมีช่วงเวลาอีกกะละ 2 ชั่วโมง แต่โดยปกติบริษัทฯ จะทำงานเพียงอาทิตย์ละ 6 วัน



## **ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการดำเนินงานอย่างมีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยตระหนักถึงความสำคัญในการป้องกันและควบคุมผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และได้ให้ความสำคัญในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ โดยการกำกับ ควบคุม ดูแล และปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อควบคุมให้ระดับมลภาวะต่างๆ อยู่ภายในเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ดังนี้

### 1. การบำบัดน้ำเสีย

ทางบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในส่วนดังกล่าวเนื่องจากทางบริษัทฯ ตระหนักว่าโรงงานตั้งอยู่ในพื้นที่เกษตรกรรมซึ่งน้ำเสียมีผลกระทบโดยตรงต่อชุมชน ทางบริษัทฯ จึงจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียและระบบหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อไม่ให้มีการทิ้งน้ำออกจากโรงงาน

### 2. การกำจัดกลิ่น

เนื่องจากทางบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตอาหารจึงอาจมีกลิ่นรบกวนชุมชนโดยรอบได้ ทางบริษัทฯ จึงได้มีการติดตั้งระบบกำจัดกลิ่นแบบเปียก เพื่อลดผลกระทบดังกล่าว

### 3. การกำจัดขยะมูลฝอย

ทางบริษัทฯ ได้มีการจัดการคัดแยกขยะและส่งให้แก่ผู้รับจ้างที่ได้รับอนุญาตดำเนินการกำจัดต่อไป

ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยมีข้อพิพาทหรือปัญหาเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด โดยจากการเข้าตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่โรงงานพวงศักรังล่าสุด พบว่า ผลการตรวจวัดดัชนีต่างๆ เป็นไปตามค่ามาตรฐานตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

## **2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ**

- ไม่มี -



### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

การลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทฯ ที่ออกและเสนอขายในครั้งนี้มีความเสี่ยง ก่อนการตัดสินใจลงทุน ผู้ลงทุนควรพิจารณาข้อมูลทั้งหมดที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้อย่างรอบคอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่างๆ ดังจะกล่าวต่อไปนี้อาจส่งผลกระทบต่อการลงทุนต่อกลุ่มบริษัทฯ รวมถึงปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ พิจารณาแล้วอาจเห็นว่าในปัจจุบันไม่มีผลกระทบต่อสาระสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ แต่ในอนาคตอาจกลายเป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนต่อกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงอื่นๆ ที่ไม่อาจทราบล่วงหน้าได้ ดังนั้น ผู้ลงทุนควรพิจารณาถึงปัจจัยความเสี่ยงอื่นนอกเหนือจากที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้เพื่อประกอบการตัดสินใจ

#### **ความเสี่ยงด้านการดำเนินธุรกิจ**

##### 1. ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่

วัตถุดิบหลักในการผลิตและจำหน่ายสายห่วยแปรรูป คือ สายห่วย ซึ่งบริษัทฯ สั่งซื้อสายห่วยดังกล่าวจากต่างประเทศเป็นหลัก อันประกอบไปด้วย ประเทศเกาหลี เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งประเทศเกาหลีเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกสายห่วยชั้นนำของโลก โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้สั่งซื้อสายห่วยจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศเกาหลีคิดเป็นสัดส่วนรวมอยู่ที่ประมาณมากกว่าร้อยละ 90 ของมูลค่าการสั่งซื้อสายห่วยทั้งหมดในแต่ละปี ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงสัดส่วนการสั่งซื้อสายห่วยจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบแต่ละรายพบว่า ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทฯ มียอดการสั่งซื้อสายห่วยจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายใหญ่ที่สุดคิดเป็นร้อยละ 59.55 และร้อยละ 67.57 ของมูลค่าการสั่งซื้อสายห่วยรวมทั้งหมด ตามลำดับ จึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจผลิตสายห่วยแปรรูปของบริษัทฯ มีความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ ซึ่งในกรณีที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสายห่วยไม่สามารถจัดหาสายห่วยให้แก่บริษัทฯ ตามปริมาณ ราคา และคุณภาพที่ต้องการได้ ย่อมส่งผลกระทบต่อดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางในการคัดเลือกผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบจากผู้ที่มีประสบการณ์ยาวนาน มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในตลาด และมีฐานะทางการเงินที่ดี การกระจายการสั่งซื้อสายห่วยจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสายห่วยแต่ละราย เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในตลาดรายอื่นๆ ที่ยังไม่ได้เป็นคู่ค้าของบริษัทฯ มาโดยตลอด ด้วยการนัดพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูล และไปเยี่ยมเยียนผู้ผลิตและจัดจำหน่ายดังกล่าวอยู่เป็นประจำ ซึ่งหากเกิดกรณีที่บริษัทฯ ประสบปัญหาจากคู่ค้าหลัก บริษัทฯ ก็สามารถสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายอื่นเข้ามาทดแทนได้โดยง่าย ดังนั้น มาตรการต่างๆ เหล่านี้จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ลงได้

##### 2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ขายสินค้าขนมขบเคี้ยวต่างๆ ของบริษัทฯ ให้กับร้านค้าปลีกรายใหญ่ในประเทศรายหนึ่งเป็นจำนวนมาก โดยบริษัทฯ มีรายได้จากการขายให้แก่ลูกค้ารายดังกล่าวเป็นจำนวน 604.59 ล้านบาท และ 570.78 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 39.39 และร้อยละ 34.19 ของรายได้จากการขายในประเทศ ในปี 2557 และปี 2558 ตามลำดับ ดังนั้นหากบริษัทฯ ต้องสูญเสียลูกค้ารายดังกล่าวไป อาจมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายนี้มาโดยตลอด โดยเป็นคู่ค้าของบริษัทฯ ตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจ อีกทั้ง บริษัทฯ ยังมีนโยบายที่จะลดระดับการพึ่งพิงลูกค้ารายดังกล่าว โดยกระจายการขายสินค้าไปยังลูกค้ากลุ่มอื่นๆ มากขึ้น



### 3. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงสินค้าที่เกี่ยวข้องจากสาหร่ายเป็นหลัก

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในปัจจุบันเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องจากสาหร่ายเป็นหลัก โดยรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทสาหร่ายของบริษัทฯ ในปี 2557 และปี 2558 มีจำนวน 2,547.36 ล้านบาท และ 3,354.40 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 94.52 และร้อยละ 95.85 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงหากกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ เปลี่ยนรสนิยมการบริโภคหรือหมดความนิยมในการบริโภคสาหร่าย ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียรายได้ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว โดยบริษัทฯ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนาซึ่งช่วยในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมถึงศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การสำรวจความชื่นชอบของผลิตภัณฑ์ใหม่ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนการขยายธุรกิจใหม่ภายใต้โมเดลธุรกิจ From Sea to Farm กล่าวคือการขยายสายการผลิต นอกเหนือไปจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสาหร่ายซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มาจากทะเล ไปสู่ผลิตภัณฑ์แปรรูปวัตถุดิบพืชผลทางการเกษตร ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดอบกรอบ “เก้าแก้วป๊อป” ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดคั่วสด “ท็อปคอร์น” เป็นต้น

### 4. ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่อสัญญาเช่าที่ดินที่สำนักงานพวงศ์

เนื่องจากสำนักงานพวงศ์ซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงงานของบริษัทฯ ตั้งอยู่บนที่ดินเช่าหลายแปลง หากบริษัทฯ ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าที่ดินดังกล่าวได้ไม่ว่าจะทุกแปลงหรือบางแปลง ก็อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หยุดชะงัก ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียรายได้และชื่อเสียง โดยปัจจุบัน บริษัทฯ ได้เจรจาต่ออายุสัญญาเช่าสำหรับที่ดินส่วนใหญ่ที่เป็นที่ดินผืนหลักที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของอาคาร 1 อาคาร 3 และอาคาร 4 เรียบร้อยแล้ว โดยผู้ให้เช่าได้ต่อสัญญาเช่าไปถึงปี 2563 รวมถึงให้ค้ำประกันการต่ออายุสัญญาอีกเป็นระยะเวลา 9 - 12 ปีนับจากปี 2563 สำหรับที่ดินส่วนที่เหลือนั้น มี 1 ผืนที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ (พื้นที่ตั้งของอาคาร 2) ซึ่งยังเหลืออายุสัญญาเช่าประมาณ 8 ปี ส่วนผืนอื่นๆ ที่เหลือจะใช้เป็นลานจอดรถและโรงอาหารของพนักงาน จึงยังไม่มีความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในระยะสั้นนี้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงในการต่อสัญญาเช่าดังกล่าวและอยู่ระหว่างการเจรจาทำสัญญาระยะยาวกับผู้ให้เช่ารายที่เหลือ อีกทั้งบริษัทฯ ยังอยู่ระหว่างการสร้างโรงงานแห่งที่สองขึ้นที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ ซึ่งคาดว่าจะสามารถดำเนินการเชิงพาณิชย์ได้ภายในปี 2559 และสามารถขยายเพิ่มเติมเพื่อรองรับกำลังการผลิตในอนาคตได้ ซึ่งหากมีความจำเป็นที่จะต้องย้ายโรงงานไปยังโรงงานที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ บริษัทฯ สามารถที่จะย้ายเครื่องจักรจากโรงงานพวงศ์ไปยังโรงงานโรจนะ ซึ่งมีพื้นที่เพียงพอที่จะรองรับส่วนการผลิตที่ย้ายมาได้ โดยสามารถปรับพื้นที่ให้รองรับในส่วนนี้ได้โดยง่าย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีที่ดินที่ลาดบัวหลวง ซึ่งหากมีความจำเป็นในการย้ายหรือขยายโรงงานเพิ่มเติม บริษัทฯ ก็สามารถพัฒนาที่ดินแปลงดังกล่าวให้เป็นโรงงานอีกแห่งได้ ภายในระยะเวลาประมาณ 6 เดือน โดยผู้บริหารคาดว่าจะใช้เงินลงทุนไม่เกิน 300 ล้านบาท ทำให้บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าสามารถลดความเสี่ยงจากผลกระทบในการไม่สามารถต่อสัญญาเช่าดังกล่าวได้ และความเสี่ยงดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ มากนัก

ทั้งนี้ หากสิ้นอายุสัญญาเช่าดังกล่าวแล้วกรรมสิทธิ์ในอาคารและส่วนต่อเติมอาคารจะตกเป็นของผู้ให้เช่า โดย บริษัทฯ ไม่มีภาระต้องรับผิดชอบค่ารั่วถอนอาคาร

### 5. ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต

ต้นทุนในการผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปของบริษัทฯ มาจากต้นทุนค่าสาหร่ายเป็นหลัก โดยในปี 2557 และปี 2558 ต้นทุนค่าสาหร่ายมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 37.30 และร้อยละ 35.93 ของต้นทุนการผลิตรวมในแต่ละปีตามลำดับ โดยจะเห็นได้ว่าต้นทุนสาหร่ายคิดเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง ซึ่งหากราคาของสาหร่ายที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตเปลี่ยนแปลงไปย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการ



ดำเนินงานของบริษัทฯ และท้ายที่สุดย่อมกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการปรับเพิ่มขึ้นของราคาสาหรัย

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยการเข้าทำสัญญาซื้อวัตถุดิบกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสาหรัย ซึ่งอายุสัญญาโดยทั่วไปจะอยู่ที่ประมาณ 1 ปี โดยรายละเอียดในสัญญาจะระบุราคา ปริมาณ และคุณภาพของสาหรัย ที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายต้องจัดส่งให้แก่บริษัทฯ ตลอดอายุสัญญา ทั้งนี้ หากราคาสาหรัยในตลาดสูงกว่าราคาที่ระบุไว้ในสัญญา บริษัทฯ ก็จะได้เปรียบจากการเข้าทำสัญญาดังกล่าวและมีต้นทุนอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่นที่สั่งซื้อสาหรัยในราคาตลาด ณ เวลาดังกล่าวนอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลภาวะตลาดกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอยู่เป็นประจำ ทำให้บริษัทฯ สามารถประเมินสถานการณ์และกำหนดราคาซื้อขายในสัญญาให้อยู่ในระดับที่ค่อนข้างเหมาะสม ซึ่งวิธีการต่างๆ เหล่านี้จะช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลักลงได้

## 6. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ปัจจุบันในตลาดสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวมีผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสาหรัยแปรรูปอยู่หลายราย เนื่องจากธุรกิจสาหรัยแปรรูปใช้เงินลงทุนเริ่มแรกไม่มากนัก และสามารถดำเนินงานได้ด้วยเทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันในตลาดได้โดยง่าย ทั้งในส่วนของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง โดยวางขายผลิตภัณฑ์ผ่านทางร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้าทั่วไป ซึ่งเป็นคู่แข่งทางตรงกับบริษัทฯ และผู้ผลิตและจำหน่ายที่ไม่ได้มีตราสินค้าเป็นของตนเอง โดยวางขายผลิตภัณฑ์ตามร้านค้าท้องถิ่นและงานแสดงสินค้าต่างๆ อีกทั้ง ลักษณะของผลิตภัณฑ์สาหรัยแปรรูปที่อยู่ในระดับเดียวกันค่อนข้างมีความคล้ายคลึงกัน จึงส่งผลให้การแข่งขันในตลาดมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความได้เปรียบทางการแข่งขันค่อนข้างมาก เนื่องจากบริษัทฯ ถือเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจสาหรัยแปรรูปรายแรกๆ ที่สามารถสร้างตราสินค้าของตนเองขึ้นมาได้จนเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมอย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตระหนักรู้และจดจำตราสินค้าของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ผู้บริโภคถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นลำดับต้นๆ เมื่อเทียบกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน ซึ่งท้ายที่สุดย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สาหรัยแปรรูปของผู้บริโภคแต่ละราย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดงบประมาณในการทำการตลาดแต่ละปี เพื่อประชาสัมพันธ์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ผ่านทางสื่อโฆษณาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสาร การเข้าไปร่วมเป็นผู้สนับสนุนการจัดคอนเสิร์ตศิลปินจากต่างประเทศ การจัดตั้งร้านกาแฟน้อยแลนด์ให้เป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคเพิ่มเติม และการจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคสามารถร่วมสนุกและลุ้นรับรางวัลกับทางบริษัทฯ ซึ่งนโยบายที่กล่าวมานี้จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันต่อไปในอนาคต ส่งเสริมให้บริษัทฯ รักษาฐานลูกค้าเดิมไว้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสนับสนุนให้บริษัทฯ ขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศออกไปในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งนโยบายต่างๆ เหล่านี้ ทำให้ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมของบริษัทฯ อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

## 7. ความเสี่ยงจากการดำเนินงานหยุดชะงักเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัย

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อาจหยุดชะงักได้ เนื่องจากกระบวนการผลิตเกิดปัญหา หรือทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจได้รับความเสียหาย หรือได้รับผลกระทบร้ายแรงจากภัยธรรมชาติและเหตุการณ์อื่นๆ เช่น เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง, อุบัติเหตุร้ายแรง, การก่อการร้าย เป็นต้น บริษัทฯ จึงได้วางแผนทางในการป้องกันและลดผลกระทบจากการดำเนินงานหยุดชะงักเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัย ด้วยการวิเคราะห์ความเสี่ยงในการผลิตทั้งกระบวนการและควบคุมดูแลด้านอาชีวอนามัยในบริเวณโรงงานให้เป็นอย่างดีเหมาะสม โดยมีการจัดตั้งตัวแทนฝ่ายบริหารระบบคุณภาพ (Quality Management Representative : QMR) เพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำและตรวจสอบตามกระบวนการบริหารคุณภาพ และควบคุมระบบคุณภาพให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งจัดให้มีการตรวจสอบอาคารโรงงานเป็นประจำทุกปี รวมถึงการทำ Big Cleaning เพื่อลดความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุสุดวิสัยดังกล่าวขึ้น



อย่างไรก็ตาม แนวทางดังกล่าวอาจไม่สามารถรองรับผลกระทบจากภัยธรรมชาติหรือเหตุสุดวิสัยอื่นที่อาจเกิดขึ้นได้ทั้งหมด ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้จัดให้มีกรมธรรม์ประกันภัยกับสถาบันประกันภัยที่มีฐานะการเงินที่มั่นคง และมีประสบการณ์ในการรับประกันภัย ให้แก่องค์กรธุรกิจต่างๆ ทั้งนี้ประเภทของการประกันภัยหลักที่บริษัทฯ จัดทำไว้ประกอบไปด้วย การประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินแบบพิเศษ ซึ่งครอบคลุมถึงความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยเนื่องมาจาก การปล้นทรัพย์สิน ภัยธรรมชาติหรือเหตุสุดวิสัยอื่นๆ และความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอกอันเป็นผลมาจากอุบัติเหตุจากการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งการประกันภัยคุ้มครองความรับผิดในการบริหารจัดการของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ จะได้รับค่าชดเชยหากเกิดเหตุดังกล่าวขึ้น จึงทำให้ความเสี่ยงจากการดำเนินงานหยุดชะงักเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัยของบริษัทฯ ลดลงได้

## ความเสี่ยงด้านการผลิต

### 1. ความเสี่ยงทางด้านแรงงาน

กระบวนการผลิตของบริษัทฯ จำเป็นต้องใช้แรงงานในหลายขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการทอด การย่าง การอบ และการบรรจุ ล้วนต้องอาศัยแรงงานในการดำเนินการทั้งสิ้น ดังนั้น จำนวนแรงงาน ประสิทธิภาพของแรงงาน และต้นทุนค่าแรงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ โดยตรง ทั้งนี้แรงงานส่วนใหญ่ของบริษัทฯ เป็นแรงงานต่างด้าวที่ไม่ได้มีถิ่นที่อยู่อาศัยในประเทศไทย ทำให้แรงงานเหล่านี้สามารถโยกย้ายจากสถานประกอบการแห่งหนึ่งไปอีกแห่งหนึ่งได้โดยง่าย ภายหลังจากที่บริษัทฯ ได้ฝึกหัดวิธีการทำงานให้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ส่งผลให้บริษัทฯ ต้องเผชิญความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานและสูญเสียแรงงานที่มีคุณภาพ ซึ่งทำให้บริษัทฯ ต้องสิ้นเปลืองเวลาในการจัดหาแรงงานและฝึกอบรมทักษะใหม่ อีกทั้ง ภาครัฐได้ออกนโยบายปรับเพิ่มอัตราค่าแรงขั้นต่ำอยู่เป็นระยะ ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าแรงอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการว่าจ้างบริษัทภายนอกให้เข้ามาทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการจัดหาแรงงานให้แก่บริษัทฯ เพื่อความสะดวกรวดเร็วและลดภาระของบริษัทฯ ในการจัดหาแรงงานรายวัน เนื่องจากแรงงานประเภทดังกล่าวมีอัตราการหมุนเวียนเข้าออกงานค่อนข้างสูง อีกทั้งบริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญในการจัดระบบและบริหารงานด้านบุคลากรให้เข้ามาดูแลรับผิดชอบ ประเมินผลและจ่ายค่าตอบแทนให้แก่แรงงานแต่ละส่วนร่วมกับหัวหน้างานฝ่ายต่างๆ โดยตรง เพื่อให้การจัดการด้านทรัพยากรบุคคลเป็นไปอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดอัตราค่าแรงให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ มีการให้สวัสดิการและผลตอบแทนที่จูงใจเพื่อให้สามารถจัดหาแรงงานใหม่เข้ามาร่วมงานกับบริษัทฯ และสามารถรักษาแรงงานที่มีฝีมือและประสบการณ์เอาไว้ได้ และยังมีกรมองหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต เช่น เครื่องจักรในการบรรจุ อุปกรณ์ควบคุมอุณหภูมิเตาทอด หรือการปรับสภาพแวดล้อมในการทำงานในสายการผลิต ดังนั้น บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่า มาตรการในการบริหารความเสี่ยงที่กล่าวมาในข้างต้น จะสามารถช่วยลดความเสี่ยงทางด้านแรงงานได้ในระดับหนึ่ง

### 2. ความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าคงคลัง

สินค้าคงคลังของบริษัทฯ ประกอบไปด้วยสินค้าสำเร็จรูป วัตถุดิบ และภาชนะบรรจุและหีบห่อเป็นหลัก ซึ่งสินค้าคงคลังเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการดูแลรักษาที่เหมาะสม และนำไปใช้ประโยชน์ภายในระยะเวลาอันสมควร มิฉะนั้นสินค้าคงคลังดังกล่าวอาจเสื่อมสภาพไปโดยไม่รู้ตัวได้แก่บริษัทฯ ทั้งนี้ในส่วนของสินค้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับแปรรูปที่ยังไม่ได้จัดจำหน่ายหรือจัดส่งออกไป ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีอายุของสินค้าจำกัดเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์อาหารประเภทอื่น โดยเฉลี่ยอายุของสินค้าจะอยู่ที่ประมาณ 1 - 2 ปี นับจากวันที่ผลิต หากบริษัทฯ ไม่สามารถจำหน่ายหรือจัดส่งสินค้าออกไปภายในช่วงเวลาดังกล่าว บริษัทฯ จะเสียโอกาสในการสร้างรายได้และมีภาระที่จะต้องนำสินค้าดังกล่าวไปทำลาย ซึ่งเป็นเหตุให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น สำหรับวัตถุดิบของบริษัทฯ นั้น เป็นสหราชอาณาจักรที่บริษัทฯ สั่งซื้อจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่มีสัญญาการซื้อขายระหว่างกัน โดยสหราชอาณาจักรเหล่านี้สามารถถนอม



คุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 1 ปี หากบริษัทฯ ไม่สามารถนำสาหร่ายดังกล่าวไปใช้ในกระบวนการผลิต สาหร่ายเหล่านั้นก็จะเสื่อมสภาพไปและไม่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจแก่บริษัทฯ ส่วนผงปรุงรสสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 6 เดือน นอกจากนี้ ในส่วนของภาชนะบรรจุและหีบห่อเหล่านั้นสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 12 เดือน และจำเป็นต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม หากเก็บไว้ในที่ที่มีความชื้นหรืออุณหภูมิสูงเกินไป ย่อมจะส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ดังกล่าวได้รับความเสียหายและไม่สามารถนำไปใช้งานได้ สำหรับสินค้าสำเร็จรูปในประเทศสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 6 เดือน ส่วนสินค้าสำเร็จรูปต่างประเทศสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 12 เดือน เนื่องจากต้องคำนึงถึงระยะทางและเวลาในการขนส่งไปยังปลายทาง ทำให้สินค้าสำเร็จรูปต่างประเทศต้องทำบรรจุภัณฑ์ให้คงสภาพอยู่ได้นานกว่า ดังนั้น กล่าวโดยรวมได้ว่า บริษัทฯ เผชิญความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าคงคลัง โดยหากมีการตั้งค่าเผื่อการต่อจ่ายสินค้าคงเหลือ ย่อมส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิของบริษัทฯ ลดต่ำลง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้วางนโยบายบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่เป็นระบบและรัดกุม เพื่อป้องกันและลดความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าว โดยในส่วนของสินค้าสำเร็จรูปและวัตถุดิบนั้น บริษัทฯ จะมีการประเมินความต้องการของตลาดและวางแผนการผลิต เพื่อให้สามารถกำหนดช่วงเวลาและปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบได้อย่างเหมาะสมและนำไปใช้ในกระบวนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีวัตถุดิบคงเหลือสำหรับกระบวนการผลิตมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น รวมทั้ง ช่วยให้บริษัทฯ มีปริมาณสินค้าสำเร็จรูปที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และระบายสินค้าออกไปได้อย่างทันทั่วทั้ง สำหรับภาชนะบรรจุและหีบห่อ นั้น บริษัทฯ กำหนดให้มีการจัดเก็บอย่างเป็นระเบียบในคลังสินค้าที่มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก เพื่อไม่ให้อุณหภูมิในคลังสินค้าสูงจนเกินไป และจัดให้มีการตรวจสอบสภาพความชื้นอยู่เป็นประจำ ดังนั้น การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างรอบคอบและควบคุมให้เป็นไปตามแผนงานนั้นย่อมที่จะช่วยลดความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าคงคลังของบริษัทฯ ลงได้

### 3. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพในการผลิต

กระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการประสบความสำเร็จทางธุรกิจของบริษัทฯ ในการดำเนินการผลิตของบริษัทฯ นั้น จำเป็นต้องอาศัยแรงงานเป็นหลักเกือบทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นการทอด การย่าง การโรยผงปรุงรส การทาซอส และการบรรจุ ซึ่งการใช้แรงงานคนในการผลิตนั้นมีโอกาสที่จะเกิดของเสียได้ง่ายขึ้นขึ้นอยู่กับความสามารถของพนักงานแต่ละคน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำเทคโนโลยีเครื่องจักรมาใช้ประกอบในขั้นตอนของการลำเลียงและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งต้องได้รับการควบคุมดูแลจากพนักงานผู้มีความรู้ความชำนาญในการใช้เครื่องจักรดังกล่าวเป็นอย่างดี เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดหรืออุบัติเหตุจากการใช้เครื่องมือเครื่องจักรดังกล่าว ทั้งนี้หากแรงงานหรือพนักงานในส่วนงานใดส่วนงานหนึ่งไม่สามารถรับผิดชอบงานได้ตามปกติหรือไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตและการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ได้

ดังนั้น บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมพนักงานเข้าใหม่ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง เพื่อลดความเป็นไปได้ที่จะเกิดของเสียขึ้นในสายการผลิต และมีการกำหนดค่าตอบแทนตามผลการดำเนินงานเป็นรายบุคคล เพื่อเป็นแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานกันอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งได้ว่าจ้างพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรเข้ามารับผิดชอบในส่วนงานดังกล่าว เพื่อให้บริษัทฯ สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะผลิตสินค้าได้ตามคุณภาพปริมาณที่ต้องการ นอกจากนี้ การซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรให้พร้อมต่อการใช้งานอยู่เสมอถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตโดยตรง บริษัทฯ จึงได้ว่าจ้างพนักงานที่มีความรู้ทั้งด้านการช่างให้เข้ามาเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการในการซ่อมบำรุงรักษาทั่วไปให้แก่บริษัทฯ รวมถึง ได้จัดให้มีการตรวจสอบการใช้งานของอุปกรณ์การผลิตต่างๆ ตามระยะเวลาที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ และจัดให้มีการบำรุงรักษาตามตารางบำรุงรักษาเป็นประจำ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการปฏิบัติการในแต่ละส่วนงานของฝ่ายผลิตจะสามารถบรรลุผลตามเป้าหมาย และเป็นไปตามเกณฑ์การวัดประสิทธิภาพของโรงงาน ซึ่งการดำเนินการตามวิธีการต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยควบคุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการผลิตของบริษัทฯ ให้อยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ



## ความเสี่ยงด้านการเงิน

### 1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ ต้องเผชิญความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากบริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบประเภทสาหร่ายจากต่างประเทศและจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ในสัญญาสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ และสัญญาส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศส่วนใหญ่จะกำหนดไว้เป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ โดยในปี 2557 และปี 2558 บริษัทฯ มีสัดส่วนต้นทุนการซื้อสาหร่ายต่างประเทศซึ่งใช้เงินตราต่างประเทศในการซื้ออยู่ที่ร้อยละ 22.39 และร้อยละ 22.61 ของยอดขายรวมตามลำดับ ในขณะที่ยอดขายที่เป็นเงินตราต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.56 และร้อยละ 25.11 ของยอดขายรวมตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทฯ ได้มีการกำหนดราคาส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศบางส่วนเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ เช่นเดียวกับราคาสั่งซื้อวัตถุดิบ ดังนั้น ในกรณีที่ค่าเงินบาทแข็งขึ้นย่อมส่งผลให้ส่วนหนึ่งของรายได้จากการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีจำนวนลดลง ขณะเดียวกันต้นทุนค่าสาหร่ายที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทฯ ก็จะลดลงไปด้วย และในทางกลับกัน กรณีที่ค่าเงินบาทอ่อนตัวจะทำให้รายได้จากการขายและต้นทุนค่าวัตถุดิบประเภทสาหร่ายปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ การที่ต้นทุนค่าวัตถุดิบประเภทสาหร่าย และราคาจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถรักษาอัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการดำเนินงานธุรกิจให้มีเสถียรภาพได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ใช้เครื่องมือทางการเงินในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวรวมด้วย เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยได้เข้าทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับสถาบันการเงินภายในประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุสัญญาไม่เกิน 1 ปี โดยวิธีการดังกล่าวสามารถช่วยลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้ในระดับหนึ่ง และส่งผลให้ความเสี่ยงดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

### 2. ความเสี่ยงจากการชำระคืนเงินกู้ยืม

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการจัดหาเงินทุนบางส่วนมาจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และจากการออกตั๋วแลกเงิน เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจตามปกติและลงทุนในโครงการใหม่ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินรวมทั้งสิ้น 332.06 ล้านบาท ซึ่งเป็นเงินกู้ยืมระยะสั้น 290.16 ล้านบาท และเงินกู้ยืมระยะยาว 41.90 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการระดมทุนในรูปแบบของตั๋วแลกเงินอีก 49.56 ล้านบาท ส่วน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินรวมทั้งสิ้น 377.15 ล้านบาท ซึ่งเป็นเงินกู้ยืมระยะสั้น 264.70 ล้านบาท และเงินกู้ยืมระยะยาว 112.45 ล้านบาท ซึ่งภาระหนี้สินดังกล่าวทำให้บริษัทฯ จำเป็นที่จะต้องรักษาสภาพคล่องให้เพียงพอที่จะสามารถชำระคืนเงินต้นได้ตรงตามที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ยืม และตั๋วแลกเงิน เพื่อไม่ให้เกิดการชำระคืนเงินกู้ยืมดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ สัญญาเงินกู้ยืมเงินระหว่างบริษัทฯ กับสถาบันการเงินแต่ละรายได้กำหนดให้บริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่างๆ เช่น การดำรงอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio) อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) เป็นต้น ทั้งนี้ หากบริษัทฯ ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดดังกล่าวได้ จะส่งผลให้เจ้าหนี้เงินกู้สามารถเรียกเก็บดอกเบี้ยในอัตราดอกเบี้ยผิดเงื่อนไข กำหนดเงื่อนไขอื่นใดเพิ่มเติม หรืออาจดำเนินการยึดหลักประกันของบริษัทฯ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดดังกล่าวมาโดยตลอด โดยสัญญาเงินกู้ของบริษัทฯ มีข้อกำหนดให้อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่คำนวณจากงบการเงินเฉพาะกิจการประจำปีของบริษัทฯ ไม่เกิน 3.5 เท่าในปี 2557 และไม่เกิน 3.0 เท่าในปี 2558 เป็นต้นไป โดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ อยู่ที่ 2.33 เท่า ณ สิ้นปี 2557 และ 0.51 เท่า ณ สิ้นปี 2558 จึงเป็นไปตามข้อกำหนดของสัญญาเงินกู้ อีกทั้งสัญญาเงินกู้ยังกำหนดให้อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ที่คำนวณจากงบการเงินเฉพาะกิจการประจำปีของบริษัทฯ ไม่น้อยกว่า 1.5 เท่าอีกด้วย โดยอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ของ



บริษัทฯ อยู่ที่ 10.06 เท่าในปี 2557 และ 44.75 เท่า ในงวดปี 2558 จึงเป็นไปตามข้อกำหนดของสัญญาเงินกู้เช่นกันนอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายในการบริหารกระแสเงินสดที่รัดกุม เพื่อรักษาความสามารถในการชำระหนี้ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งสามารถช่วยลดความเสี่ยงจากการชำระคืนหนี้เงินกู้ยืมของบริษัทฯ ได้ รวมทั้งพยายามรักษาความสัมพันธ์อันดีกับสถาบันการเงินต่างๆ และนักลงทุนที่เข้าลงทุนในตั๋วแลกเงินของบริษัทฯ ไปด้วยต่อเนื่อง จากการที่บริษัทฯ ดำเนินมาตรการต่างๆ ที่กล่าวมาในข้างต้น บริษัทฯ เชื่อว่าจะทำให้ความเสี่ยงจากการชำระคืนหนี้เงินกู้ยืมของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ในระดับต่ำ

### **ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์**

#### 1. ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2558 กลุ่มพีระเดชาพันธ์ถือหุ้นในบริษัทฯ จำนวน 1,020 ล้านหุ้น คิดเป็นร้อยละ 73.91 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวจะทำให้กลุ่มพีระเดชาพันธ์สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องในกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่กลุ่มนี้เสนอให้ที่ประชุมพิจารณา

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้แต่งตั้งกรรมการอิสระรวมจำนวน 3 ท่าน จากคณะกรรมการรวมทั้งสิ้น 8 ท่าน โดยปัจจุบันทั้ง 3 ท่าน ได้เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบ ซึ่งคอยทำหน้าที่เข้าตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทฯ ดังนั้นจึงมีการถ่วงดุลอำนาจในการบริหารจัดการในระดับที่เหมาะสม เพื่อความโปร่งใสของการบริหารจัดการและเพื่อให้มีระบบที่สามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีฝ่ายตรวจสอบภายในที่ปฏิบัติงานเป็นอิสระตามความเหมาะสมและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่หลักในการดูแลระบบการควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายใน



## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### 4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 และ 31 ธันวาคม 2558 ประกอบไปด้วย ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เป็นหลัก ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีทั้งสิ้น 391.33 ล้านบาท และ 549.60 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีไว้เพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ เป็นสำคัญ ทั้งนี้ รายละเอียดของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของกลุ่มบริษัทฯ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2557 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2558 (ล้านบาท)	กรรมสิทธิ์	ภาวะผูกพัน
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน				
1.1. สำนักงานเมืองทองธานี ที่ดินเนื้อที่ประมาณ 88 ตารางวา ตั้งอยู่ที่เมืองทองธานี	5.42	5.42	เป็นเจ้าของ	มี <sup>1</sup>
1.2. โรงงานที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ ที่ดินเนื้อที่ประมาณ 18 ไร่ ตั้งอยู่ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ	58.58	63.98	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
1.3. โกดังที่เทพพนม ที่ดินเนื้อที่ประมาณ 300 ตาราง วา ตั้งอยู่ที่ ซอยเทพพนม นนทบุรี	10.50	10.50	เป็นเจ้าของ	มี <sup>2</sup>
1.4. สิทธิในการใช้สินทรัพย์ <sup>3</sup>	1.24	1.02	เช่า	ไม่มี
<b>รวม</b>	<b>75.74</b>	<b>80.92</b>		
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร				
2.1. อาคารที่สำนักงานเมืองทองธานี	40.40	44.19	เป็นเจ้าของ	มี <sup>4</sup>
2.2. อาคารที่สำนักงานนนทบุรี	66.66	98.88	เป็นเจ้าของบนที่ดินเช่า <sup>5</sup>	ไม่มี
2.3. อาคารโกดังที่เทพพนม	2.18	2.06	เป็นเจ้าของ	มี <sup>2</sup>
2.4. อาคารโกดังที่บางบัวทอง	1.42	1.33	เป็นเจ้าของบนที่ดินเช่า <sup>5</sup>	ไม่มี
<b>รวม</b>	<b>110.66</b>	<b>146.45</b>		
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	106.29	103.54	เป็นเจ้าของ	มี <sup>6</sup>



ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2557 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2558 (ล้านบาท)	กรรมสิทธิ์	ภาวะผูกพัน
4. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้ สำนักงาน	39.44	33.50	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
5. ยานพาหนะ	14.28	16.22	เป็นเจ้าของ	มี
6. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและ ก่อสร้าง	44.91	168.98	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
<b>รวมมูลค่าทรัพย์สินถาวร - สุทธิ</b>	<b>391.33</b>	<b>549.60</b>		

- หมายเหตุ:
- ที่ดินที่เมืองทองธานี มีภาระค้ำประกันวงเงินกู้กับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง เป็นวงเงินจำนวน 26.35 ล้านบาท
  - โกดังที่เทพพนม มีภาระค้ำประกันวงเงินกู้กับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง เป็นวงเงินจำนวน 10.00 ล้านบาท
  - สิทธิในการใช้สินทรัพย์ หมายถึง การบันทึกค่าถมที่ดินที่เช่าเพื่อเป็นที่ตั้งสำนักงานพวงศ์
  - อาคารที่สำนักงานเมืองทองธานี ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีมูลค่า ล้านบาท มีภาระค้ำประกันวงเงินกู้กับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง เป็นวงเงินจำนวน 26.35 ล้านบาท
  - เมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดลง กรรมสิทธิ์ในอาคารดังกล่าวจะตกเป็นของผู้ให้เช่า
  - เครื่องจักรและอุปกรณ์ของบริษัทฯ มีภาวะผูกพันตามสัญญาเงินกู้และสัญญาเช่าทางการเงิน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผู้ถือครอง	หลักประกัน	วงเงิน
บริษัท แพคตอรี แอนด์ อีควิปเม้นท์ กลีกรไทย จำกัด (KF&E)	Seaweed side packing & cartoning	16.97 ล้านบาท
	Syrup Coating System & Finish Dryer APD-200	6.79 ล้านบาท
	OMORI Super wrapper model:S-5600A-BX	23.51 ล้านบาท

### อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 และ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีที่ 39.75 ล้านบาท โดยมูลค่าดังกล่าวเป็นเงินลงทุนในที่ดินซึ่งตั้งอยู่ที่ตำบลหลักชัย อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. เครื่องหมายการค้า



บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายขนมขบเคี้ยวให้แก่ลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้เครื่องหมายการค้าในการดำเนินธุรกิจดังนี้

#### เครื่องหมายการค้าในประเทศ

เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2558 บริษัทฯ ได้ทำสัญญาโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้าในประเทศ จำนวน 64 เครื่องหมาย ที่ถือครองโดย นายอิทธิพัทธ์ พิระเดชาพันธ์ และ ณ วันที่ 17 เมษายน 2558 บริษัทฯ ได้ยื่นคำขอจดทะเบียนโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้าแล้ว อยู่ระหว่างรอการอนุมัติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเครื่องหมายการค้าที่โอนสิทธิ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 เครื่องหมายการค้าในประเทศไทย ที่ นายอิทธิพัทธ์ พิระเดชาพันธ์ ได้ยื่นคำขอ ณ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และได้รับการจดทะเบียนเรียบร้อยแล้ว จำนวนทั้งสิ้น 35 เครื่องหมาย

1.2 เครื่องหมายการค้าในประเทศไทย ที่ นายอิทธิพัทธ์ พิระเดชาพันธ์ ได้ยื่นคำขอ ณ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ แต่ยังไม่ได้รับการจดทะเบียน จำนวนทั้งสิ้น 29 เครื่องหมาย

นอกจากตราสินค้าที่จะได้รับโอนจากคุณอิทธิพัทธ์ข้างต้น บริษัทฯ ยังเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าอื่นๆ ที่ได้ยื่นคำขอ ณ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และได้รับการจดทะเบียนเรียบร้อยแล้ว จำนวนทั้งสิ้น 3 เครื่องหมาย และยังเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าอื่นๆ ที่ได้ยื่นคำขอ ณ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์แล้ว แต่ยังไม่ได้รับการจดทะเบียน จำนวนทั้งสิ้น 9 เครื่องหมาย

#### เครื่องหมายการค้าต่างประเทศ

บริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ พร้อมรูปภาพเครื่องหมายการค้าในแบบต่างๆ ในประเทศต่างๆ ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเครื่องหมายการค้าบางส่วนได้ได้รับการจดทะเบียนเรียบร้อยแล้ว และยังมีบางส่วนยังอยู่ระหว่างการยื่นคำขอ โดยได้จดทะเบียนไว้จำนวน 21 ประเทศ

## 2. สัญญาหลักที่ใช้ในการดำเนินงานปัจจุบัน

### 2.1 สัญญาซื้อวัตถุดิบสาหร่ายอบแห้ง

คู่สัญญา	ผู้ขาย : ผู้ผลิตและจำหน่ายสาหร่ายอบแห้งในต่างประเทศ ผู้ซื้อ : บริษัทฯ
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	<ul style="list-style-type: none"><li>• ผู้ขายตกลงที่จะขายและผู้ซื้อตกลงที่จะซื้อสาหร่ายเกาหลีอบแห้งตามขนาด น้ำหนัก จำนวน และราคาที่ตกลงไว้ในสัญญา</li><li>• ผู้ขายจะจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อเป็นรายเดือน โดยผู้ซื้อจะแจ้งตารางการส่งมอบและปริมาณสินค้าที่ต้องการในแต่ละครั้งให้ผู้ขายทราบในช่วงต้นเดือนของทุกเดือน</li><li>• ผู้ขายจะต้องจัดส่งตัวอย่างสินค้าที่จะส่งมอบในแต่ละครั้งให้แก่ผู้ซื้อ เพื่อให้ผู้ซื้อนำไปตรวจสอบและแจ้งยืนยันหรือปฏิเสธการรับสินค้างวดดังกล่าวแก่ผู้ขาย</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้ซื้อจะต้องจัดให้มีการตรวจสอบสินค้าที่ได้รับแต่ละครั้งภายในระยะเวลาที่เหมาะสม</li> <li>• ในกรณีที่พบว่าสินค้าที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขภายใน 60 วัน หลังจากการส่งมอบ ผู้ซื้อจะตกลงเจรจากับผู้ขายอีกครั้ง ถึงการจัดการสินค้าดังกล่าว เช่น เจริญขอส่วนลดหรือเคลมสินค้า เป็นต้น</li> </ul>
อายุสัญญา	นับตั้งแต่วันที่คู่สัญญาทั้ง 2 ฝ่าย ลงนามในสัญญาจนถึงวันที่การจัดส่งสินค้าและการชำระเงินเสร็จสมบูรณ์

## 2.2 สัญญาขายสินค้าภายในประเทศ

คู่สัญญา	<p>ผู้ขาย : บริษัทฯ</p> <p>ผู้ซื้อ : ผู้จัดจำหน่ายในประเทศ</p>
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้ขายตกลงว่าจะขายและจัดส่งผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทยให้แก่ผู้จัดจำหน่าย</li> <li>• ผู้จัดจำหน่ายตกลงว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ขายเพียงแห่งเดียว และจะขายผลิตภัณฑ์ต่อไปให้แก่วงการค้าภายในประเทศไทย โดยจะไม่ขายผลิตภัณฑ์ให้แก่บุคคลใดนอกประเทศไทย หรือขายให้แก่บุคคลใดในประเทศไทยที่ผู้จัดจำหน่ายทราบว่าจะมีความตั้งใจจะขายผลิตภัณฑ์นอกประเทศไทย</li> <li>• คู่สัญญามีสิทธิร่วมกันตกลงให้เพิ่มหรือยกเลิกผลิตภัณฑ์ออกจากรายการที่ระบุไว้ในสัญญา</li> <li>• ผู้จัดจำหน่ายมีหน้าที่จะต้องรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่นใดที่ผู้ขายมีความประสงค์จะให้จัดจำหน่ายภายในประเทศ โดยมีเงื่อนไขว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นจะต้องอยู่ในสายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ของผู้จัดจำหน่าย</li> <li>• ผู้จัดจำหน่ายจะต้องรับผิดชอบการขาย การส่งเสริมการขาย การจัดวางสินค้า การครอบคลุมพื้นที่จัดจำหน่าย และการเก็บรักษาสินค้า รวมทั้งจัดส่งรายงานการขายและข้อมูลอื่นๆ ตามที่ผู้ขายร้องขอ</li> <li>• ผู้ขายจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายสำหรับการโฆษณาและส่งเสริมการขาย รวมทั้งค่าใช้จ่ายและต้นทุนการตลาดทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์</li> </ul>
อายุสัญญา	1 ปี และขยายเวลาออกไปโดยอัตโนมัติครั้งละ 1 ปี จนกว่าคู่สัญญาฝ่ายใดจะได้ออกกล่าวให้ผู้สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบความประสงค์ที่จะไม่ต่ออายุสัญญาเป็นเวลาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนวันครบกำหนดเวลาที่ต่ออายุสัญญา
การยกเลิกสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>• คู่สัญญาฝ่ายใดมีหนี้สินล้นพ้นตัวหรือตกเป็นบุคคลล้มละลาย เลิกบริษัท หรือชำระบัญชี หรือกระทำความผิดสัญญานี้ หรือไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ของตนตามสัญญานี้ และไม่ทำการแก้ไขการผิดสัญญาหรือไม่ปฏิบัติตามหน้าที่นั้น</li> </ul>



	<p>ให้เสร็จสิ้นภายใน 30 วัน หลังจากได้รับหนังสือร้องเรียนจากคู่สัญญาอีกฝ่าย คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งมีสิทธิบอกลีกสัญญาได้ทันที</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเป็นลายลักษณ์อักษรที่จะยกเลิกสัญญา</li> </ul>
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ราคาผลิตภัณฑ์ที่ผู้ขายจะส่งไปแจ้งหนี้ถึงผู้จัดจำหน่ายให้เป็นไปตามราคาที่มิผลอยู่ในเดือนที่มีการเบิกผลิตภัณฑ์จากกองสินค้าของผู้ผลิตเพื่อขายให้แก่ลูกค้า</li> <li>• ผู้ผลิตจะต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาให้ผู้จัดจำหน่ายทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 2 เดือน</li> <li>• ผู้จัดจำหน่ายจะต้องชำระเงินให้แก่ผู้ขายภายใน 60 วัน นับจากวันสุดท้ายของสัปดาห์ตามใบแจ้งหนี้ของผู้ขาย</li> </ul>

### 2.3 สัญญาขายสินค้าในต่างประเทศ

คู่สัญญา	<p>ผู้ขาย : บริษัทฯ</p> <p>ผู้ซื้อ : ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ</p>
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้ซื้อจะมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการจำหน่ายและทำการตลาดให้แก่สินค้าของบริษัทฯ ภายในประเทศที่ระบุไว้ในสัญญา</li> <li>• ผู้ซื้อจะต้องจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในแต่ละปีให้ได้ตามมูลค่าที่ระบุไว้ในสัญญา ซึ่งมูลค่าดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นในแต่ละปี</li> <li>• ผู้ซื้อจะต้องไม่เป็นผู้จัดจำหน่ายให้แก่สินค้าอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสินค้าของบริษัทฯ และต้องไม่ให้ความช่วยเหลือหรือให้บริการคำปรึกษาแก่บุคคลที่สามในเรื่องที่เกี่ยวกับการกระจายหรือจำหน่ายสินค้าอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสินค้าของบริษัทฯ</li> <li>• ผู้ขายจะต้องไม่นำเข้าสินค้าเข้าไปยังประเทศที่ระบุไว้ในสัญญาโดยเจตนาและจะต้องใช้ความพยายามสูงสุดในการป้องกันและแก้ไขในกรณีที่มีการนำเข้ามาสินค้าเข้าไปยังประเทศดังกล่าว</li> <li>• การทำการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญจะต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ขายก่อน โดยผู้ขายจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการทำการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวที่ได้รับอนุญาตเป็นที่เรียบร้อยแล้ว</li> <li>• ผู้ขายจะช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและการส่งเสริมการขายให้แก่ผู้ซื้อ รวมทั้งค่าธรรมเนียมบางส่วนที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ซื้อนำสินค้าของบริษัทฯ เข้าไปจำหน่ายในร้านค้าปลีกตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา</li> </ul>
อายุสัญญา	<p>3 ปี และอายุสัญญาจะถูกต่อออกไปโดยอัตโนมัติอีก 1 ปี หากไม่มีคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแจ้งความประสงค์ที่จะไม่ต่ออายุสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรให้แก่คู่สัญญาอีกฝ่ายทราบล่วงหน้า 90 วันก่อนถึงวันครบกำหนดสัญญา ทั้งนี้ หากการ</p>



	สิ้นสุดของสัญญาดังกล่าวเกิดจากผู้ขายยกเลิกสัญญาเนื่องด้วยสาเหตุจากทางผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะต้องรับผิดชอบค่าเสียหายที่เกิดขึ้นโดยคำนวณจากกำไรที่จะได้จากยอดขายทั้งปีในปีก่อนหน้าที่จะถูกยกเลิกสัญญา
การยกเลิกสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งทำผิดเงื่อนไขในสัญญา หรือไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญา หรือถูกยึดทรัพย์ หรือถูกบังคับคดี หรือล้มละลาย หรือระงับการดำเนินธุรกิจ</li> <li>ในกรณีที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาได้เกินกว่า 30 วัน เนื่องด้วยประเด็นทางกฎหมาย สัญญาจะถือเป็นอันสิ้นสุดลงเมื่อครบกำหนดช่วงระยะเวลา 30 วันดังกล่าว</li> </ul>
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	<ul style="list-style-type: none"> <li>ราคาของสินค้าที่ผู้ขายจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อถูกกำหนดให้คงที่ภายในระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือนนับจากวันลงนามในสัญญา และในกรณีที่ต้นทุนในการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น ผู้ขายจะต้องแจ้งเปลี่ยนแปลงราคาเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ซื้อทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือน</li> <li>ผู้ซื้อจะต้องชำระเงินให้แก่ผู้ขายเต็มจำนวนสำหรับการสั่งซื้อแต่ละครั้งตามจำนวนเงินที่ระบุไว้ในใบเรียกเก็บเงินด้วยวิธีการที่กำหนดไว้ในสัญญาก่อนที่จะขนถ่ายสินค้าเพื่อจัดส่งไปยังผู้ซื้อ</li> <li>ในกรณีที่ผู้ซื้อปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาอย่างเคร่งครัด ผู้ขายอาจพิจารณาให้เงื่อนไขในการชำระหนี้ทางการค้า (Credit term)</li> </ul>

#### 2.4 สัญญาเช่าที่ดิน

คู่สัญญา	<p>ผู้เช่า : บริษัทฯ</p> <p>ผู้ให้เช่า : บุคคลธรรมดาหลายบุคคล</p>
สถานที่ตั้ง	สำนักงานพวงค์ เลขที่ 12/1 หมู่ 4 หน้าไม้ ลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ให้เช่าตกลงให้เช่าและผู้เช่าตกลงเช่าที่ดินเพื่อใช้ประกอบกิจการ</li> <li>ห้ามมิให้ผู้เช่านำสถานที่เช่าไปบุคคลอื่นเช่าช่วง หรือโอนจำหน่ายก่อนการผูกพันต่อสิทธิการเช่า และห้ามขุดหน้าดิน เพื่อทำการจำหน่ายหรือออกภายนอกบริเวณ ทำให้เกิดความเสียหายต่อพื้นที่</li> <li>ผู้เช่าจะเป็นผู้ชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ และภาษีที่เกี่ยวข้อง</li> <li>ผู้ให้เช่าไม่เรียกค่าเสียหายจากการรื้อถอนสิ่งปลูกสร้างใดๆ ที่มีใช้โครงสร้างหลักของผู้ให้เช่าจากผู้เช่า</li> <li>ในกรณีที่ผู้ให้เช่าประสงค์จะขายทรัพย์สินที่เช่า ผู้ให้เช่าจะต้องให้สิทธิแก่ผู้เช่าที่จะซื้อเป็นรายแรกในราคาที่เสนอขายนั้น โดยให้เวลาผู้เช่าพิจารณา 15 วัน หากผู้เช่าปฏิเสธ หรือพ้นกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ผู้ให้เช่าจึงจะเสนอให้บุคคลอื่นได้</li> </ul>
อายุของเหลือของสัญญา	เหลือประมาณ 3 - 8 ปี



การยกเลิกสัญญา	หากผู้เช่ามีความประสงค์จะบอกเลิกสัญญาเช่าก่อนครบกำหนดสัญญาเช่านับแต่ วันทำสัญญาเช่า หรือผู้เช่าประพฤติผิดสัญญา ผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่า ริบเงิน ประกันทั้งหมดได้ทันทีโดยมิต้องบอกกล่าวล่วงหน้า พร้อมยกเลิกสัญญาตาม กฎหมายเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งต่อผู้เช่า
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	ชำระค่าเช่าล่วงหน้าเป็นรายเดือน
การต่ออายุสัญญา	ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาแห่งการเช่า หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินและอาคาร ต่อไป จะต้องทำหนังสือแจ้งความประสงค์ขอต่อสัญญาถึงผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ก่อนจะครบกำหนดไม่น้อยกว่า 3 เดือน นอกจากนี้ สำหรับในส่วนที่ดินซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของอาคาร 1 อาคาร 3 และอาคาร 4 ผู้ให้เช่าตกลงให้ค้ำประกันแก่ผู้เช่าในการต่ออายุสัญญาออกไปไม่เกินคราวละ 3 ปี โดยระยะเวลาเช่าที่ต่อออกไปจะไม่เกิน 9 - 12 ปี โดย รวมอายุสัญญาและค้ำประกัน ในการต่ออายุสัญญาจะรวมเป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 14 - 17 ปี
เงื่อนไขอื่น	ผู้เช่าจะไม่ทำการดัดแปลง ต่อเติม ทำลาย ส่วนหนึ่งส่วนใดเกี่ยวกับที่ดินเช่า โดย มิได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่าก่อน ทั้งนี้ เว้นแต่เป็นการ ปรับปรุง ดัดแปลง ต่อเติม เพื่อความสวยงาม หรือเพื่อประโยชน์ในการประกอบ กิจการตามวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในสัญญานี้ ทั้งนี้ การดัดแปลง ต่อเติม ตกแต่งใดๆ ที่ผู้เช่าได้ทำขึ้นและมีลักษณะตรึงตราเข้ากับที่ดินเช่าทั้งที่ได้รับอนุญาตหรือไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ให้เช่าก็ตาม ผู้เช่าตกลง ยินยอมให้ทรัพย์สินส่วนที่ตรึงตรานั้นเป็นส่วนหนึ่งของที่ดินเช่าและตกเป็น กรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่าทันที

## 2.5 สัญญาเช่าคลังเอกสาร

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัทฯ ผู้ให้เช่า : คุณอภิสิทธิ์ พิระเดชาพันธ์ คุณอรพัทธ์ พิระเดชาพันธ์ และคุณ ณัชชัชพงศ์ พิระเดชาพันธ์
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	ผู้เช่ายอมเช่าใช้ดอกเบียในอัตราร้อยละ 15 ต่อปี ของยอดเงินค่าเช่าที่ค้างชำระ ผู้ให้เช่า หรือค่าเสียหายที่ผู้ให้เช่าเรียกเอาจากผู้เช่าได้ ตลอดจนค่าใช้จ่ายต่างๆ
อัตราค่าเช่าและการชำระเงิน	ผู้เช่าตกลงชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนเดือนละ 10,000 บาท ให้แก่ผู้ให้เช่าแต่ละราย จำนวน 3 ราย รวมเป็นค่าเช่าเดือนละ 30,000 บาท โดยจะชำระในวันที่ 10 ของ ทุกเดือน
อายุสัญญา	3 ปี (นับแต่วันที่ 1 เม.ย. 2558 ถึง 31 มี.ค. 2561)
การยกเลิกสัญญา	ถ้าคู่สัญญาฝ่ายใดมีความประสงค์ต้องการเลิกสัญญาก่อนที่จะครบกำหนดสัญญา ให้ฝ่ายดังกล่าวทำหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 30 วัน



2.6 สัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 1 วงเงินกู้จำนวน 20.22 ล้านบาท

ผู้กู้	บริษัทฯ
วันที่ทำสัญญา	14 กุมภาพันธ์ 2554
วงเงินกู้	20.00 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	ปีที่ 1 – 3 คิดอัตราดอกเบี้ย MLR – 1.00% ต่อปี หลังจากนั้นคิดอัตราดอกเบี้ย MLR – 0.50% ต่อปี
การผ่อนชำระ	ชำระเป็นรายเดือนเดือนละ 275,000.00 บาท โดยกำหนดชำระเสร็จสิ้น 8 ปี นับแต่วันเบิกรับเงินกู้
หลักประกัน	จดจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่และในขณะนั้นและที่จะมีต่อไปในภายหลัง ตามโฉนดที่ดินเลขที่ 3908, 3909, 24050, 24051, 24052 ตำบลหลักชัย อำเภอ ลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.7 สัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 2 วงเงินกู้จำนวน 10.00 ล้านบาท

ผู้กู้	บริษัทฯ
วันที่ทำสัญญา	12 มิถุนายน 2555
วงเงินกู้	10.00 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	คิดอัตราดอกเบี้ย MLR – 1.50% ต่อปี ตั้งแต่วันที่ผู้กู้เบิกรับเงินกู้จนถึงวันชำระ หนี้เสร็จสิ้น
การผ่อนชำระ	ชำระเป็นรายเดือนเดือนละ 166,667.00 บาท จำนวนทั้งสิ้น 60 งวด โดยเริ่มชำระงวดแรกในวันทำการสุดท้ายของเดือนที่มีการเบิกรับเงินกู้ และงวด ต่อไปชำระทุกวันทำการสุดท้ายของเดือนที่ถึงกำหนดชำระภายในเวลาทำการ ณ สำนักงานของผู้ให้กู้
หลักประกัน	- จดจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่และในขณะนั้นและที่จะมีต่อไปในภาย หน้า ตามโฉนดที่ดินเลขที่ 16401, 16402, 16440 ตำบลบางกระสอบ (บางชื่อ) อำเภอเมืองนนทบุรี (ตลาดขวัญ) จังหวัดนนทบุรี
เงื่อนไขสำคัญอื่น	- ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio) <sup>1</sup> ไว้ในอัตราส่วนไม่น้อยกว่า 1.5 เท่าตลอดอายุ สัญญา - ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) <sup>2</sup> ของผู้กู้ไว้ดังนี้ - ไม่นเกิน 4.5 เท่าในปี 2555 - ไม่นเกิน 4.0 เท่าในปี 2556 - ไม่นเกิน 3.5 เท่าในปี 2557 - ไม่นเกิน 3.0 เท่าในปี 2558 เป็นต้นไปตลอดอายุสัญญา - ทั้งนี้ Debt to Equity Ratio จะต้องไม่ต่ำกว่า 0

หมายเหตุ:

1. อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio) คำนวณจาก กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย, ภาษี  
เงินได้, ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA : Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization)หาร



ด้วยส่วนหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระในงวดบัญชีนั้น (CPLTD : Current Portion of Long Term Debt) รวมดอกเบี้ยจ่าย เงินกู้ทั้งระยะยาวและระยะสั้น

2.อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) คำนวณจากหนี้สินรวมหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น

2.8 สัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 2 วงเงินกู้จำนวน 26.35 ล้านบาท

ผู้กู้	บริษัทฯ
วันที่ทำสัญญา	13 มีนาคม 2557
วงเงินกู้	26.35 ล้านบาท โดยผู้กู้จะต้องเบิกรับเงินกู้ให้เสร็จภายใน 30 มิถุนายน 2557
อัตราดอกเบี้ย	ตั้งแต่เดือนที่ 1 ถึงเดือนที่ 24 คิดอัตราดอกเบี้ย MLR - 1.75% ต่อปี ตั้งแต่เดือนที่ 25 ถึงเดือนที่ 48 คิดอัตราดอกเบี้ย MLR - 1.50% ต่อปี ตั้งแต่เดือนที่ 49 เป็นต้นไป คิดอัตราดอกเบี้ย MLR - 1.25% ต่อปี
การผ่อนชำระ	ชำระเป็นรายเดือนเดือนละ 338,000.00 บาท จำนวนทั้งสิ้น 78 งวด โดยเริ่มชำระงวดแรกในวันทำการสุดท้ายของเดือนที่ 7 นับแต่เดือนที่มีการเบิกรับเงินกู้เป็นต้นไป และงวดต่อไปชำระทุกวันทำการสุดท้ายของเดือนที่ถึงกำหนดชำระภายในเวลาทำการ ณ สำนักงานของผู้ให้กู้ และผู้กู้จะชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยให้เสร็จสิ้นใน 84 เดือน นับจากเดือนที่ผู้กู้ได้ทำการเบิกรับเงินกู้ไปจากผู้ให้กู้ในแต่ละครั้ง
หลักประกัน	จดจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่และในขณะนั้นและที่จะมีต่อไปในภายหลังตามโฉนดที่ดินเลขที่ 137838, 137839, 137840, 137841 ตำบลบางพูด (บางพัง) อำเภอปากเกร็ด (ตลาดขวัญ) จังหวัดนนทบุรี
เงื่อนไขสำคัญอื่น	- ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio) <sup>1</sup> ไว้ในอัตราส่วนไม่น้อยกว่า 1.25 เท่าตลอดอายุสัญญา - ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) <sup>2</sup> ของผู้กู้ไว้ดังนี้ - ไม่เกิน 4.0 เท่าในปี 2556 - ไม่เกิน 3.5 เท่าในปี 2557 - ไม่เกิน 3.0 เท่าในปี 2558 เป็นต้นไปตลอดอายุสัญญา - ทั้งนี้ Debt to Equity Ratio จะต้องไม่ต่ำกว่า 0

หมายเหตุ : 1. อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio) คำนวณจาก กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย, ภาษีเงินได้, ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA : Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization) หารด้วยส่วนหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระในงวดบัญชีนั้น (CPLTD : Current Portion of Long Term Debt) รวมดอกเบี้ยจ่าย เงินกู้ทั้งระยะยาวและระยะสั้น

2.อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) คำนวณจากหนี้สินรวมหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น



2.9 สัญญาสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์

ผู้ขอสินเชื่อ	บริษัทฯ
ประเภทสินเชื่อ	เลตเตอร์ออฟเครดิต (Letter of Credit) และ/หรือ ทรัสต์รีซีพ (Trust Receipt) และ/หรือ Packing Credit
วงเงินสินเชื่อ	1,045.00 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	อ้างอิงอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารเรียกเก็บจากลูกค้าสำหรับการกู้ ณ ขณะและผู้ขอสินเชื่อเบิกใช้วงเงิน
เงื่อนไขสำคัญอื่น	<p>ผู้ขอสินเชื่อจะต้องปฏิบัติ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดส่งงบการเงินประจำปีที่ได้รับการรับรองจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้วให้ธนาคารใน 150 วันนับจากวันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชีของผู้ขอสินเชื่อ</li> <li>2. รักษาใบอนุญาตใดๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจการของผู้ขอสินเชื่อให้มีผลใช้บังคับได้ตลอดเวลา</li> </ol> <p>ผู้ขอสินเชื่อจะต้องไม่ปฏิบัติ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ขายกิจการ หรือชำระบัญชีเพื่อเลิกกิจการ หรือเลิกประกอบกิจการที่ผู้ขอสินเชื่อได้กระทำอยู่ในขณะที่ทำสัญญาสินเชื่อ</li> <li>2. ชำระหนี้เงินกู้ยืมกรรมการ ผู้ถือหุ้น หรือกิจการในเครือ เว้นแต่ชำระหนี้ที่มีต่อธนาคารเสร็จสิ้นครบถ้วน หรือได้รับความยินยอมล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจากธนาคาร</li> <li>3. ให้กู้ยืมแก่กรรมการ ผู้ถือหุ้น หรือบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือลงทุนเพิ่มในกิจการในเครือ เว้นแต่แจ้งให้ธนาคารทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า และได้รับความยินยอมล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจากธนาคาร</li> <li>4. เบิกใช้สินเชื่อตามสัญญาฉบับนี้เพื่อวัตถุประสงค์ และประกอบธุรกิจที่ขัดต่อนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคาร ตลอดจนกฎหมายระหว่างประเทศ หรือข้อบังคับ หรือคำสั่งของหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ดูแลความสงบเรียบร้อยของสังคม และ/หรือรักษาสิ่งแวดล้อม</li> </ol>

2.10 สัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 1 วงเงินกู้จำนวน 400.00 ล้านบาท

ผู้กู้	บริษัทฯ
วันที่ทำสัญญา	26 สิงหาคม 2558
วงเงินกู้	400.00 ล้านบาท
วันครบกำหนดชำระ	3 ปี นับจากวันเบิกเงินกู้งวดแรก
อัตราดอกเบี้ย	MLR - 2.75% ต่อปี
การผ่อนชำระ	ชำระเงินต้นเป็นรายเดือน เดือนละ 17,000,000.00 บาท โดยเริ่มผ่อนชำระงวดแรกในวันทำการสุดท้ายของเดือนที่ 13 นับจากวันเบิกเงินกู้งวดแรก งวดสุดท้ายชำระหนี้ส่วนที่เหลือให้เสร็จสิ้น ทั้งนี้ ผู้กู้ตกลงชำระดอกเบี้ยต่างหากเป็นรายเดือนทุกเดือนโดยเริ่มตั้งแต่เดือนที่เบิกเงินกู้งวดแรก



หลักประกัน	จดจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่และในขณะนั้นและที่จะมีต่อไปในภายหน้าตามโฉนดที่ดินเลขที่ 34070 ตำบลสามัคคี อำเภอกุ้ย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเครื่องจักรพร้อมอุปกรณ์
เงื่อนไขสำคัญอื่น	- ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio) <sup>1</sup> ไว้ในอัตราส่วนไม่น้อยกว่า 1.1 เท่าตลอดอายุสัญญา - ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) <sup>2</sup> ไม่เกิน 3.0 เท่าตลอดอายุสัญญา

- หมายเหตุ :
1. อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio) คำนวณจาก กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย, ภาษีเงินได้, ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA : Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization) หารด้วยส่วนหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระในงวดบัญชีนั้น (CPLTD : Current Portion of Long Term Debt) รวมดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้ทั้งระยะยาวและระยะสั้น
  2. อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) คำนวณจากหนี้สินรวม หารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น

## 2.11 สัญญาเช่าพื้นที่ร้านค้าแก่น้อยแลนด์

คู่สัญญา	ผู้เช่า : TKNRF ผู้ให้เช่า : ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต และเจ้าของพื้นที่ภาคเอกชนอื่นๆ
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้ให้เช่าตกลงให้เช่าและผู้เช่าตกลงเช่าพื้นที่ส่วนหนึ่งของอาคารตามที่ระบุไว้ในสัญญา เพื่อบริการจำหน่ายขนมเค้ก</li> <li>• ผู้เช่าจะต้องชำระค่าภาษีโรงเรือน ค่าอากรแสตมป์ หรือภาษีอากรอื่นใด อันเกี่ยวกับการเช่าสถานที่เช่าตามสัญญานี้ และสัญญาที่เกี่ยวข้องตามที่ทางราชการเรียกเก็บตลอดอายุการเช่า</li> <li>• ผู้ให้เช่าเป็นผู้เอาประกันวินาศภัยและอัคคีภัย รวมทั้งการประกันภัยระหว่างตกแต่ง โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้กำหนดวงเงินประกันและเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว และผู้เช่าจะต้องชำระค่าเบี้ยประกันดังกล่าวตามอัตราส่วนของพื้นที่เช่า</li> <li>• ผู้เช่าจะต้องเปิดและปิดกิจการตามเวลาที่ผู้ให้เช่ากำหนดไว้ และในกรณีที่ผู้เช่าเปิดล่าช้า ปิดกิจการก่อนเวลาที่กำหนด หรือไม่เปิดกิจการโดยไม่มีเหตุอันสมควร ผู้ให้เช่ามีสิทธิคิดค่าปรับเป็นรายวัน</li> <li>• หากมีความจำเป็นผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะติดตั้งเครื่องมือ เครื่องใช้ หรืออุปกรณ์ต่างๆ รวมทั้ง ปรับปรุง ซ่อมแซม หรือตกแต่งบริเวณสถานที่ให้เช่า ซึ่งผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะปิดบริเวณสถานที่เช่าในส่วนนั้นๆ โดยจะคำนึงถึงการรบกวนผู้เช่าให้น้อยที่สุด และผู้ให้เช่าไม่ต้องรับผิดชอบต่อความไม่สะดวกใดๆ ของผู้เช่าจากการดำเนินการดังกล่าว</li> </ul>
อายุสัญญา	3 ปี ทั้งนี้ ผู้ให้เช่าและผู้เช่าอาจตกลงทำสัญญาเช่ากันใหม่ โดยผู้เช่าจะต้องแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กำหนดก่อนครบอายุ



	สัญญาเช่า ซึ่งเงื่อนไขของสัญญาใหม่จะต้องตกลงกันและทำสัญญาเช่าพร้อมวางเงินประกันให้แล้วเสร็จก่อนสัญญาเช่านี้จะสิ้นสุดลง
การยกเลิกสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้เช่าประพฤติผิดสัญญาหรือสัญญาบริการและสัญญาบริการสาธารณูปโภค ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้ หรือสถานที่เช่าถูกยึดหรือถูกอายัดตามคำสั่งศาล หรือผู้เช่าถูกศาลพิพากษาถึงที่สุดให้ล้มละลาย</li> <li>• ในกรณีที่ผู้เช่าผิดนัดชำระแต่ผู้ให้เช่ายังไม่ได้บอกเลิกสัญญา ผู้เช่าจะต้องเสียค่าปรับร้อยละ 15 ต่อปีของเงินที่ค้างชำระนับแต่วันที่ผิดนัดไปจนกว่าจะชำระให้ครบถ้วน</li> <li>• เมื่อสัญญาลิ้นสุดลง ผู้เช่าจะต้องขนย้ายทรัพย์สินออกและส่งมอบคืนสถานที่เช่าในสภาพที่ดี ซึ่งในส่วนของสิ่งตกแต่งหรือสิ่งที่ติดกับสถานที่เช่า ผู้ให้เช่ามีสิทธิให้ผู้เช่ารื้อถอนหรือคงไว้ตามเห็นสมควร หากกรณีที่ผู้ให้เช่าไม่สามารถกลับเข้าครอบครองสถานที่เช่าได้ ผู้เช่าจะต้องชดใช้ค่าเสียหายปรับเป็นรายวัน</li> <li>• ในกรณีเกิดเพลิงไหม้หรือวินาศภัยอื่นเป็นเหตุให้สถานที่เช่าเกิดความเสียหาย ซึ่งผู้ให้เช่าเห็นว่าผู้เช่าไม่สามารถประกอบกิจการในบริเวณดังกล่าวได้อีก โดยผู้เช่าไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ให้เช่า</li> <li>• ในกรณีที่ทางราชการเวนคืนที่ดินที่ปลูกสร้างสถานที่เช่า โดยผู้เช่าไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ให้เช่า</li> <li>• ในกรณีที่สัญญาบริการหรือสัญญาสาธารณูปโภคสิ้นสุดลง</li> </ul>
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	ชำระค่าเช่าล่วงหน้าเป็นรายเดือน โดยค่าเช่าจะปรับเพิ่มขึ้นทุกปี

#### 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง โกลด์เคิงกัน หรือก่อให้เกิดประโยชน์ และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ เช่น เป็นแหล่ง หรือช่องทางการจำหน่ายสินค้า เป็นหน่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือโรงที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น และในส่วนของนโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมดังกล่าว บริษัทฯ จะส่งผู้แทนเข้าร่วมเป็นกรรมการหรือพนักงานระดับสูง ตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทนั้นๆ เพื่อควบคุมในเรื่องการกำหนดนโยบายทางการเงิน และการดำเนินงานของบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด และบริษัทฯ ควรมีสิทธิคัดค้าน (Veto Right) ในเรื่องที่สำคัญๆ ที่จะดำเนินการโดยบริษัทย่อยนั้นๆ โดยการลงทุนในบริษัทดังกล่าวจะต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการของบริษัทฯ ก่อน และในกรณีที่เป็นการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันจะต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบอีกด้วย

สำหรับนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยในอนาคตนั้น บริษัทฯ ยังคงมีนโยบายที่จะรักษาสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อยไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของหุ้นทั้งหมดในบริษัทย่อย โดยบริษัทฯ จะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปของส่วนแบ่งรายได้และเป็นผลรับจากการลงทุนในบริษัทย่อย ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายในการควบคุมหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยการส่งตัวแทนไปเป็นกรรมการในบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัทย่อย คือ บริษัท แก้วแก่น้อย เรสเทอรองท์ แอนด์ เฟรนไชส์ จำกัด บริษัท วอนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด และ บริษัท เอ็นซีพี เทคดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด



#### 4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

- ไม่มี -



## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 31 ธันวาคม 2557 และ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ



## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท :	บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) <b>TAOKAENOI FOOD &amp; MARKETING PUBLIC COMPANY LIMITED</b>
ประเภทธุรกิจ :	ผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูป
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ :	12/1 หมู่ 4 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี
เลขทะเบียนบริษัท :	0107556000337
โทรศัพท์ :	02 108 6888
โทรสาร :	02 108 8708
โฮมเพจ :	<a href="http://www.taokaenoi.co.th">www.taokaenoi.co.th</a>
ทุนจดทะเบียน :	345.00 ล้านบาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว :	345.00 ล้านบาท

### ข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทฯ ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

#### 1. บริษัท เถ้าแก่น้อย เรสเตอรองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด

ชื่อบริษัท :	บริษัท เถ้าแก่น้อย เรสเตอรองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด <b>TAOKAENOI RESTAURANT &amp; FRANCHISE COMPANY LIMITED</b>
ประเภทธุรกิจ :	จำหน่ายขนมขบเคี้ยวภายใต้กิจการร้านค้า “เถ้าแก่น้อยแลนด์”
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ :	469 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
เลขทะเบียนบริษัท :	0125552015842
โทรศัพท์ :	02 960 1477
โทรสาร :	02 960 1486
โฮมเพจ :	<a href="http://www.taokaenoi.co.th/taokaenoi-land.php">http://www.taokaenoi.co.th/taokaenoi-land.php</a>
ทุนจดทะเบียน :	35.00 ล้านบาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว :	35.00 ล้านบาท



## 2. บริษัท เอ็นซีที เทรดดิ้ง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด

ชื่อบริษัท : บริษัท เอ็นซีที เทรดดิ้ง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด  
NCP TRADING & SUPPLY COMPANY LIMITED

ประเภทธุรกิจ : ผลิตและจำหน่ายผงปรุงรส

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 469 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

เลขทะเบียนบริษัท : 0125549009489

โทรศัพท์ : 02 960 1999

โทรสาร : 02 960 1501

โฮมเพจ : -

ทุนจดทะเบียน : 1.00 ล้านบาท

ทุนที่ออกและชำระแล้ว : 1.00 ล้านบาท

## 3. บริษัท วอนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด

ชื่อบริษัท : บริษัท วอนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด  
WANT MORE INDUSTRY COMPANY LIMITED

ประเภทธุรกิจ : จำหน่ายขนมปังอบกรอบ

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 469 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

เลขทะเบียนบริษัท : 0125551000787

โทรศัพท์ : 02 960 1999

โทรสาร : 02 960 1501

โฮมเพจ : -

ทุนจดทะเบียน : 5.00 ล้านบาท

ทุนที่ออกและชำระแล้ว : 5.00 ล้านบาท



**บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ**

นายทะเบียนหลักทรัพย์ :

**บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด**

เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย

เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 02 229 2800

โทรสาร 02 654 5427

ผู้แทนผู้ถือหุ้น :

**ไม่มี**

ผู้สอบบัญชี :

**บริษัท แก้วแก่น้อย ฟูดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)**

**คุณสุมาลี วีรธาภิวัตติ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3970**

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

ชั้น 33 อาคารเลครัชดา 193/136-7 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 02 264 9090

โทรสาร 02 264 0789-90

**บริษัท แก้วแก่น้อย เรสเตอรองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด**

**คุณสุมาลี วีรธาภิวัตติ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3970**

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

ชั้น 33 อาคารเลครัชดา 193/136-7 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 02 264 9090

โทรสาร 02 264 0789-90

**บริษัท เอ็นซีพี เทรดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด**

**คุณสุมาลี วีรธาภิวัตติ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3970**

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด



ชั้น 33 อาคารเลครัชดา 193/136-7 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 02 264 9090

โทรสาร 02 264 0789-90

บริษัท วันท์มอร์ อินด์ัสตรี จำกัด

**คุณสุมาลี รวีรธาบณทิต ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3970**

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

ชั้น 33 อาคารเลครัชดา 193/136-7 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 02 264 9090

โทรสาร 02 264 0789-90

ที่ปรึกษากฎหมาย :

**บริษัท กุดั่น แอนด์พาร์ทเนอร์ส จำกัด**

973 อาคารเพรสิเด็นท์ทาวเวอร์ชั้นที่ 14 ถนนเพลินจิต

แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

โทรศัพท์ 02 656 0818

โทรสาร 02 656 0819

ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ :

**ไม่มี**

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -

