

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ



1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความอร่อย สะดวกรวดเร็ว และมีประโยชน์ รวมถึงสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและยอมรับในตลาดโลก

พันธกิจ

- บริษัทฯ อยากรเห็นวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่มีคุณค่า ความอร่อย รวดเร็ว และมีประโยชน์ขยายไปทั่วโลก โดยบริษัทฯ เป็นผู้ส่งมอบคุณค่านั้นให้ผู้คนหลายล้านคนทั่วโลก โดยเติมเต็มช่องว่างนี้จากธุรกิจสาหร่ายก่อน
- บริษัทฯ มุ่งเน้นในการพัฒนาสินค้าที่มีความแปลกใหม่ และนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการกระบวนการผลิต
- บริษัทฯ จะมุ่งสร้างตราสินค้า เพื่อครองใจผู้บริโภคตลอดไป
- บริษัทฯ จะปฏิบัติต่อพนักงาน คู่ค้า และผู้บริโภคเสมือนหนึ่งคนในครอบครัว

เป้าหมาย

บริษัทฯ ต้องการพัฒนตราสินค้า "เก๋ากันน้อย" ให้เป็นผู้นำตลาดขนมขบเคี้ยวในเอเชีย (Asian Brand) ด้วยยอดขาย 5,000 ล้านบาทภายในปี 2560 และเป็นแบรนด์ระดับโลก (Global Brand) ด้วยยอดขาย 10,000 ล้านบาทภายในปี 2567

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ประวัติความเป็นมา

บริษัทฯ เก๋ากันน้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัท จำกัด กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2547 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปภายใต้ตราสินค้า "เก๋ากันน้อย" ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการขยายการลงทุนในธุรกิจสาหร่ายแปรรูปอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันมีโรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัดปทุมธานี และอยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ ณ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดอยุธยา ซึ่งจะเปิดดำเนินการภายในไตรมาส 1 ปี 2560 เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังได้ลงทุนในธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการประกอบธุรกิจหลักของบริษัทฯ เช่น ธุรกิจร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก "เก๋ากันน้อยแลนด์" ซึ่งดำเนินการภายใต้บริษัท เก๋ากันน้อย เรสเทอรองท์



แอนด์ แพรนไฮส์ จำกัด ("TKNRF") เพื่อเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้โดยเฉพาะตลาดท่องเที่ยว สร้างการรับรู้ในตราสินค้าเก่าแก่น้อยเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และการพัฒนาสินค้าใหม่ อีกทั้งธุรกิจผลิตผงปรุงรสเพื่อให้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสหาย่ายแปรรูป ซึ่งดำเนินการภายใต้บริษัท เอ็นซีพี เทวดิ่ง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ("NCP") ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมคุณภาพและพัฒนาสูตรการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง และธุรกิจซื้อมาขายไป ซึ่งดำเนินการภายใต้บริษัท บริษัท ว็อนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด ("WMI") เป็นต้น

โดยเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2556 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2558 เป็นวันแรกที่เริ่มซื้อขายหลักทรัพย์ "TKN" ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัทฯ นำเงินที่ได้จากการระดมทุน เพื่อลงทุนเพิ่มกำลังการผลิต และประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานนพวงศ์ จังหวัดปทุมธานี และก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ ณ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ โดยหากรวมกำลังการผลิตทั้ง 2 โรงงานสามารถรองรับยอดขายได้กว่า 8,000 ล้านบาท รวมถึงเป็นทุนหมุนเวียนและพิจารณาลงทุนธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานของบริษัทฯ และก่อให้เกิดการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

พัฒนาการที่สำคัญ

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ ที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอำนาจในการควบคุม และลักษณะการประกอบธุรกิจนับตั้งแต่จัดตั้งบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

- ปี 2547 - บริษัทฯ ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสหาย่ายแปรรูปภายใต้ตราสินค้า "เก่าแก่น้อย" ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท พร้อมทั้งได้เปิดโรงงานผลิตที่สำนักงานท่าอิฐ และหมู่บ้านฉิมพลี โดยในช่วงแรกเป็นการนำสินค้าวางจำหน่ายที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (7 Eleven) ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นผลิตในเชิงพาณิชย์ นับแต่นั้นมา
- ปี 2548 - บริษัทฯ เริ่มมีการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศผ่านช่องทาง ผู้ส่งออกภายในประเทศ (Thai Exporter) โดยส่งออกไปที่ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศแรก
- ปี 2549 - บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 1 ล้านบาท เป็น 3 ล้านบาท และย้ายสายการผลิตจากโรงงานท่าอิฐ มายังโรงงานบางบัวทอง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นการเช่าที่ดินและโรงงานจากบุคคลภายนอก
- ปี 2551 - บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 3 ล้านบาท เป็น 5 ล้านบาท และขยายกำลังการผลิตแห่งที่ 2 ที่โรงงานนพวงศ์ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นการเช่าที่ดินและโรงงานจากบุคคลภายนอก
- ปี 2552 - บริษัทฯ จัดตั้ง บริษัทเก่าแก่น้อย เรสเทอรัลทิง แอนด์ แพรนไฮส์ จำกัด ("TKNRF") โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว เพื่อประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก ภายใต้ชื่อ "เก่าแก่น้อยแลนด์" โดยปัจจุบันมีสาขารวมทั้งสิ้น 8 สาขา

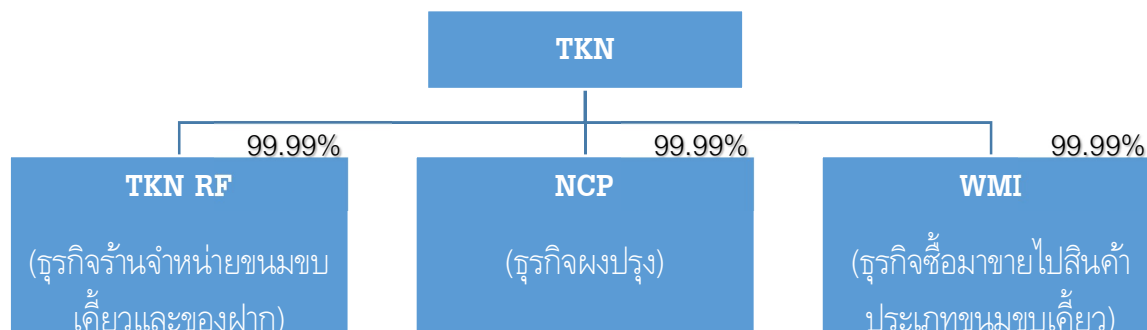


- ปี 2553 - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 5 ล้านบาท เป็น 35 ล้านบาท และ 160 ล้านบาทตามลำดับ และเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท วัฒนทิมอร์ อินดัสตรี จำกัด ("WMI") จากกลุ่มผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว เพื่อผลิตและจำหน่ายขนมปังอบกรอบภายใต้ตราสินค้า "Want More"
- ปี 2554 - บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เอ็นซีพี เทรดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ("NCP") จากกลุ่มบุคคลภายนอกที่ไม่ใช่บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผงปรุงรส
- ปี 2556 - บริษัทฯ แปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยใช้ชื่อว่า "บริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)" และมีมติให้เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัทฯ จากเดิมมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท พร้อมทั้งมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 160 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 140 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 60 ล้านหุ้น และเพื่อเสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรกจำนวน 80 ล้านหุ้น
- ปี 2557 - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 160 ล้านบาทเป็น 300 ล้านบาท เพื่อขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 95 ล้านหุ้น และเสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรก 45 ล้าน
- ปี 2558 - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 300 ล้านบาทเป็น 345 ล้านบาท เพื่อขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 95 ล้านหุ้น และเสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรก 90 ล้าน หลักทรัพย์ของบริษัทฯได้ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นครั้งแรกในวันที่ 3 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ เริ่มก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ
- ปี 2559 - หลักทรัพย์ของบริษัทฯ (หุ้น TKN) ได้ถูกจัดอันดับเข้าอยู่ในการคำนวณดัชนี MSCI Global Small Cap
- บริษัทฯ มีรายได้จากการส่งออกเป็นสัดส่วนที่มากกว่ารายได้ในประเทศเป็นปีแรก



1.3 โครงสร้างการถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีการถือหุ้นในบริษัทย่อย ดังนี้



นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

หน่วยงานสนับสนุนส่วนกลางจะรวมศูนย์ที่บริษัทฯ โดยบริษัทย่อยต้องใช้บริการงานสนับสนุนของบริษัทฯ (Outsourcing) ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

- งานด้านบัญชี ระบบบัญชี การเงิน ต้นทุน วางแผนและงบประมาณ
- งานด้านทรัพยากรบุคคลและพัฒนาองค์กร
- งานด้านเทคโนโลยี สารสนเทศองค์กร

ส่วนบริษัทย่อยแต่ละบริษัทจะดำเนินงานเสมือนหน่วยธุรกิจ เพื่อสนับสนุนส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทฯ ประกอบด้วย ส่วนงานผลิตผิงปรุงเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทฯ ส่วนงานร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ส่วนงานผลิตผิงปรุงเพื่อเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตสหาร่ายแปรรูป

ส่วนงานผลิตผิงปรุงทำหน้าที่ด้านการจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำมาผลิตผิงปรุง ดำเนินการผลิตตามคุณภาพมาตรฐานที่กำหนดไว้ และส่งมอบให้บริษัทฯ เพื่อใช้ในสายการผลิตสหาร่ายสำเร็จรูป

2. ส่วนงานร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก

ส่วนงานร้านค้าจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝากทำหน้าที่เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ โดยตรงให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พัฒนาสินค้าใหม่ให้ตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อขยายตลาดในกลุ่มประเทศเอเชียต่อไป จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมด้านการตลาด และการทำวิจัยตลาดของบริษัทฯ

ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยต้องเป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์การดำเนินธุรกิจที่กำหนดโดย บริษัทฯ



1.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปภายใต้ตราสินค้า “เถ้าแก่น้อย” โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แบ่งตามกรรมวิธีการผลิตได้เป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ สาหร่ายทอด สาหร่ายย่าง สาหร่ายเหมป๊ะ และสาหร่ายอบ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าแต่ละประเภทให้มีความหลากหลายทางรสชาติ อาทิเช่น รสคลาสสิก รสเผ็ด รสชีฟู๊ด รสซอสมะเขือเทศ รสวาซาบิ รสซอสญี่ปุ่น และรสบาร์บีคิว เป็นต้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งตลาดในประเทศผ่านช่องทางจัดจำหน่ายต่าง ๆ ทั้งร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต การขายผ่านผู้แทนจำหน่าย ร้านเถ้าแก่น้อยแลนด์ รวมถึงตลาดส่งออก ทั้งในทวีปเอเชียและทวีปอื่น ๆ ตามเป้าหมายที่มุ่งสู่แบรนด์ระดับโลก (Global Brand)

ปัจจุบันบริษัทฯ มีโรงงานผลิตสาหร่ายแปรรูป 1 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ที่ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี และอยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้างอีก 1 แห่ง ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเพิ่มกำลังผลิตรองรับยอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักรในการผลิตเพื่อเพิ่มอัตรากำไรสุทธิตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

บริษัทฯ มีการถือหุ้นในบริษัทย่อยทั้งสิ้น 3 บริษัท ดังนี้

1. บริษัท เถ้าแก่น้อย เรสเตอรองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ:	จำหน่ายขนมขบเคี้ยวภายใต้กิจการร้านค้า “เถ้าแก่น้อยแลนด์”
เลขทะเบียนบริษัท:	0125552015842
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่:	เลขที่ 469 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
โทรศัพท์:	0 2960 1477
โทรสาร:	0 2960 1486
ทุนจดทะเบียน:	35,000,000 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว:	35,000,000 บาท
สัดส่วนการถือหุ้น:	ร้อยละ 100

บริษัท เถ้าแก่น้อย เรสเตอรองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด ประกอบกิจการร้าน “เถ้าแก่น้อยแลนด์” ซึ่งเป็นศูนย์รวมขนมขบเคี้ยวทั้งในส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และผลิตภัณฑ์จากบริษัทภายนอก โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 8 สาขา ตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

- กรุงเทพมหานคร 3 สาขา ได้แก่ สาขาเทอมินัล 21 (อโศก), สาขาแพลตตินั่ม (ประตูน้ำ), สาขาเอเชียทีค เดอะริเวอร์ฟรอนท์ (เจริญกรุง)
- เชียงใหม่ 3 สาขา ได้แก่ สาขาเมญา ไลฟ์สไตล์ ซุปเปอร์ เซ็นเตอร์, สาขาเซ็นทรัล เฟสติวัล เชียงใหม่, สาขาติ่งปาร์ค (Think Park)
- พัทยา จำนวน 2 สาขา ได้แก่ สาขาลาดหน้า 4 ภาค ในส่วน phase 1 และ 2 ของโครงการ



ทั้งนี้ บริษัท มุ่งเน้นที่จะให้ "เก้าแก่น้อยแลนด์" เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าในกลุ่มนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงตราสินค้าเก้าแก่น้อย โดยปัจจุบันมีแผนออกผลิตภัณฑ์อื่น ๆ นอกจากสาหร่ายแปรรูป รวมถึงเปิดร้านใหม่ในจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับธุรกิจท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

โดยตั้งแต่ต้นปี 2557 ถึง ปี 2559 TKNRF ได้มีการเปิดและปิดสาขาของร้าน "เก้าแก่น้อยแลนด์" ดังนี้

จำนวนสาขา ร้านเก้าแก่น้อยแลนด์	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
ณ ต้นงวด (1 มกราคม)	21	17	5
เพิ่ม สาขาใหม่	1	3	3
ปิด สาขาเดิม	(5)	(15)	-
ณ ปลายงวด (31 ธันวาคม)	17	5	8

2. บริษัท เอ็นซีพี เทรดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด

ประเภทธุรกิจ: ผลิตและจำหน่ายผงปรุงรส
เลขทะเบียนบริษัท: 0125549009489
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: เลขที่ 469 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
โทรศัพท์: 0 2960 1999
โทรสาร: 0 2960 1501
ทุนจดทะเบียน: 1,000,000 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว: 1,000,000 บาท
สัดส่วนการถือหุ้น: ร้อยละ 100

บริษัท เอ็นซีพี เทรดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผงปรุงรสให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เท่านั้น โดยผงปรุงรสดังกล่าวเป็นสูตรเฉพาะที่ถูกคิดค้นขึ้นเพื่อนำไปใช้ในการผลิตสาหร่ายสำเร็จรูปและขนมขบเคี้ยว ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมคุณภาพการผลิตตั้งแต่ต้นทาง และพัฒนารสชาติใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

3. บริษัท วอนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด

ประเภทธุรกิจ: ซื้อมาขายไป / จำหน่ายขนมบั้งอบกรอบ
เลขทะเบียนบริษัท: 0125551000787
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: เลขที่ 469 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
โทรศัพท์: 0 2960 1999
โทรสาร: 0 2960 1501
ทุนจดทะเบียน: 5,000,000 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว: 5,000,000 บาท



สัดส่วนการถือหุ้น: ร้อยละ 100

บริษัท ว็อนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด มีเป้าหมายเพื่อประกอบธุรกิจซื้อขายไปสำหรับสินค้าเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มเติมให้แก่บริษัทในอนาคต

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ในช่วงตั้งแต่ปี 2557 ถึง ปี 2559 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

รายการ	2557		2558		2559	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สารห่วยทอด	1,759.18	65.28	2,060.60	58.88	2,497.86	53.09
สารห่วยย่าง	660.28	24.50	1,171.26	33.47	1,885.76	40.08
สารห่วยต้มปุระ	81.25	3.01	81.30	2.32	88.5	1.88
สารห่วยอบ	46.66	1.73	41.24	1.18	68.44	1.45
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	72.97	3.30	58.90	1.68	164.77	3.5
รวมรายได้จากการจำหน่าย	2,694.96	100.00	3,499.75	100.00	4,705.34	100.00

โครงสร้างรายได้แบ่งตามประเทศคู่ค้า

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท แบ่งตามประเทศที่มีการสั่งซื้อสินค้าของบริษัท ในช่วงตั้งแต่ปี 2557 ถึง ปี 2559 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเทศคู่ค้า	งบการเงินรวม					
	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ไทย	1,534.76	56.95	1,669.45	47.70	1,920.48	40.81
จีน	311.86	11.57	838.07	23.95	1,760.96	37.42
อินโดนีเซีย	154.51	5.73	206.26	5.89	153.40	3.26
มาเลเซีย	179.96	6.68	148.69	4.25	158.05	3.36



ประเทศคู่ค้า	งบการเงินรวม					
	ปี2557		ปี2558		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ฮ่องกง	109.49	4.06	109.58	3.13	119.53	2.54
สิงคโปร์	103.14	3.83	102.90	2.94	100.15	2.13
ไต้หวัน	79.62	2.95	77.30	2.21	80.198	1.17
ประเทศอื่นๆ ¹	221.61	8.22	347.50	9.93	412.58	8.77
รายได้จากการขาย	2,694.96	100.00	3,499.75	100.00	3,499.75	100.00

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

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูป รวมถึงขนมขบเคี้ยวประเภทอื่นๆ โดยมีการพัฒนาปรับปรุงสินค้าอย่างต่อเนื่องจนก้าวขึ้นเป็นผู้นำการผลิตสาหร่ายแปรรูปในประเทศไทย ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลควบคุมคุณภาพเป็นสำคัญ โดยได้คัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และดำเนินการขั้นตอนการผลิตอย่างพิถีพิถัน อีกทั้ง บริษัทฯ ยังได้รับการสนับสนุน ความเห็น และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานจากคู่ค้าที่มีศักยภาพทั้งในส่วนของผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ ลูกค้านายใหญ่ และลูกค้ารายย่อย นอกจากนี้ บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะทำการตลาดภายใต้เครื่องหมายการค้า “เถ้าแก่น้อย” (“TaoKaeNoi”) รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคตและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทั้งนี้ รายละเอียดของลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละประเภทของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

1) สาหร่ายทอดกรอบ

สาหร่ายทอดกรอบเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการคัดเลือกวัตถุดิบสาหร่ายจากแหล่งผลิต โดยสาหร่ายดังกล่าวจะผ่านการอบแห้ง จากนั้นจึงถูกนำมาผ่านกระบวนการทอดในอุณหภูมิที่เหมาะสม จนได้สาหร่ายทอดกรอบแผ่นฟู สีเขียว ผ่านกระบวนการโรยผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติ และบรรจุใส่ซองตามขนาดที่กำหนดไว้ จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สาหร่ายทอดสไตส์ญี่ปุ่นรสชาติต่างๆ อาทิเช่น รสคลาสสิก, รสเผ็ด, รสซีฟู้ด, รสซีส, รสซอสญี่ปุ่น, รสพิซซา, รสวาซาบิ, รสตั้มยำกุ้ง, และรสไปชีบาร์บีคิว เป็นต้น ภายใต้ตราสินค้าต่างๆ ได้แก่ เถ้าแก่น้อย (TaoKaeNoi), บิ๊กชีท (Big Sheet), โคโนมิ (Konomi), และมินิ ไบท์ (Mini Bite) เป็นต้น



2) สาหร่ายย่าง

สาหร่ายย่างเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สาหร่ายที่ผ่านการอบแห้งมาเป็นวัตถุดิบ เพื่อนำไปผ่านกระบวนการโรยผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติ ผ่านกระบวนการย่างในอุณหภูมิที่เหมาะสม จนได้ออกมาเป็นสาหร่ายย่างที่มีความกรอบแผ่นตรงรสชาติกลมกล่อม และบรรจุในซองขนาดต่างๆ จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สาหร่ายย่างสไตล์ญี่ปุ่นรสชาติต่างๆ อาทิเช่น รสคลาสสิก, รสเผ็ด, รสหมึกย่าง, รสสไปซี่ซีฟู้ด, รสวาซาบิ, รสกิมจิ, และรสสไปซี่บาร์บีคิว เป็นต้น นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์สาหร่ายย่างยังมีสินค้าใหม่ที่เป็นสาหร่ายม้วนย่างสไตล์ญี่ปุ่นซึ่งเป็นรูปแบบที่ฉีกไปจากแนวเดิมๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับประทานให้แก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้สาหร่ายย่างใช้ตราสินค้าแตกต่างกันไปตามแต่ละลักษณะผลิตภัณฑ์อันประกอบไปด้วย แก้วแก่น้อย บิ๊กโรล (Big Roll), แก้วแก่น้อยบิ๊กแบ็ก (Big Bag), โคโนมิ ไจแอนท์ ชีท (Konomi Giant Sheet), และโคโนมิ โรลสติค (Konomi Roll Stick)

3) สาหร่ายเทมปุระ

สาหร่ายเทมปุระเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการคัดเลือกวัตถุดิบสาหร่ายจากแหล่งที่ผลิต ซึ่งเป็นสาหร่ายที่ผ่านการอบแห้ง จากนั้นนำสาหร่ายมาผ่านกระบวนการชุบแป้งเทมปุระที่มีคุณภาพดี นำไปทอดในอุณหภูมิที่เหมาะสมจนได้สาหร่ายเทมปุระสีเหลืองทอง เนื้อสัมผัสที่กรอบ ผ่านกระบวนการคลุกผสมผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติ และบรรจุใส่ซองขนาดต่างๆ ที่กำหนดไว้ จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สาหร่ายเทมปุระ รสชาติต่างๆ อาทิเช่น รสต้นตำรับสไตล์ญี่ปุ่น, รสเผ็ดสไตล์ญี่ปุ่น, รสวาซาบิ, และรสกุ้งเทมปุระ เป็นต้น ภายใต้ ตราสินค้าต่างๆ ได้แก่ แก้วแก่น้อยเทมปุระ (TaoKaeNoi Tempura), โคโนมิ (Konomi), และไฮ เทมปุระ (Hi Tempura)

4) สาหร่ายอบ

สาหร่ายอบเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเอาสาหร่ายที่ผ่านการอบแห้งมาเข้ากระบวนการเคลือบน้ำซอสและโรยผงปรุงรส จากนั้นจึงนำไปผ่านกระบวนการอบในอุณหภูมิที่เหมาะสม แล้วใส่ลงในบรรจุภัณฑ์ จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สาหร่ายอบสไตล์ญี่ปุ่นรสชาติต่างๆ อาทิเช่น รสดั้งเดิม, รสเผ็ด ภายใต้ตราสินค้า บิ๊กชีทอบ (Big Sheet อบ) และรสต้นตำรับซอสญี่ปุ่น, รสเผ็ด, และรสกระเทียม เป็นต้น ภายใต้ตราสินค้า เอ็กซ์ตราชีท (Extra Sheet)

5) ผลิตภัณฑ์อื่น

นอกเหนือจากการผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูป ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัทฯ แล้ว ทางกลุ่มบริษัทฯ ได้ผลิตขนมขบเคี้ยวประเภทอื่นๆ เช่น ขนมปังกรอบ เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังได้ขยายการดำเนินงานเข้าไปในธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจหลัก เพื่อให้เพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างรายได้และบริหารต้นทุน รวมทั้งยังช่วยในการควบคุมความเสี่ยงในการดำเนินงานให้กับบริษัทฯ จากการพึ่งพิงบริษัทภายนอกได้อีกทางหนึ่งด้วย ทั้งนี้ธุรกิจอื่นที่สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มบริษัทฯ อยู่ในปัจจุบัน ประกอบไปด้วย

- ธุรกิจจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก : จำหน่ายขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆ ทั้งในส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตรายอื่น เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์และเข้าถึงผู้บริโภค ปัจจุบันดำเนินงานโดย TKNRF ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัทฯ ทั้งจำนวน



- ธุรกิจนมป๊อปปอกรอบ : จำหน่ายนมป๊อปปอกรอบและข้าวโพดอบกรอบหลากหลายรสชาติภายใต้ตราสินค้า “ว็อนท์มอร์” (“Want More”) เพื่อขยายการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ไปยังผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นนอกเหนือจากสาขาแปรรูป โดยมีการทำการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารงานของ WMI ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัทฯ ทั้งจำนวน

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

กลุ่มบริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์จากการลงทุน โดยได้รับอนุมัติบัตรส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่างๆ ที่ระบุไว้ในบัตรส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บัตรส่งเสริมการลงทุนที่ยังมีผลใช้บังคับอยู่ ดังนี้

เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขของโครงการ
1433/2553 (โรงงานนพวงศ์)	9 เมษายน 2553	สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย สิทธิประโยชน์ของโครงการ ● ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว (ไม่รวมถึงพม่า ลาว เขมร) ซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด ● ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร (ครบกำหนดวันที่ 9 ต.ค. 62)¹ ● ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก(ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 9 ม.ค. 62)² ● ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งออกกลับไป (ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 9 ม.ค. 62)² เงื่อนไขของโครงการ ● มีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย เช่น สาหร่ายทอด สาหร่ายอบ สาหร่ายชุบแป้งทอด เป็นต้น ปีละประมาณ 2.700 ตัน (เวลาทำงาน 8 ชั่วโมง/วัน : 300 วัน/ปี) ● เครื่องจักรที่ใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต้องเป็นเครื่องจักรใหม่ ● จะต้องตั้งโรงงานในท้องที่จังหวัดปทุมธานี ได้รับใบอนุญาตเปิดดำเนินการตามเงื่อนไข 29 กรกฎาคม 2559
2155(2)/2554 (โรงงานโรจนะ)	20 กันยายน 2554 (ได้รับอนุมัติให้ย้ายสถานที่ตั้งกิจการ)	สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย สิทธิประโยชน์ของโครงการ



เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขของโครงการ
	จากตลาดบัวหลวง เป็นส่วน อุตสาหกรรมโรจนะ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2557)	- ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว (ไม่รวมถึงพม่า ลาว เขมร) ซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร(ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 20 มี.ค. 60)¹ - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) - ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 7 ปี - ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริม ซึ่งได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้(ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) เงื่อนไขของโครงการ - มีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย เช่น สาหร่ายทอด สาหร่ายอบ สาหร่ายชุบแป้งทอด เป็นต้น ปีละประมาณ 7.100 ตัน (เวลาทำงาน 20 ชั่วโมง/วัน : 312 วัน/ปี) - วงเงินภาษีที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 7 ปี ไม่เกิน 74,500,000 บาท (วงเงินจะถูกปรับเปลี่ยนตามการลงทุนจริงเมื่อตรวจเปิดดำเนินการ BOI) - เครื่องจักรที่ใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต้องเป็นเครื่องจักรใหม่ - จะต้องตั้งโรงงานในเขตอุตสาหกรรมของ บริษัท สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา - ต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายใน 2 ปี นับจากวันที่เปิดดำเนินการ ต้องขออนุมัติเปิดดำเนินการ BOI ภายในวันที่ 20 กันยายน 2560*
1514(2)2554	6 พฤษภาคม 2554	สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวจากแป้ง



เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขของโครงการ
(โรงงานนพวงศ์)		สิทธิประโยชน์ของโครงการ - ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร(ครบกำหนดวันที่ 14 มิ.ย. 59)¹ - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก(ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป(ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) - ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี - ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) เงื่อนไขของโครงการ - มีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวจากแป้ง ปีละประมาณ 684 ตัน (เวลาทำงาน 20 ชั่วโมง/วัน : 300 วัน/ปี) - วงเงินภาษีที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปีไม่เกิน 10,971,109.43 บาท - เครื่องจักรที่ใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต้องเป็นเครื่องจักรใหม่ - จะต้องตั้งโรงงานในพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี - ต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายใน 2 ปี นับจากวันที่เปิดดำเนินการ (อนุมัติ 31 ตุลาคม 2559) <u>ได้รับใบอนุญาตเปิดดำเนินการ 1 สิงหาคม 2559</u>
2103(2)2557 (โรงงานนพวงศ์)	8 กันยายน 2557	สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตข้าวโพดอบกรอบ สิทธิประโยชน์ของโครงการ



เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขของโครงการ
		- ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว ซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร(ครบกำหนดวันที่ 14 มิ.ย. 59) - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก(ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) - ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) - ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้(ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) เงื่อนไขของโครงการ - มีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดอบกรอบ ปีละประมาณ 560 ตัน (เวลาทำงาน 24 ชั่วโมง/วัน : 300 วัน/ปี) - วงเงินภาษีที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปีไม่เกิน 22,925,235.97 บาท - เครื่องจักรที่ใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต้องเป็นเครื่องจักรใหม่ - จะต้องตั้งโรงงานในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี - ได้รับใบอนุญาตเปิดดำเนินการตามเงื่อนไข วันที่ 26 กรกฎาคม 2559 ต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายใน 2 ปี นับจากวันที่เปิดดำเนินการ

- หมายเหตุ :
- ระยะเวลาการนำเข้าเครื่องจักรจะครบกำหนดตามวันที่ระบุในบัตรส่งเสริมและสำหรับโครงการที่ยื่นขออนุมัติเปิดดำเนินการก่อนวันครบกำหนดจะนับจากวันที่ยื่นคำร้องขออนุมัติเปิดดำเนินการ
 - ระยะเวลาการนำเข้าวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก และการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป สามารถขยายได้อย่างต่อเนื่อง โดยจะอนุมัติครั้งละ 2 ปี
 - การเปิดดำเนินการตามโครงการ BOI สามารถขยายระยะเวลาได้ 1 ครั้ง ครั้งละ 1 ปี



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายและลักษณะการตลาด

งานด้านการตลาดถือเป็นงานที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าปัจจุบัน รวมไปถึงการแสวงหาลูกค้ารายใหม่เพื่อขยายฐานธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์เดิมและนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ออกสู่ตลาดมาโดยตลอด ซึ่งส่งผลให้กลุ่ม บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าอย่างกว้างขวางมาเป็นระยะเวลายาวนาน

ทั้งนี้กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านคุณภาพ กลยุทธ์ด้านความหลากหลาย กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านคุณภาพ

คุณภาพของผลิตภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้วางนโยบายในการดูแลควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในส่วนของการนำเข้าซึ่งเป็นวัตถุดิบหลัก บริษัทฯ ได้นำเข้าจากประเทศเกาหลีเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นประเทศผู้ผลิตหลักในตลาดโลก มีความน่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับมาเป็นระยะเวลายาวนาน โดยทางผู้ผลิตจะต้องจัดส่งตัวอย่างสารมาให้บริษัทฯ ดำเนินการตรวจสอบก่อนที่จะมีการส่งมอบวัตถุดิบดังกล่าวให้กับทางบริษัทฯ อีกทั้ง บริษัทฯ ได้ดำเนินการฝึกอบรมแรงงานในแต่ละส่วนงานให้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจัดให้มีการสุ่มตรวจสอบสินค้าที่ได้จากกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากระบวนการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนดไว้ และสินค้าสำเร็จรูปที่ได้มีคุณภาพตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท นอกจากนี้ในส่วนของการติดตามสินค้าคงคลังยังได้รับการดูแลจัดเก็บที่เหมาะสมกับลักษณะของสินค้าทั้งในส่วนของการจัดเก็บ งานระหว่างทำ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวเหล่านี้ช่วยให้บริษัทฯ สามารถรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ไว้ได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ควบคุมดูแลชีวอนามัยในกระบวนการผลิตและสถานประกอบการให้เป็นไปตามมาตรฐานการผลิตต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ISO9001: 2015 มาตรฐาน GMP และมาตรฐาน HACCP เป็นต้น

2) กลยุทธ์ด้านความหลากหลาย

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้คิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในแง่ของประเภท รสชาติ ขนาด และรูปร่างของผลิตภัณฑ์ โดยฝ่ายการตลาดและฝ่ายพัฒนาธุรกิจของบริษัทฯ ได้ศึกษาลักษณะของผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศควบคู่ไปกับภาวะตลาดในประเทศ เพื่อนำไปพัฒนาเป็นสินค้าประเภทใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ปัจจุบันผลิตภัณฑ์สารให้ปรุงรสของบริษัทฯ มีทั้งประเภททอด ย่าง อบ และต้มปุระ ซึ่งครอบคลุมความต้องการของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง บริษัทฯ มีทีมงานค้นคว้าวิจัยที่รับผิดชอบในการคิดค้นรสชาติแปลกใหม่ให้แก่สินค้าแต่ละประเภท เพื่อนำออกมาเสนอแก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นรสคลาสสิก รสเผ็ด รสซีฟู้ด รสวาซาบิ และรสซอสญี่ปุ่น เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้าของบริษัทฯ เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้



บริษัทฯ ยังได้ให้ความสำคัญกับรายละเอียดในเรื่องขนาดและรูปร่างของผลิตภัณฑ์ โดยสามารถปรับเปลี่ยนรูปร่างแต่ละประเภทของ บริษัทฯ จะมีขนาดและรูปร่างที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะการใช้ชีวิต กิจกรรมยามว่าง และความชื่นชอบของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวทำให้บริษัทฯ สามารถตอบโจทย์ทางการตลาดได้เป็นอย่างดี นอกจากผลิตภัณฑ์สามารถปรับเปลี่ยนรูปร่างแล้ว บริษัทฯ ยังได้คิดค้นขนมขบเคี้ยวประเภทอื่นๆ ออกมาเพื่อเพิ่มความหลากหลายและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง โดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้ผลิตและจำหน่ายขนมมันฝรั่งแปรรูปผสม สำหรับ ซึ่งได้ผ่านการทดลองและทดสอบจากทางฝ่ายพัฒนาธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติ กลิ่น สี รูปร่าง ตรงตามความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และสามารถดึงดูดใจลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากทางบริษัทฯ

3) กลยุทธ์ด้านราคา

บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาสินค้าให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดย บริษัทฯ จะเริ่มจากให้ฝ่ายการตลาดทำการสำรวจระดับราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีในตลาดที่เป็นประเภทเดียวกัน ซึ่งมีขนาด น้ำหนัก และรูปลักษณะที่ใกล้เคียงกัน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาพร้อมกับข้อมูลโครงสร้างต้นทุนที่จัดทำขึ้นโดยฝ่ายบัญชี และผลกำไรขั้นต้นตามเป้าหมายของบริษัทฯ จากนั้นจึงจะกำหนดราคาค้าปลีกและขนาดบรรจุที่เหมาะสมสำหรับจัดจำหน่าย ให้แก่ผู้ค้าปลีก เพื่อกำหนดราคาขายต่อลง ซึ่งได้รวมถึงอัตรากำไรขั้นต้นของผู้ค้าปลีกที่บริษัทฯ กำหนดให้ ทั้งนี้ ราคาค้าปลีกที่ บริษัทฯ กำหนดให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะไม่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นมาก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถแข่งขันได้ในตลาด และจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้โดยไม่ยากนัก

นอกจากนี้ บริษัทฯ จะมีการให้ส่วนลดจากราคาที่กำหนดไว้ เพื่อให้ผู้ค้าปลีกสามารถนำส่วนลดดังกล่าวไปทำการตลาดที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ ได้ โดยส่วนลดของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ส่วนลดทางการค้าที่ บริษัทฯ เสนอให้ผู้ซื้อแต่ละช่องทางจัดจำหน่ายในระดับที่แตกต่างกันไป ส่วนลดปริมาณและของแถมที่กำหนดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อเพิ่มปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทฯ และส่วนลดเงินสดที่ผู้ซื้อได้รับจากการชำระค่าสินค้า ภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ บริษัทฯ จะทำการทบทวนราคาและรายการส่งเสริมการขายเป็นรายไตรมาส เพื่อให้มั่นใจได้ว่า บริษัทฯ จะสามารถเพิ่มระดับความสามารถในการแข่งขันในตลาดและความสามารถในการทำกำไรไว้ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมได้

4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทฯ ใช้กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของตลาดและการกระจายตัวของ ผู้บริโภค กล่าวคือ สำหรับตลาดภายในประเทศ บริษัทฯ จะทำตลาดด้วยตนเอง และจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าปลีก สมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งมีสาขาครอบคลุมทุกภูมิภาคในประเทศ และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) ที่ช่วยให้ บริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในย่านชุมชนนอกเมืองต่างๆ ทั้งนี้ การเลือกใช้ช่องทาง 2 ช่องทางดังกล่าวสำหรับการจัด จำหน่ายภายในประเทศ มีผลให้บริษัทฯ จัดส่งสินค้าไปตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงและอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าของบริษัทฯ ได้โดยง่าย ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นการเติบโตและรักษายอดขาย ให้อยู่ในระดับที่บริษัทฯ วางเป้าหมายไว้ ในส่วนของตลาดต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีการทำสัญญาว่าจ้างผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศที่มีความเชี่ยวชาญในตลาดนั้นๆ และมีเครือข่ายในการขายที่กว้างขวาง ให้เข้ามาทำตลาดและกระจายสินค้าให้แก่บริษัทฯ



นอกจากนี้ ในประเทศที่ยังไม่ได้มีการแต่งตั้งผู้จัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้จำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้นำเข้าในต่างประเทศและผู้ส่งออกในประเทศเป็นรายครั้งหากมีการติดต่อเข้ามา เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าของบริษัทฯ ออกสู่ตลาดเพิ่มเติมอีกด้วย

5) กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ทั้งสื่อ Above The Line และ Below The Line รวมถึงการสื่อสารผ่านช่องทาง Online เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สาขาขายแปรรูปของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้นทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการเติบโตของยอดขายให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายที่รักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าปัจจุบันและแสวงหาลูกค้ารายใหม่ โดยทำแผนการสื่อสารการตลาดที่อาศัยภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้ถือหุ้น 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 นอกจากจะช่วยส่งเสริมการขายแล้วยังช่วยในเรื่องของการส่งเสริมและการจดจำตราสินค้าของบริษัทฯ ด้วย การทำโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร สื่อดิจิทัล และโซเชียลเน็ตเวิร์คเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำตราสินค้าของบริษัทฯ ได้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะโซเชียลเน็ตเวิร์คของประธานเจ้าหน้าที่บริหารที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ ที่มีผู้ติดตามมากกว่า 1 ล้านคน และ โซเชียลเน็ตเวิร์คของเก้าแก่น้อย Facebook Taokaenoi Club มีผู้ติดตามกว่า 170,000 คน



ลูกค้าเป้าหมายตลาดในประเทศ

บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าจากทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นประเทศจีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฮ่องกง สิงคโปร์ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน ยุโรป เวียดนาม เป็นต้น โดยบริษัทฯ ได้จัดแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามประเภทของผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ดังนี้

ประเภทของสาขา	อายุ (ปี)	พื้นที่	รายได้เฉลี่ย (บาท)	อาชีพ
<u>สาขารายทอด</u>				
● แก้วแก้วน้อย	5-40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (เอเชีย ยุโรป สหรัฐอเมริกา)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
● บิ๊กซี	5-19	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (พม่า ลาว เวียดนาม จีน ฮ่องกง)	0-10,000	นักเรียน
● โคโนมิ	5-40	ตลาดต่างประเทศ (จีน ไต้หวัน)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
<u>สาขารายเพิ่มปุระ</u>				
● แก้วแก้วน้อยเพิ่มปุระ	5-40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (อินโดนีเซีย อเมริกา ฮอลแลนด์ อังกฤษ)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
<u>สาขารายอบ</u>				
● เอ็กตราซีท	5- 50	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด	0 – 50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
● สไตร์เกาหลี่	15 - 35	ตลาดต่างประเทศ (มาเลเซีย สิงคโปร์)	10,000 – 50,000	นักศึกษา และวัย ทำงาน



ประเภทของสาขา	อายุ (ปี)	พื้นที่	รายได้เฉลี่ย (บาท)	อาชีพ
<u>สาขาตัวอย่าง</u>				
• ชูเปอร์คริสป์	15-35	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (ฮ่องกง เวียดนาม อเมริกา ออสเตรเลีย ฮอลแลนด์ อังกฤษ)	15,000 – 25,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
• บิ๊กโรด	5-40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (จีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฮ่องกง สิงคโปร์ อเมริกา)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
• บิ๊กแบ็ก	5-40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (จีน มาเลเซีย กัมพูชา สิงคโปร์ ฮ่องกง)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
• โคโนมิ โรสติก	5-40	ตลาดต่างประเทศ (จีน ไต้หวัน)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน



ลูกค้าเป้าหมายตลาดต่างประเทศ

บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าจากทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นประเทศจีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฮ่องกง สิงคโปร์ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน ยุโรป เวียดนาม เป็นต้น โดยบริษัทฯ ได้จัดแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามประเภทของผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ดังนี้

ประเภทของสาขา	อายุ (ปี)	พื้นที่	รายได้เฉลี่ย (บาท)	อาชีพ
<u>สาขารายทอด</u>				
• แก้วแก้วน้อย	5-40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (เอเชีย ยุโรป สหรัฐอเมริกา)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
• บิ๊กซี	5-40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (อินโดนีเซีย พม่า ลาว เวียดนาม จีน ฮ่องกง)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
• โคโนมิ	5-40	ตลาดต่างประเทศ (จีน ไต้หวัน)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
<u>สาขารายเหมอะ</u>				
• แก้วแก้วน้อยเหมอะ	5-40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย อเมริกาฮอลแลนด์ อังกฤษ)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
<u>สาขารายอบ</u>				
• เอ็กตราซี	5- 50	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด (เวียดนาม กัมพูชา)	0 – 50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
• สโตร์เกาหลี	15 - 35	ตลาดต่างประเทศ (มาเลเซีย สิงคโปร์)	10,000 – 50,000	นักศึกษา และวัยทำงาน



ประเภทของสาขา	อายุ (ปี)	พื้นที่	รายได้เฉลี่ย (บาท)	อาชีพ
<u>สาขาอย่าง</u>				
• ซูเปอร์มาร์เก็ต	15-35	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (เวียดนาม อเมริกา ออสเตรเลีย ฮอลแลนด์ อังกฤษ กัมพูชา)	15,000 – 25,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
• บิ๊กโรด	5-40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (จีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฮ่องกง สิงคโปร์ อเมริกา)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
• บิ๊กแบ็ก	5-40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (จีน มาเลเซีย กัมพูชา เวียดนาม สิงคโปร์ ฮ่องกง)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
• โคโนมิ โรสติก	5-40	ตลาดต่างประเทศ (จีน ไต้หวัน)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน

ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ตลาดภายในประเทศ

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



1.1 ร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ประกอบด้วย ห้างร้านขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่ออกแบบร้าน และจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อความสะดวก และเป็นระเบียบ บริการทันสมัย เพื่อดึงดูดลูกค้าใช้บริการมากขึ้น ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนสูง และอาศัยระบบปฏิบัติการที่ซับซ้อน โดยบริษัทฯ อาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายนี้เป็นหลัก เพื่อกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เนื่องจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่เหล่านี้ มีสาขาเป็นจำนวนมากและมีความชำนาญในการบริหารจัดการสินค้าเป็นอย่างดี ทั้งนี้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่แบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

- ร้านสะดวกซื้อและช่องทางพิเศษ (Convenience Store and Specialty Store): เน้นความสะดวกสบายในการเข้าถึงโดยขยายสาขาให้มีจำนวนมากและมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับผู้บริโภค เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้ซื้อ โดยทั่วไปจะเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งร้านที่มีสินค้าของบริษัทฯ วางจำหน่าย ได้แก่ เซเว่น อีเลฟเว่น (7-11) แฟมิลี่มาร์ท (Family Mart) และจ๊อฟฟี่ (Jiffy) ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket and Hypermarket): เน้นขายสินค้าอุปโภคบริโภครวมถึงวัตถุดิบในการปรุงอาหาร ซึ่งร้านที่จำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ประกอบไปด้วย ท็อปส์ (Tops) เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) บิ๊กซี (BigC) 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 วัดสัน (Watson) เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ (Major Cineplex) และเอสเอฟซีนีม่า (SF Cinema) เป็นต้น

1.3 ร้านค้าปลีกดั้งเดิม

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



1.4 ร้านเก้าแก่น้อยแลนด์ (Taokaenoi Land)

ร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆ และของฝาก ทั้งในส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัท และผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตรายอื่น ซึ่งดำเนินงานโดย TKNRF ซึ่งเป็นบริษัทย่อย

2. ตลาดต่างประเทศ

ปัจจุบันบริษัทฯ จำหน่ายสินค้าไปยังประเทศต่างๆ กว่า 40 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 จีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฮองกง สิงคโปร์ ไต้หวัน เป็นต้น

2.2 ผู้นำเข้าในต่างประเทศ (Importer)

ผู้นำเข้าในต่างประเทศเป็นผู้ที่สั่งซื้อสินค้าหลากหลายประเภทจากประเทศอื่น แล้วนำเข้าไปจำหน่ายยังประเทศของตน โดยผู้นำเข้าในต่างประเทศเหล่านี้จะไม่ได้เข้าทำสัญญากับทางบริษัทฯ แต่จะสั่งซื้อสินค้ามาเป็นรายครั้ง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มองว่าการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้นำเข้าในต่างประเทศยังคงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้บริษัทฯ เข้าถึงลูกค้าในตลาดดังกล่าวได้มากขึ้น บริษัทฯ จึงได้พยายามรักษาความสัมพันธ์กับผู้นำเข้าแต่ละรายไว้เป็นอย่างดี โดยผู้นำเข้าในต่างประเทศที่สำคัญ เช่น ฮอลแลนด์ อังกฤษ แคนาดา เกาหลีใต้ เป็นต้น

2.3 ผู้ส่งออกภายในประเทศ (Thai Exporter)

ผู้ส่งออกภายในประเทศเป็นผู้ที่สั่งซื้อสินค้าประเภทต่างๆ จากผู้ผลิตภายในประเทศ แล้วส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยผู้ส่งออกภายในประเทศเหล่านี้จะไม่ได้เข้าทำสัญญากับทางบริษัทฯ และจะสั่งซื้อสินค้ามาเป็นรายครั้ง เช่นเดียวกันกับผู้นำเข้าในต่างประเทศ



บริษัทมีการแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายในประเทศจีน อย่างเป็นทางการ และมีการปรับสถานะจากผู้นำเข้า (Importer) ไปเป็นผู้จัดจำหน่าย (Distributor) ทำให้สัดส่วนตัวเลขร้อยละของรายได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน และมุ่งเน้นการทำการตลาดในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่มีการแต่งตั้งผู้จัดจำหน่าย ซึ่งจะมีการกำหนดงบประมาณในแต่ละปีให้สอดคล้องกับสภาพตลาด แผนการขยายตลาด และเป้าหมายการขาย สร้างความยั่งยืนในตัวสินค้า และตราสินค้าในตลาดนั้นๆต่อไป ดังนี้

- ขยายช่องทางการจำหน่ายให้ได้มากที่สุด โดยคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของห้างร้านนั้นๆ และมีราคาหน้า shelf ที่เหมาะสม
- มีการออกสินค้าใหม่เพื่อกระตุ้นตลาดอย่างน้อย ปีละ 2 - 4 SKU ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับตัวสินค้า ซึ่งอาจพิจารณาเข้าทุกช่องทางหลักหรือแค่บางช่องทางตามงบประมาณ และการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภค ฝ่ายจัดซื้อของห้างร้าน หรือผู้จัดจำหน่าย
- การทำการตลาด ทั้ง Above the line เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสารและ Below the line เช่น การลดราคา ตั้งกอง จัดหัว shelf
- Social Network ทางผู้แทนจำหน่ายมีการ ใช้ agency ดำเนินการ สื่อ online ต่างๆ social media ที่เป็นกระแสหลักสำหรับผู้บริโภคยุคใหม่ เพื่อรับ feed back และทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ควบคู่กัน
- มีการส่งเสริมการขายตามเทศกาลที่สำคัญ ได้แก่ เทศกาลตรุษจีน คริสต์มาส ปีใหม่ และ เทศกาลถือศีลศอด เป็นต้น

โดยผู้จัดจำหน่ายจะทำแผนการตลาดประจำปี พร้อมรายละเอียดในรายการหลักมานำเสนอ เพื่อตกลงร่วมกัน โดยจะควบคุมค่าใช้จ่ายเทียบกับเป้าที่ตั้งไว้ร่วมกันตั้งแต่นั้นปี

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวในประเทศไทย

อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวในปี 2559 มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 33,266 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 จากปี 2558 อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมายุทธศาสตร์ขนมขบเคี้ยวมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้มีผู้ประกอบการให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยผู้ประกอบการต่างๆ ต้องการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ทางการค้าต่างๆ รวมถึงการพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่ หรือรสชาติใหม่ ออกมานำเสนอ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะเป็นเด็กและวัยรุ่นซึ่งมีพฤติกรรมชอบทดลองสินค้าใหม่อยู่เสมอ

หากพิจารณาตลาดขนมขบเคี้ยวในประเทศไทย จะสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ในตลาดขนมขบเคี้ยวออกเป็น 9 กลุ่มใหญ่ ดังนี้



1. ขนมขบเคี้ยวประเภทขึ้นรูป (Extruded Snack) เป็นขนมที่ทำจากแป้งอบกรอบ เช่น แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งสาลี แป้งข้าวโพด และเพิ่มรสชาติโดยการปรุงรสด้วยส่วนผสมอื่นๆ เช่น รสซอส รสสาหร่าย เป็นต้น ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ คอนเน็ สแน็คแจ๊ค ตะวัน แจ็กซ์ และปาปริก้า
2. มันฝรั่ง (Potato Chip) เป็นขนมมันฝรั่งสไลด์ทอดปรุงรสชาติต่างๆ เช่น รสมันฝรั่งแท้ รสบาร์บีคิว เป็นต้น ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ เลย์ เทสโต มันฝรั่งพริงเกิล และเลย์สแตกซ์
3. สาหร่ายปรุงรส (Seasoned Seaweed) เป็นขนมที่ทำมาจากสาหร่ายโดยผ่านกระบวนการทอด ย่าง อบ พร้อมปรุงรสเป็นรสชาติต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ แก้วแก้วน้อย มาชิตะ ซิลิโกะ ตะวันแดง และโอโนริ
4. ถั่ว (Nut) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากถั่วประเภทต่างๆ เช่น ถั่วลิสง ถั่วลันเตา เม็ดมะม่วงหิมพานต์ อัลมอนต์ปรุงรสชาติต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ โกโก้ ทองการ์เด็น เจดีย์คู่ กรีนนัท และนัทวอลล์เกอร์
5. ปลาเส้น (Fish Snack) เป็นขนมที่ทำจากปลาที่ผ่านกระบวนการย่าง ปรุงรส เป็นรสชาติต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ ทาโร ฟิชโซ เบนโตะ เทนจัง และทาโรคริสบี้
6. ข้าวเกรียบกุ้ง (Prawn cracker) เป็นขนมที่ทำจากแป้งและปรุงรสชาติกุ้ง ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ ฮานามิ คาลบี้ และมโนราห์
7. ปลาหมึก (Cuttle Fish) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปลาหมึกปรุงรสต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ เบนโตะ เต้าทอง สควิดดี้ และฟิชโซทวิสต์
8. ข้าวอบกรอบ (Rice Cracker) เป็นขนมที่ทำจากข้าวหอมมะลิอบกรอบปรุงรส ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ โดโซะ และชินมัย
9. ข้าวโพดอบกรอบ (Popcorn) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดคั่ว ปรุงรสชาติต่างๆ เช่น รสเนย รสกาแฟ รสคาราเมล ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ ไตรโอ ถั่วแก๊ปป็อป ป๊อปคอร์นนิวยอร์ด ปาร์ตี้ และ Poppycock

ในปี 2557 ภาพรวมของตลาดขนมขบเคี้ยวปรับตัวเพิ่มขึ้น จากปี 2558 เล็กน้อย โดยมีขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายซึ่งมีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 สาเหตุหลักของการเติบโตของขนมขบเคี้ยว เป็นผลมาจากการพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่และรสชาติใหม่ๆ ออกมาสู่ตลาดเพิ่มขึ้นรวมถึงการทำการกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องของเจ้าแก้วน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสินค้าใหม่ๆ ที่ออกมาได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างดี

อุตสาหกรรมสาหร่ายปรุงรสในประเทศไทย

สาหร่ายปรุงรสถือเป็นอาหารที่คนไทยมีความคุ้นเคยและบริโภคมาอย่างยาวนาน โดยความเป็นญี่ปุ่นถือเป็นจุดเริ่มต้นของตลาดสาหร่าย เพราะสาหร่ายเป็นอาหารที่ชาวญี่ปุ่นรู้จักและบริโภคมาโดยตลอด สาหร่ายปรุงรสเป็นสินค้าที่ผู้ผลิตสามารถเข้ามาทำตลาดได้ง่ายในแง่ของการผลิตสินค้า เพราะมีขั้นตอนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายเล็ก ที่ไม่เน้นการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก หรือมีการทำการตลาดอย่างจริงจังเพื่อมากระตุ้นยอดขาย ทำให้ที่ผ่านมาตลาดสาหร่ายในประเทศไทยเติบโตได้ในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคไม่ได้มีความตื่นตัวมากนัก

อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายปรุงรสในปี 2559 มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 2,631 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 จากปีก่อนหน้า ทั้งนี้ ณ สิ้นเดือนธันวาคมปี 2559 ตราสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ เจ้าแก้วน้อย มาชิตะ ซิลิโกะ และ



ตะวันตก อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้ มีผู้ประกอบการให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยผู้ประกอบการต่างๆ ต้องการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ทางการค้าต่างๆ รวมถึงการพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่ หรือรสชาติใหม่ ออกมานำเสนอ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะเป็นเด็ก และวัยรุ่นซึ่งมีพฤติกรรมทดลองสินค้าใหม่อยู่เสมอ

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดสาหร่ายปรุงรสในประเทศไทยนั้นมาจากกระแสนิยมของวัฒนธรรมบันเทิงของเกาหลี เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นมีความนิยมในสินค้าจากเกาหลีเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากร้านอาหารเกาหลีเพิ่มขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็วในเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่เลือกทำการตลาดไปในทิศทางที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมบันเทิงของเกาหลี อาทิเช่น การใช้กลุ่มนักร้องจากเกาหลีมาเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับสินค้า รวมถึงการจัดแคมเปญการตลาดร่วมไปกับคอนเสิร์ตเกาหลีต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมชิงบัตรคอนเสิร์ตของกลุ่มนักร้องเกาหลี เป็นต้น

ที่ผ่านมาบริษัท มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในกลุ่มอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายปรุงรส โดยหากพิจารณาส่วนแบ่งทางการตลาดในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัท ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) พบว่าบริษัท มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในทุกช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัท จะไม่ได้รับผลกระทบโดยตรงต่อยอดขายจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ เช่น มาซิโด โอโนริ เป็นต้น แต่คู่แข่งเหล่านั้นก็ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัท ลดลง ทั้งนี้ บริษัทฯ วางแผนในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด รวมถึงกระตุ้นตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายปรุงรสให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

โรงงานและการใช้กำลังผลิต

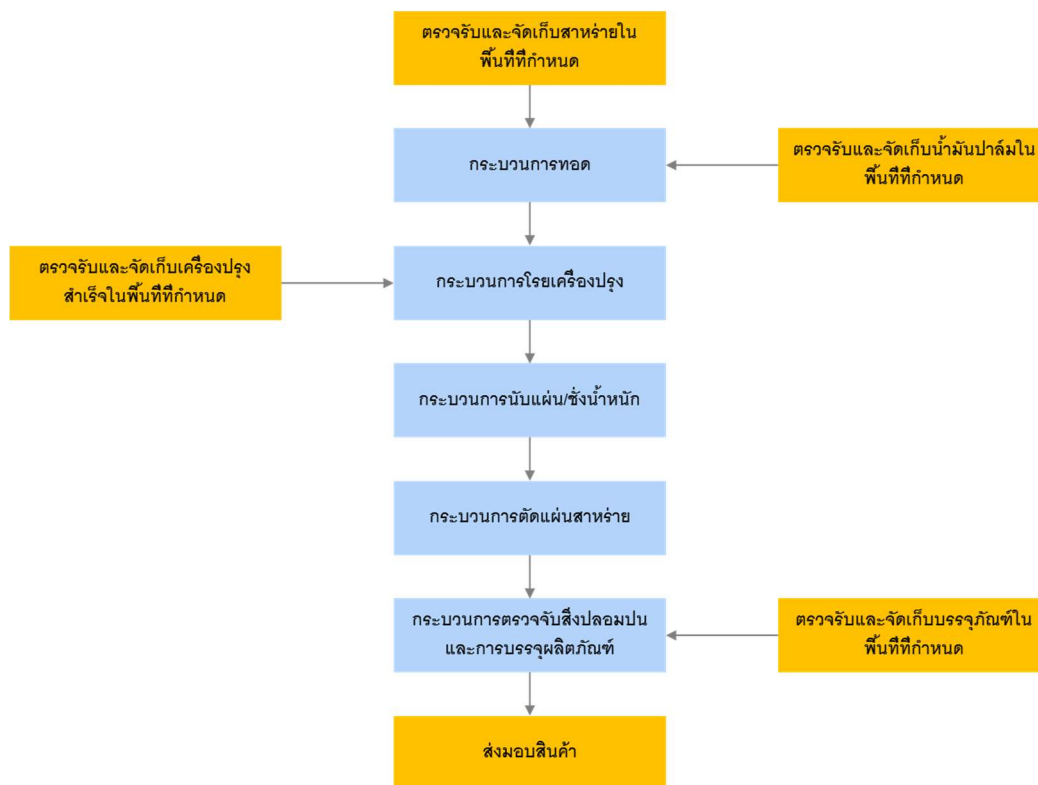
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัท มีโรงงานที่ใช้ในการดำเนินการผลิต 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่ 12/1 หมู่ 4 ต.หน้าไม้ อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี 12140 โดยในปี 2559 มีกำลังการผลิตเต็มที่อยู่ที่ 5,710 ตัน ซึ่งอัตราการใช้กำลังการผลิตในอยู่ที่ร้อยละ

93



กระบวนการผลิตสาหร่ายแปรรูป

1. การผลิตสาหร่ายทอดกรอบ



การผลิตสาหร่ายทอดจะเริ่มจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งวัตถุดิบต่างๆ ในกระบวนการผลิต เช่น สาหร่าย ผงปรุงรส และบรรจุภัณฑ์ มายังอาคารคลังสินค้าของบริษัท เพื่อรอการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจวัตถุดิบที่ได้รับว่ามีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ของทางบริษัท หรือไม่ จากนั้นวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกจัดเก็บเข้าคลังสินค้า ซึ่งฝ่ายวางแผนจะเป็นผู้ขอเบิกใช้วัตถุดิบแต่ละประเภทจากฝ่ายคลังสินค้า เพื่อจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน โดยจะมีฝ่ายผลิตและฝ่ายตรวจสอบคุณภาพดำเนินการสุ่มตรวจคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบอีกครั้งหนึ่งก่อนนำวัตถุดิบดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการผลิต เมื่อวัตถุดิบถูกส่งเข้ากระบวนการผลิตแล้ว ผู้ที่รับผิดชอบจะนำสาหร่ายมาดำเนินการปรับสภาพเพื่อให้เป็นไปตามคุณสมบัติที่กำหนดก่อน จากนั้นจึงนำสาหร่ายวัตถุดิบมาทอดในน้ำมัน แล้วโรยด้วยผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติที่ต้องการผลิต ขั้นตอนต่อไปจะนำสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงรสแล้วเข้าสู่เครื่องตัด เพื่อบรรจุใส่ซอง โดยควบคุมน้ำหนักให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด แล้วจึงเติมก๊าซไนโตรเจนลงไปในถุงและปิดปากถุงด้วยเครื่องจักร จากนั้นจะนำสินค้าที่บรรจุเสร็จเรียบร้อยทุกชิ้นมาผ่านเข้าเครื่องเอ็กซ์เรย์ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของโลหะในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐาน HACCP สินค้าที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกนำไปบรรจุในถุงโพลีแล้วจึงนำไปบรรจุรวมใส่กล่องและทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบนแท่นรองรับบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดส่งไปยังคลังสินค้าสำเร็จรูป โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้าจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้าอีกครั้ง รวมถึงตรวจสอบสภาพของตู้คอนเทนเนอร์และรถขนส่ง ว่าอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งานหรือไม่ จากนั้นฝ่ายคลังสินค้าจะลำเลียงสินค้าเข้าไปยังตู้คอนเทนเนอร์บนรถขนส่ง เพื่อจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าต่อไป



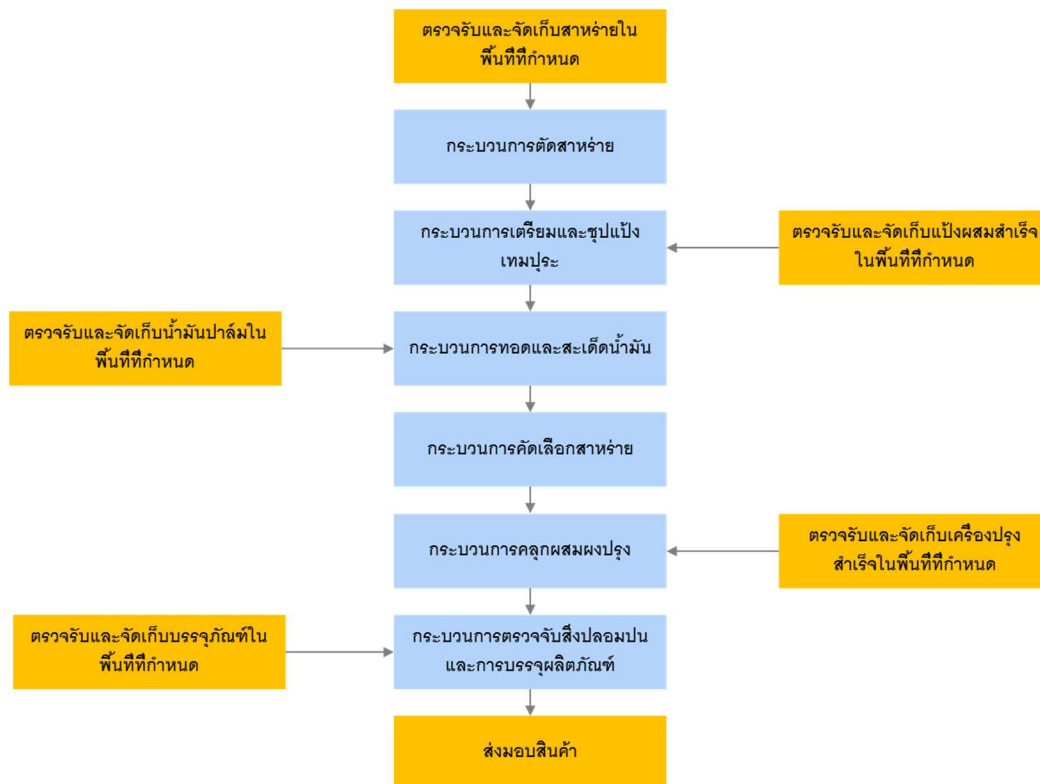
2. การผลิตสาหร่ายย่าง

ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสาหร่ายย่าง	รายละเอียดการผลิตสาหร่ายย่าง
1	รับวัตถุดิบเข้าสู่ระบบ	ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งปัจจัยการผลิตเข้าที่อาคารคลังสินค้าทางคลังสินค้าทำการจัดเก็บในพื้นที่รอการตรวจสอบ
2	ตรวจสอบคุณภาพ	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบปัจจัยการผลิตที่รับเข้าตามแผนการสุ่มตัวอย่างและตรวจสอบตามข้อกำหนดการรับเข้าปัจจัยการผลิต (Raw material specification)
3	จัดเก็บ	คลังสินค้าจะทำการจัดเก็บวัตถุดิบในชั้นที่กำหนดของแต่ละพื้นที่
4	เบิกวัตถุดิบเข้าโรงงาน	ฝ่ายวางแผนจะทำการเบิกวัตถุดิบ และฝ่ายคลังสินค้าจะจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงานโดยจะมีฝ่ายผลิต (Production) และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจคุณภาพและจำนวนก่อนรับเข้าโรงงาน
5	เตรียมสาหร่ายดิบโรยผงปรุงรสด้วยเครื่อง	นำสาหร่ายมาโรยผงปรุงรสด้วยเครื่องโรย
6	ย่างสาหร่าย	นำสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงรสมาย่างในเตาย่าง
7	ตัดแผ่นสาหร่ายก่อนบรรจุ	นำแผ่นสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงรสเข้าเครื่องตัดเพื่อบรรจุใส่ซองโดยควบคุมน้ำหนักผลิตภัณฑ์
8	บรรจุใส่ซอง	บรรจุสาหร่ายใส่ซองตามน้ำหนักตามที่กำหนด
10	ซีลซองพร้อมเติม Nitrogen gas	ปิดปากถุงด้วยเครื่องซีลพร้อมเติม Nitrogen gas โดยควบคุมปริมาณการเติมตาม Products specification (ผลิตภัณฑ์บางกลุ่มไม่เติม Nitrogen gas)
11	Metal detect by X-ray	ผ่านของสินค้าทั้งหมดเข้าเครื่อง X-Ray เพื่อตรวจหาการปนเปื้อนของโลหะ
12	บรรจุถุงโหล	ซองที่ผ่านเครื่อง X-Ray จะนำมาบรรจุถุงโหล
13	บรรจุใส่กล่อง	นำถุงโหลที่ซีลเรียบร้อยแล้วทำการบรรจุใส่กล่อง และทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบน pallet



ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสาหร่ายย่าง	รายละเอียดการผลิตสาหร่ายย่าง
14	เก็บในคลังสินค้าสำเร็จรูป	ส่งสินค้ามาที่พื้นที่คลังสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรับเข้าระบบและจัดวางเพื่อรอการเบิกเพื่อจัดส่งต่อไป
15	ตรวจสอบคุณภาพ FG ก่อน Loading	ฝ่าย QA จะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้า ก่อนการ Load และมีการตรวจสอบสภาพตู้ Container ก่อนว่ามีสภาพพร้อมใช้งานหรือไม่
16	ขนส่ง	เมื่อสินค้าสำเร็จรูปผ่านการตรวจสอบแล้วทางฝ่ายคลังสินค้าจะทำการจัดส่งสินค้าเข้าตู้ Container เพื่อส่งให้ลูกค้ากรณีถ้าเป็นผู้สำหรับส่งออกจะมีการ Lock seal ตู้ให้เรียบร้อยก่อนปล่อยออก

3. การผลิตสาหร่ายเทมปุระ



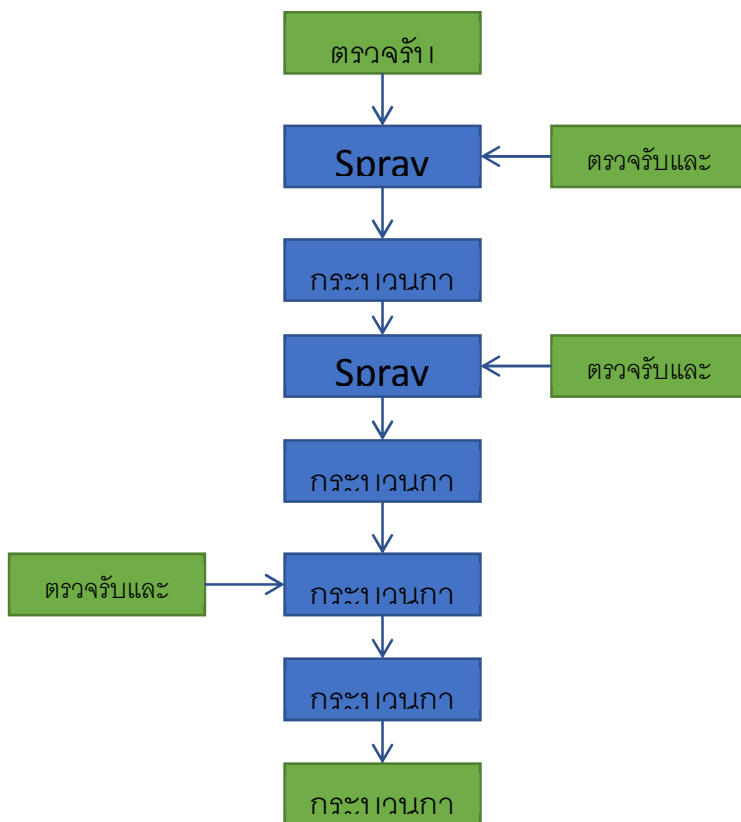
ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสายรถยนต์เทมปุระ	รายละเอียดการผลิตสายรถยนต์เทมปุระ
1	รับวัตถุดิบเข้าสู่ระบบ	ผู้จำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งปัจจัยการผลิตเข้าที่อาคารคลังสินค้าทางคลังสินค้าทำการจัดเก็บในพื้นที่รอการตรวจสอบ
2	ตรวจสอบคุณภาพ	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบปัจจัยการผลิตที่รับเข้าตามแผนการสุ่มตัวอย่างและตรวจสอบตามข้อกำหนดการรับเข้าปัจจัยการผลิต (Raw material specification)
3	จัดเก็บ	คลังสินค้าจะทำการจัดเก็บวัตถุดิบในชั้นที่กำหนดของแต่ละพื้นที่
4	เบิกวัตถุดิบเข้าโรงงาน	ฝ่ายวางแผนจะทำการเบิกวัตถุดิบและฝ่ายคลังสินค้าจะจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงานโดยจะมีฝ่ายผลิต (Production) และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจคุณภาพและจำนวนก่อนรับเข้าโรงงาน
5	ตัดสายรถยนต์ก่อนทอด	นำแผ่นสายรถยนต์ผ่านเครื่องตัดโดยการตัดแผ่นขึ้นตามมาตรฐานกำหนด
6	เตรียมแป้ง	ปั้นแป้งและตรวจสอบโดยฝ่ายควบคุมคุณภาพ
8	ทอดสายรถยนต์	พนักงานนำแผ่นสายรถยนต์ชุบด้วยแป้งแล้วนำสายรถยนต์ที่ชุบแป้งแล้วมาทำการทอดในน้ำมัน
9	สะเด็ดน้ำมันและคัดเลือกแผ่น	นำเทมปุระที่ทอดแล้วมาสะเด็ดน้ำมันและตรวจสอบคุณภาพ
10	คลุกผงปรุง	นำแผ่นสายรถยนต์ที่ผ่านการทอดแล้วเทลงในถังผสมและเทผงปรุงลงไปเพื่อคลุกด้วยผงปรุง
11	บรรจุใส่ซอง	บรรจุสายรถยนต์ใส่ซองตามน้ำหนักที่กำหนด
12	ซีลซองพร้อมเติม Nitrogen gas	ปิดปากถุงด้วยเครื่องซีลพร้อมเติม Nitrogen gas โดยควบคุมปริมาณการเติมตาม Products specification
13	Metal detect by X-ray	ผ่านช่องสินค้าเข้าเครื่อง X-Ray เพื่อตรวจหาการปนเปื้อนของโลหะ โดยสินค้าทุกซองต้องผ่านเครื่อง X-Ray ทั้งหมด



ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสำหรับรายทอดเทมปุระ	รายละเอียดการผลิตสำหรับรายทอดเทมปุระ
14	บรรจุถุงโหล	ซองที่ผ่านเครื่อง X-Ray จะนำมาบรรจุถุงโหลโดยควบคุมจำนวนและวิธีการบรรจุตาม Products specification
15	บรรจุใส่กล่อง	นำถุงโหลที่ซีลเรียบร้อยแล้วทำการบรรจุใส่กล่อง และทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบน pallet
16	เก็บในคลังสินค้าสำเร็จรูป	ส่งสินค้าที่จัดวางและตรวจสอบส่งมาที่พื้นที่คลังสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรับเข้าระบบและจัดวางเพื่อรอการเบิกเพื่อจัดส่ง
17	ตรวจสอบคุณภาพ FG ก่อน Loading	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้า ก่อนการ Load และมีการตรวจสอบสภาพตู้คอนเทนเนอร์ก่อนว่ามีสภาพพร้อมใช้งานหรือไม่
18	ขนส่ง	เมื่อสินค้าสำเร็จรูปผ่านการตรวจสอบแล้ว ทางฝ่ายคลังสินค้า จะทำการจัดส่งสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์เพื่อส่งให้ลูกค้ากรณีถ้าเป็นผู้สำหรับส่งออกจะมีการ Lock seal ตู้ให้เรียบร้อยก่อนปล่อยออก



4. กระบวนการผลิตสาหร่ายอบกรอบ



การผลิตสาหร่ายอบกรอบจะเริ่มจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งวัตถุดิบต่างๆ ในกระบวนการผลิต เช่น สาหร่าย ผงปรุงรส และบรรจุภัณฑ์ มายังอาคารคลังสินค้าของบริษัท เพื่อรอการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจวัตถุดิบที่ได้รับมามีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ของทางบริษัท หรือไม่ จากนั้นวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกจัดเก็บเข้าคลังสินค้า ซึ่งฝ่ายวางแผนเป็นผู้วางแผนผลิต และทางฝ่ายผลิตจะเป็นผู้ขอเบิกใช้วัตถุดิบแต่ละประเภทจากฝ่ายคลังสินค้า เพื่อจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน โดยจะมีฝ่ายผลิตและฝ่ายตรวจสอบคุณภาพดำเนินการสุ่มตรวจคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบอีกครั้งหนึ่งก่อนนำวัตถุดิบดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการผลิตเมื่อวัตถุดิบถูกส่งเข้ากระบวนการผลิตแล้ว เมื่อสาหร่ายถูกส่งเข้าสายการผลิต จะถูกปรุงรส ครั้งที่ 1 และ ถูกส่งต่อเข้าสู่กระบวนการอบ เมื่อทำการอบได้ตาม สูตรที่กำหนด สาหร่ายที่อบแล้ว จะถูกดำเนินการปรุงรส ครั้งที่ 2 ขึ้นตอนต่อไปสาหร่ายที่ปรุงรส แล้วจะนำเข้าเครื่องตัด เพื่อ บรรจุซอง โดยควบคุมน้ำหนักให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และปิดปากถุงด้วยเครื่องจักร จากนั้นจะนำสินค้าที่บรรจุเสร็จเรียบร้อยแล้วทุกชิ้นมาผ่านเข้าเครื่องเอ็กซ์เรย์ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของโลหะในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐาน HACCP สินค้าที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกนำไปบรรจุในถุงโพลีแล้วจึงนำไปบรรจุรวมใส่กล่องและทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบนแท่นรองรับบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดส่งไปยังคลังสินค้าสำเร็จรูป โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้าจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้าอีกครั้ง รวมถึง ตรวจสอบสภาพของตู้คอนเทนเนอร์และรถขนส่งว่าอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งานหรือไม่ จากนั้นฝ่ายคลังสินค้าจะลำเลียงสินค้าเข้าไปยังตู้คอนเทนเนอร์บนรถขนส่ง เพื่อจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าต่อไป



กลุ่มบริษัท มีนโยบายในการบริหารจัดการกระบวนการผลิตที่สอดคล้องตามมาตรฐานสากล ทั้งในส่วนของนโยบายด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต เช่น ISO 9001:2008 HACCP GMP HALAL เป็นต้น รวมไปถึงการควบคุมดูแลให้กระบวนการผลิตของบริษัท เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ บริษัท ได้กำหนดแผนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับนโยบายการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริษัท มั่นใจได้ว่าการบริหารจัดการในทุกส่วนงานจะเป็นไปเพื่อบรรลุเป้าหมายโดยรวมของทางบริษัท

2.3 การจัดหาวัตถุดิบ

1. สหรัย

สหรัยเป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิตของบริษัท โดยบริษัท จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจากต่างประเทศ เสนอราคาเข้ามาประมาณ 2 - 3 ราย จากนั้นบริษัท จะเข้าทำสัญญาสั่งซื้อสหรัยจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายปี ซึ่งเงื่อนไขในสัญญาจะกำหนดระดับคุณภาพของสหรัย ราคา และปริมาณรวมทั้งปีที่บริษัท จะสั่งซื้อ ทั้งนี้ บริษัท จะเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ที่ระบุปริมาณที่จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจัดส่งให้ในแต่ละครั้ง ก่อนที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะจัดส่งสหรัยให้แก่บริษัท ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะนำตัวอย่างสหรัยส่งมาให้บริษัท ตรวจสอบคุณภาพก่อนว่าเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัท กำหนดไว้หรือไม่ หากตัวอย่างสหรัยที่ส่งมานั้นมีคุณสมบัติครบถ้วน บริษัท จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจัดส่งสหรัยครั้งนั้นๆ มาให้แก่บริษัท ซึ่งผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะให้ Credit Term แก่บริษัท ประมาณ 45 – 60 วัน โดยปัจจุบันบริษัท สั่งซื้อสหรัยจากผู้ผลิตและจำหน่ายในประเทศเกาหลีเป็นหลัก

2. น้ำมันปาล์ม

การจัดหาทางผู้ขายดำเนินการส่งตัวอย่างมาให้ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ (Quality Assurance : QA) ทำการตรวจสอบคุณภาพ เมื่อผลตรวจผ่าน จะให้ทำการเสนอราคาเปรียบเทียบราคา 2 – 3 รายขึ้นไป เมื่อคัดเลือกผู้ขายได้แล้วจะทำสัญญา ราคาและจำนวนส่งมอบ โดยจะทำสัญญาจองการซื้อล่วงหน้าเป็นช่วงๆ ตามสถานการณ์ตลาด และจะมีการเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ไปยังผู้ขาย ซึ่งในปัจจุบันทางบริษัท มีการซื้อขายน้ำมันปาล์มกับผู้ขายรายใหญ่ 3 ราย เนื่องจากมีการเสนอราคาที่เหมาะสม และน้ำมันปาล์มที่ผ่านมีคุณภาพ โดยผู้ขายรายดังกล่าวให้ Credit Term แก่บริษัท ประมาณ 30 วัน ด้านราคาน้ำมันปาล์มมีการปรับขึ้นลงตลอดระหว่างปีตามกลไกราคาตลาด ทางบริษัท จึงมีการป้องกันความเสี่ยงจากการปรับราคา โดยใช้วิธีการทำสัญญาจองซื้อน้ำมันปาล์มในราคาที่เหมาะสม และอยู่ในเกณฑ์ที่ต้นทุนสินค้ารับได้ โดยสัญญาอาจมีอายุ 3 - 6 เดือน แล้วแต่สภาวะการปรับราคาในขณะนั้น

3. ผงปรุงรส

การจัดหาจะเริ่มจากกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product process) โดยทาง ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Research and Development :R&D) จะเป็นผู้ประสานงานกับผู้ขายในการพัฒนาผงปรุงรสให้เป็นไปตามสเปค และราคาที่ทางบริษัท ต้องการ และให้ทางผู้ขายทำการยื่นราคาเป็นช่วงเวลา ในการสั่งซื้อจะส่งตามความต้องการในแต่ละเดือนซึ่งปัจจุบันทางบริษัท มีการสั่งซื้อสินค้าประเภทผงปรุงรสจากผู้ขายหลายแห่ง โดยมีการพิจารณาด้านคุณภาพเป็นหลัก และด้านราคาเป็นรอง สำหรับผงปรุงรสที่มีประเด็นเรื่องสูตรลับนั้นจะส่งผลิตจาก NCP (บริษัทในเครือ) ซึ่งเปิดกิจการมาเพื่อ



รองรับการผลิตผงบุงรสให้กับบริษัท ในการสั่งซื้อแต่ละครั้งจะเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ตามเงื่อนไข Lead Time ที่ผู้ขายแต่ละราย ตั้งไว้ ซึ่งอยู่ในช่วงระยะเวลา 15 - 45 วัน

4. บรรจุภัณฑ์

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

5. วัตถุดิบหลักอื่น

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

6. การขนส่งสินค้า

ในส่วนของการขนส่งสำเร็จรูป บริษัท ได้ใช้บริการจากผู้ให้บริการขนส่งภายนอก (Outsource) เนื่องจากบริษัท ต้องการให้การขนส่งสินค้าไปยังลูกค้ามีความถูกต้องครบถ้วน โดยมีหลักเกณฑ์การหาและจัดจ้างบริษัทขนส่งภายนอกดังนี้

ขั้นตอนการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่ง บริษัท ทำการเปิดให้มีการประมูลเป็นประจำทุกปี โดยใช้หลักเกณฑ์ คือ ต้นทุนค่าขนส่ง จำนวนรถใน Fleet ประเภทรถที่ให้บริการ ความครอบคลุมเส้นทางการให้บริการ การประกันสินค้า รวมถึงการบริการและ Service mindทั้งนี้ทางบริษัท จะคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 3 - 4 ราย เพื่อบริหารความเสี่ยงในเรื่องการขนส่งสินค้า

สัญญาว่าจ้างขนส่ง ประกอบด้วย เอกสารสัญญา 2 ชุด (ต้นฉบับและคู่ฉบับ) และเอกสารแนบท้ายสัญญา (ใบราคา ค่าเที่ยว) (ต้นฉบับและคู่ฉบับ)ทางบริษัท จะเป็นผู้ดำเนินการออกสัญญาและส่งให้ทางบริษัทขนส่งลงนามในสัญญา พร้อมกับเอกสารแนบท้ายสัญญาเป็นฝ่ายแรก และส่งกลับบริษัท เพื่อให้ผู้มีอำนาจลงนามเป็นลำดับต่อไป หลังจากสัญญาและเอกสารแนบท้ายลงนามครบถ้วนทั้ง 2 ฝ่าย ทางบริษัทขนส่งจะสามารถเริ่มให้บริการได้ อีกทั้งบริษัท มีขั้นตอนในการจัดการเรื่องขนส่งสินค้า โดยคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยง และความถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้การขนส่งสินค้าสำเร็จรูปไปยังผู้บริโภคมีความถูกต้อง ครบถ้วน และตรงตามกำหนด



ในปี 2557 ถึง ปี 2559 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตรวม ดังต่อไปนี้

กำลังการผลิต (หน่วย: ตัน)	2557	2558	2559
ผลิตภัณฑ์สาหร่าย			
สาหร่ายทอด			
- กำลังการผลิตเต็มที่	2,794	3,326	3,574
- การใช้กำลังการผลิต	2,508	2,723	3,332
สาหร่ายย่าง			
- กำลังการผลิตเต็มที่	915	1,758	1,818
- การใช้กำลังการผลิต	764	1,599	1,787
สาหร่ายเทมปุระ			
- กำลังการผลิตเต็มที่	317	317	318
- การใช้กำลังการผลิต	146	129	183
รวมผลิตภัณฑ์สาหร่าย			
- กำลังการผลิตเต็มที่	4,026	5,401	5,710
- การใช้กำลังการผลิต	3,418	4,451	5,305
- อัตราการใช้กำลังการผลิต	85%	82%	93%

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

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการดำเนินงานอย่างมีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยตระหนักถึงความสำคัญ
ในการป้องกันและควบคุมผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และได้ให้ความสำคัญในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมใน
ด้านต่างๆ โดยการกำกับ ควบคุม ดูแล และปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องรวมถึงการพัฒนาและคัดสรร เทคโนโลยี
เพื่อให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และลดของเสียในกระบวนการผลิต เพื่อควบคุมให้ระดับ
มลภาวะต่างๆ และการกำจัดของเสีย อยู่ภายในเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด และ ไม่มีผลกระทบต่อชุมชน ดังนี้

1. การบำบัดน้ำเสีย

ทางบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในส่วนดังกล่าวเนื่องจากทางบริษัทฯ ตระหนักว่าโรงงานตั้งอยู่ในพื้นที่เกษตรกรรมซึ่ง
น้ำเสียมีผลกระทบโดยตรงต่อชุมชน ทางบริษัทฯ จึงจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสีย อยู่ภายใต้เกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด
และจัดทำระบบหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อไม่ให้มีการทิ้งน้ำออกจากโรงงาน

2. การกำจัดกลิ่น



เนื่องจากทางบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตอาหารจึงอาจมีกลิ่นรบกวนชุมชนโดยรอบได้ ทางบริษัทฯ จึงได้มีการติดตั้งระบบกำจัดกลิ่นระบบแบบเปียก เพื่อลดผลกระทบดังกล่าวกับชุมชนโดยรอบและชุมชนใกล้เคียง และจัดให้มีการทำชุมชนสัมพันธ์เพื่อให้เสริมสร้างความสัมพันธ์ต่อกัน

3. การกำจัดขยะมูลฝอย

ทางบริษัทฯ ได้มีระบบการจัดการคัดแยกขยะ และส่งให้แก่ผู้รับจ้างที่ได้รับอนุญาตดำเนินการกำจัดต่อไป

ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยมีข้อพิพาทหรือปัญหาเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด โดยจากการเข้าตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่โรงงานนพวงศ์ครั้งล่าสุด พบว่า ผลการตรวจวัดดัชนีต่างๆ เป็นไปตามค่ามาตรฐานตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-



3. การบริหารความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่างๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกลุ่มบริษัท มี 4 ด้านดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการดำเนินธุรกิจ

ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่

วัตถุดิบหลักในการผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปของบริษัท คือ สาหร่าย ซึ่งสั่งซื้อจากต่างประเทศเป็นหลัก โดยมาจากประเทศเกาหลีเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกสาหร่ายชั้นนำของโลก ทั้งนี้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้สั่งซื้อสาหร่ายจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศเกาหลีคิดเป็นสัดส่วนรวมอยู่ที่ประมาณมากกว่าร้อยละ 90 ของมูลค่าการสั่งซื้อสาหร่ายทั้งหมดในแต่ละปี หากพิจารณาถึงสัดส่วนการสั่งซื้อสาหร่ายจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบแต่ละรายพบว่า บริษัทฯ มียอดการสั่งซื้อสาหร่ายจากผู้ผลิตรายหนึ่งเป็นปริมาณมาก จึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจผลิตสาหร่ายแปรรูปของบริษัทฯ มีความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ ซึ่งในกรณีที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสาหร่ายไม่สามารถจัดหาสาหร่ายให้แก่บริษัทฯ ตามปริมาณ ราคา และคุณภาพที่ต้องการได้ ย่อมส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางในการคัดเลือกผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบจากผู้ที่มีประสบการณ์ยาวนาน มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในตลาด และมีฐานะทางการเงินที่ดี การกระจายการสั่งซื้อสาหร่ายจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสาหร่ายแต่ละราย เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบ รายดังกล่าว นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการทำวางแผนปริมาณการใช้ทั้งปีเพื่อทำสัญญาการสั่งซื้อล่วงหน้ากับทางผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ด้วย

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทฯ ขายสินค้าให้กับลูกค้ารายใหญ่คิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 10% ของรายได้จากการขายจำนวน 4 ราย ประกอบด้วย ร้านค้าปลีกรายใหญ่รายหนึ่งในประเทศและผู้แทนจำหน่ายในประเทศรายหนึ่งในประเทศ และ 2 รายในประเทศจีน ดังนั้นหากบริษัทฯ ต้องสูญเสียลูกค้ารายดังกล่าวไป อาจมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าทั้ง 4 รายมาโดยตลอด โดยรายหนึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทฯ ตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจ อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีนโยบายที่จะกระจายความเสี่ยงโดยเพิ่มสัดส่วนการขายในลูกค้ารายอื่น ๆ มากขึ้น

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงสินค้าที่เกี่ยวข้องเนื่องจากสาหร่ายเป็นหลัก

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในปัจจุบันเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องจากสาหร่ายเป็นหลัก โดยรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทสาหร่ายแปรรูปมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 90 ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงหากกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ เปลี่ยนรสนิยมการบริโภคหรือหมดความนิยมในการบริโภคสาหร่าย ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียรายได้อย่างมีนัยสำคัญ



การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว โดยบริษัทฯ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานพัฒนาธุรกิจซึ่งช่วยในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมถึงศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การสำรวจความชื่นชอบของผลิตภัณฑ์ใหม่ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนการขยายธุรกิจใหม่อย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่อสัญญาเช่าที่ดินที่สำนักงานพวงศ

เนื่องจากโรงงานพวงศซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงงานของบริษัทฯ ตั้งอยู่บนที่ดินเช่าหลายแปลง หากบริษัทฯ ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าที่ดินดังกล่าวได้ไม่ว่าจะทุกแปลงหรือบางแปลง ก็อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หยุดชะงัก ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียรายได้และชื่อเสียง

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ ได้เจรจาต่ออายุสัญญาเช่าสำหรับที่ดินส่วนใหญ่ที่เป็นที่ดินผืนหลักรวมถึงได้รับคำมั่นในการต่ออายุสัญญาอีกเป็นระยะเวลา 9 - 12 ปีนับจากปี 2563 นอกจากนี้บริษัทฯ ยังอยู่ระหว่างการสร้างโรงงานแห่งที่สองขึ้นที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ ซึ่งคาดว่าจะสามารถดำเนินการเชิงพาณิชย์ได้ภายในไตรมาส 1 ปี 2560 และสามารถขยายเพิ่มเติมเพื่อรองรับกำลังการผลิตในอนาคตได้ ซึ่งหากมีความจำเป็นที่จะต้องย้ายโรงงานไปยังโรงงานที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ บริษัทฯ สามารถที่จะย้ายเครื่องจักรจากโรงงานพวงศไปยังโรงงานโรจนะ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีที่ดินที่ลาดบัวหลวง ซึ่งหากมีความจำเป็นในการย้ายหรือขยายโรงงานเพิ่มเติม บริษัทฯ ก็สามารถพัฒนาที่ดินแปลงดังกล่าวให้เป็นโรงงานอีกแห่งได้

ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต

ต้นทุนในการผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปของบริษัทฯ มาจากต้นทุนค่าสาหร่ายเป็นหลัก ซึ่งหากราคาของสาหร่ายที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตเปลี่ยนแปลงไปย่อมส่งผลต่อต้นทุนในการดำเนินงานของบริษัทฯ และท้ายที่สุดย่อมกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการปรับเพิ่มขึ้นของราคาสาหร่าย

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยการเข้าทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสาหร่าย ซึ่งอายุสัญญาโดยทั่วไปจะอยู่ที่ประมาณ 1 ปี โดยรายละเอียดในสัญญาจะระบุราคาปริมาณ และคุณภาพของสาหร่ายที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายต้องจัดส่งให้แก่บริษัทฯ ตลอดอายุสัญญา ทั้งนี้ หากราคาสาหร่ายในตลาดสูงกว่าราคาที่ระบุไว้ในสัญญา บริษัทฯ ก็จะได้เปรียบจากการเข้าทำสัญญาดังกล่าวและมีต้นทุนอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่นที่สั่งซื้อสาหร่ายในราคาตลาด ณ เวลาดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลภาวะตลาดกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอยู่เป็นประจำ ทำให้บริษัทฯ สามารถประเมินสถานการณ์และกำหนดราคาซื้อขายในสัญญาให้อยู่ในระดับที่ค่อนข้างเหมาะสม ซึ่งวิธีการต่างๆ เหล่านี้จะช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลักได้

ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ปัจจุบันในตลาดสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวมีผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปอยู่หลายราย เนื่องจากธุรกิจสาหร่ายแปรรูปใช้เงินลงทุนเริ่มแรกไม่มากนัก และสามารถดำเนินงานได้ด้วยเทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน ทำให้ผู้ประกอบการราย



ใหม่เข้ามาแข่งขันในตลาดได้โดยง่าย ทั้งในส่วนของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง โดยวางขายผลิตภัณฑ์ผ่านทางร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้าทั่วไป ซึ่งเป็นคู่แข่งทางตรงกับบริษัทฯ และผู้ผลิตและจำหน่ายที่ไม่ได้มีตราสินค้าเป็นของตนเอง โดยวางขายผลิตภัณฑ์ตามร้านค้าท้องถิ่นและงานแสดงสินค้าต่างๆ อีกทั้ง ลักษณะของผลิตภัณฑ์สาหร่ายแปรรูปที่อยู่ในระดับเดียวกันค่อนข้างมีความคล้ายคลึงกัน จึงส่งผลให้การแข่งขันในตลาดมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีความได้เปรียบทางการแข่งขันค่อนข้างมาก เนื่องจากบริษัทฯ ถือเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจสาหร่ายแปรรูปรายแรกๆ ที่สามารถสร้างตราสินค้าของตนเองขึ้นมาได้จนเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมอย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตระหนักรู้และจดจำตราสินค้าของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ผู้บริโภคนึกถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นลำดับต้นๆ เมื่อเทียบกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน ซึ่งทำให้อยู่รอดและส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สาหร่ายแปรรูปของผู้บริโภคแต่ละราย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดงบประมาณในการทำการตลาดแต่ละปี เพื่อประชาสัมพันธ์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ผ่านทางสื่อโฆษณาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสาร การเข้าไปร่วมเป็นผู้สนับสนุนการจัดคอนเสิร์ตศิลปินจากต่างประเทศ การจัดตั้งร้านกาแฟน้อยแลนด์ให้เป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคเพิ่มเติม และการจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคสามารถร่วมสนุกและลุ้นรับรางวัลกับทางบริษัทฯ ซึ่งนโยบายที่กล่าวมานี้จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันต่อไปในอนาคต ส่งเสริมให้บริษัทฯ รักษาฐานลูกค้าเดิมไว้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสนับสนุนให้บริษัทฯ ขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศออกไปในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งนโยบายต่างๆ เหล่านี้ ทำให้ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมของบริษัทฯ อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

ความเสี่ยงจากการดำเนินงานหยุดชะงักเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัย

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อาจหยุดชะงักได้ เนื่องจากกระบวนการผลิตเกิดปัญหา หรือทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจได้รับความเสียหาย หรือได้รับผลกระทบร้ายแรงจากภัยธรรมชาติและเหตุการณ์อื่นๆ เช่น เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง, อุบัติเหตุร้ายแรง, การก่อการร้าย เป็นต้น บริษัทฯ จึงได้วางแผนทางในการป้องกันและลดผลกระทบจากการดำเนินงานหยุดชะงักเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัย ด้วยการวิเคราะห์ความเสี่ยงในการผลิตทั้งกระบวนการและควบคุมดูแลด้านอาชีวอนามัยในบริเวณโรงงานให้เป็นไปอย่างเหมาะสม โดยมีการจัดตั้งตัวแทนฝ่ายบริหารระบบคุณภาพ (Quality Management Representative : QMR) เพื่อทำหน้าที่เป็นทีมที่ปรึกษาให้คำแนะนำและตรวจสอบตามกระบวนการบริหารคุณภาพ และควบคุมระบบคุณภาพให้มีประสิทธิผล รวมทั้งจัดให้มีการตรวจสอบอาคารโรงงานและระบบไฟฟ้าเป็นประจำทุกปี รวมถึงการทำ Big Cleaning เพื่อลดความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุสุดวิสัยดังกล่าวขึ้น นอกจากนี้ ทางบริษัทยังได้ก่อสร้างโรงงานใหม่ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต และกระจายความเสี่ยงจากโรงงานผลิต ณ พวงศ์ ประกอบกับทางสวนอุตสาหกรรมโรจนะ มีระบบป้องกันภัยธรรมชาติ โดยเฉพาะน้ำท่วม ทำให้มั่นใจได้ว่าธุรกิจของบริษัทฯ สามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

การบริหารความเสี่ยง แนวทางดังกล่าวอาจไม่สามารถรองรับผลกระทบจากภัยธรรมชาติหรือเหตุสุดวิสัยอื่นที่อาจเกิดขึ้นได้ทั้งหมด ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้จัดให้มีกรรมธรรม์ประกันภัยกับสถาบันประกันภัยที่มีฐานะการเงินที่มั่นคง และมี



ประสบการณ์ในการรับประกันภัยให้แก่องค์กรธุรกิจต่างๆ ทั้งนี้ประเภทของการรับประกันภัยหลักที่บริษัทฯ จัดทำไว้ประกอบไปด้วย การรับประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินแบบพิเศษ ซึ่งครอบคลุมถึงความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยเนื่องมาจาก การปล้นทรัพย์ ภัยธรรมชาติหรือเหตุสุดวิสัยอื่นๆ และความรับผิดชอบตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอกอันเป็นผลมาจากอุบัติเหตุจากการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งการรับประกันภัยคุ้มครองความรับผิดในการบริหารจัดการของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ จะได้รับค่าชดเชยหากเกิดเหตุดังกล่าวขึ้น จึงทำให้ความเสี่ยงจากการดำเนินงานหยุดชะงักเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัยของบริษัทฯ ลดลงได้

2. ความเสี่ยงด้านการผลิต

ความเสี่ยงทางด้านแรงงาน

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

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีการว่าจ้างบริษัทภายนอกให้เข้ามาทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการจัดหาแรงงานให้แก่บริษัทฯ เพื่อความสะดวกรวดเร็วและลดภาระของบริษัทฯ ในการจัดหาแรงงานรายวัน เนื่องจากแรงงานประเภทดังกล่าวมีอัตราการหมุนเวียนเข้าออกงานค่อนข้างสูง อีกทั้งบริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญในการจัดระบบและบริหารงานด้านบุคลากรให้เข้ามาดูแลรับผิดชอบประเมินผลและจ่ายค่าตอบแทนให้แก่แรงงานแต่ละส่วนร่วมกับหัวหน้างานฝ่ายต่างๆ โดยตรง เพื่อให้การจัดการด้านทรัพยากรบุคคลเป็นไปอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดอัตราค่าแรงให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ มีการให้สวัสดิการและผลตอบแทนที่จูงใจ เพื่อให้สามารถจัดหาแรงงานใหม่เข้ามาร่วมงานกับบริษัทฯ และสามารถรักษาแรงงานที่มีฝีมือและประสบการณ์เอาไว้ได้ และยังมีการมองหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต เช่น เครื่องจักรในการบรรจุ อุปกรณ์ควบคุมอุณหภูมิเตาทอด หรือการปรับสภาพแวดล้อมในการทำงานในสายการผลิต ดังนั้น บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่ามาตรการในการบริหารความเสี่ยงที่กล่าวมาในข้างต้น จะสามารถช่วยลดความเสี่ยงทางด้านแรงงานได้ในระดับหนึ่ง

ความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าคงคลัง

สินค้าคงคลังของบริษัทฯ ประกอบไปด้วยสินค้าสำเร็จรูป วัตถุดิบ และภาชนะบรรจุและหีบห่อเป็นหลัก ซึ่งสินค้าคงคลังเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการดูแลรักษาที่เหมาะสม และนำไปใช้ประโยชน์ภายในระยะเวลาอันสมควร มิฉะนั้นสินค้าคง



คลังดังกล่าวอาจเสื่อมสภาพไปโดยไม่ก่อให้เกิดรายได้แก่บริษัท ทั้งนี้ในส่วนของสินค้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์สาขาที่แปรรูปที่ยังไม่ได้จัดจำหน่ายหรือจัดส่งออกไป ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีอายุของสินค้าจำกัดเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์อาหารประเภทอื่น โดยเฉลี่ยอายุของสินค้าจะอยู่ที่ประมาณ 1 - 2 ปี นับจากวันที่ผลิต หากบริษัท ไม่สามารถจำหน่ายหรือจัดส่งสินค้าออกไปภายในช่วงเวลาดังกล่าว บริษัท จะเสียโอกาสในการสร้างรายได้และมีภาระที่จะต้องนำสินค้านั้นไปทำลาย ซึ่งเป็นเหตุให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น สำหรับวัตถุดิบของบริษัท นั้น เป็นสาขาที่บริษัท สั่งซื้อจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่มีสัญญาการซื้อขายระหว่างกัน โดยสาขาเหล่านี้สามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 1 ปี หากบริษัท ไม่สามารถนำสาขาย่อยดังกล่าวไปใช้ในกระบวนการผลิต สาขาย่อยเหล่านี้ก็จะเสื่อมสภาพไปและไม่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจแก่บริษัท ส่วนผงปรุงรสสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 6 เดือน นอกจากนี้ ในส่วนของภาชนะบรรจุและหีบห่อสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 12 เดือน และจำเป็นต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม หากเก็บไว้ในที่ที่มีความชื้นหรืออุณหภูมิสูงเกินไป ย่อมจะส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ดังกล่าวได้รับความเสียหายและไม่สามารถนำไปใช้งานได้ สำหรับสินค้าสำเร็จรูปในประเทศสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 6 เดือน ส่วนสินค้าสำเร็จรูปต่างประเทศสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 12 เดือน เนื่องจากต้องคำนึงถึงระยะทางและเวลาในการขนส่งไปยังปลายทาง ทำให้สินค้าสำเร็จรูปต่างประเทศต้องทำบรรจุภัณฑ์ให้คงสภาพอยู่ได้นานกว่า ดังนั้น กล่าวโดยรวมได้ว่า บริษัท เผชิญความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าคงคลัง โดยหากมีการตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าสินค้าคงเหลือ ย่อมส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิของบริษัท ลดต่ำลง

การบริหารความเสี่ยง บริษัท ได้วางนโยบายบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่เป็นระบบและรัดกุม เพื่อป้องกันและลดความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลกระทบจากความเสียดังกล่าว โดยในส่วนของสินค้าสำเร็จรูปและวัตถุดิบนั้น บริษัท จะมีการประเมินความต้องการของตลาดและวางแผนการผลิต เพื่อให้สามารถกำหนดช่วงเวลาและปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบได้อย่างเหมาะสมและนำไปใช้ในกระบวนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีวัตถุดิบคงเหลือสำหรับกระบวนการผลิตมากเกินไปจนจำเป็นต้องทิ้ง ช่วยเหลือบริษัท มีปริมาณสินค้าสำเร็จรูปที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และระบายสินค้าออกไปได้อย่างทันทั่วทั้ง สำหรับภาชนะบรรจุและหีบห่อนั้น บริษัท กำหนดให้มีการจัดเก็บอย่างเป็นระเบียบในคลังสินค้าที่มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก เพื่อไม่ให้อุณหภูมิในคลังสินค้าสูงจนเกินไป และจัดให้มีการตรวจตราสภาพความชื้นอยู่เป็นระยะ ดังนั้น การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างรอบคอบและควบคุมให้เป็นไปตามแผนงานนั้นย่อมที่จะช่วยลดความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าคงคลังของบริษัท ลงได้

ความเสี่ยงทางด้านประสิทธิภาพในการผลิต

กระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการประสบความสำเร็จทางธุรกิจของบริษัท ในการดำเนินการผลิตของบริษัท นั้น จำเป็นต้องอาศัยแรงงานเป็นหลักเกือบทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นการทอด การย่าง การโรยผงปรุงรส การทาซอส และการบรรจุ ซึ่งการใช้แรงงานคนในการผลิตนั้นมีโอกาสที่จะเกิดข้อเสียได้ง่ายขึ้นอยู่ับความสามารถของพนักงานแต่ละคน นอกจากนี้ บริษัท ยังได้นำเทคโนโลยีเครื่องจักรมาใช้ประกอบในขั้นตอนของการลำเลียงและบรรจุภัณฑ์



ซึ่งต้องได้รับการควบคุมดูแลจากพนักงานผู้มีความรู้ความชำนาญในการใช้เครื่องจักรดังกล่าวเป็นอย่างดี เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดหรืออุบัติเหตุจากการใช้เครื่องมือเครื่องจักรดังกล่าว ทั้งนี้หากแรงงานหรือพนักงานในส่วนงานใดส่วนงานหนึ่งไม่สามารถรับผิดชอบงานได้ตามปกติหรือไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตและการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ได้

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมพนักงานเข้าใหม่ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง เพื่อลดความเป็นไปได้ที่จะเกิดของเสียขึ้นในสายการผลิต และมีการกำหนดค่าตอบแทนตามผลการดำเนินงานเป็นรายบุคคล เพื่อเป็นแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานกันอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งได้ว่าจ้างพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรเข้ามารับผิดชอบในส่วนงานดังกล่าว เพื่อให้บริษัทฯ สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะผลิตสินค้าได้ตามคุณภาพปริมาณที่ต้องการ นอกจากนี้ การซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรให้พร้อมต่อการใช้งานอยู่เสมอถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตโดยตรง บริษัทฯ จึงได้ว่าจ้างพนักงานที่มีความรู้ทางด้านการช่างให้เข้ามาเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการในการซ่อมบำรุงรักษาทั่วไปให้แก่บริษัทฯ รวมถึง ได้จัดให้มีการตรวจสอบการทำงานของอุปกรณ์การผลิตต่างๆ ตามระยะเวลาที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ และจัดให้มีการบำรุงรักษาตามตารางบำรุงรักษาเป็นประจำ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการปฏิบัติการในแต่ละส่วนงานของฝ่ายผลิตจะสามารถบรรลุผลตามเป้าหมาย และ เป็นไปตามเกณฑ์การวัดประสิทธิภาพของโรงงาน ซึ่งการดำเนินตามวิธีการต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยควบคุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการผลิตของบริษัทฯ ให้อยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ ต้องเผชิญความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากบริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบประเภทสารหายากจากต่างประเทศและจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ในสัญญาสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศและสัญญาส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศส่วนใหญ่จะกำหนดไว้เป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ

การบริหารความเสี่ยง เนื่องจากบริษัทฯ ได้มีการกำหนดราคาส่งออกสินค้าไปขายยังต่างประเทศบางส่วนเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ และสกุลเงินต่างประเทศอื่น ดังนั้น ในกรณีที่ค่าเงินบาทแข็งขึ้นย่อมส่งผลให้ส่วนหนึ่งของรายได้จากการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีจำนวนลดลง ขณะเดียวกันต้นทุนค่าสารหายากที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทฯ ก็จะลดลงไปด้วย และในทางกลับกัน กรณีที่ค่าเงินบาทอ่อนตัวจะทำให้รายได้จากการขายและต้นทุนค่าวัตถุดิบประเภทสารหายากปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ การที่ต้นทุนค่าวัตถุดิบประเภทสารหายาก และราคาจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถรักษาอัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการดำเนินธุรกิจให้มีเสถียรภาพได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ใช้เครื่องมือทางการเงินในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวร่วมด้วย เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยได้เข้าทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า กับสถาบันการเงินภายในประเทศ ซึ่งส่วน



ใหญ่มีอายุสัญญาไม่เกิน 1 ปี โดยวิธีการดังกล่าวสามารถช่วยลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไปได้ในระดับหนึ่ง และส่งผลให้ความเสี่ยงดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

4. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2559 กลุ่มพีระเดชาพันธ์ถือหุ้นในบริษัทฯ จำนวน 1,020 ล้านหุ้น คิดเป็นร้อยละ 63.41 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวจะทำให้กลุ่มพีระเดชาพันธ์สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่กลุ่มนี้เสนอให้ที่ประชุมพิจารณา

การบริหารความเสี่ยง 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 31 ธันวาคม 2558 และ 31 ธันวาคม 2559 ประกอบไปด้วย ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เป็นหลัก ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีทั้งสิ้น 391.33 ล้านบาท 549.60 ล้านบาท และ 882.05 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีไว้เพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ เป็นสำคัญ ทั้งนี้ รายละเอียดของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของกลุ่มบริษัทฯ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2557 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2559 (ล้านบาท)	กรรมสิทธิ์	ภาระ ผูกพัน
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน					
1.1. สำนักงานเมืองทองธานี ที่ดินเนื้อที่ประมาณ 88 ตารางวา	5.42	5.42	17.83	เป็นเจ้าของ	มี ¹
1.2. โรงงานที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ ที่ดินเนื้อที่ประมาณ 18 ไร่	58.58	63.98	63.98	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
1.3. โกดังที่เทพพนม นนทบุรี ที่ดินเนื้อที่ประมาณ 300 ตารางวา	10.50	10.50	10.50	เป็นเจ้าของ	มี ²
1.4. สิทธิในการใช้สินทรัพย์ ³	1.24	1.02	0.80	เช่า	ไม่มี
รวม	75.74	80.92	93.11		
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร					
2.1. อาคารที่สำนักงานเมืองทองธานี	40.40	44.19	41.77	เป็นเจ้าของ	มี ⁴
2.2. อาคารที่สำนักงานนพวงศ์	66.66	98.88	116.35	เป็นเจ้าของ บนที่ดินเช่า ⁵	ไม่มี
2.3. อาคารโกดังที่เทพพนม	2.18	2.06	1.93	เป็นเจ้าของ	มี ²
2.4. อาคารโกดังที่บางบัวทอง	1.42	1.33	1.23	เป็นเจ้าของ บนที่ดินเช่า ⁵	ไม่มี
รวม	110.66	146.45	161.29		
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	106.29	103.54	81.31	เป็นเจ้าของ	มี ⁶
4. เครื่องตกแต่ง/เครื่องใช้สำนักงาน	39.44	33.50	26.56	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
5. ยานพาหนะ	14.28	16.22	15.70	เป็นเจ้าของ	มี
6. สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	44.91	168.98	504.10	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวมมูลค่าทรัพย์สินถาวร – สุทธิ	391.33	549.60	882.05		



หมายเหตุ: 1. ที่ดินและอาคารที่เมืองทองธานี มีปิดวงเงินกู้ไปเมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2558

2. โกดังที่เทพพนม มีปิดวงเงินกู้ไปเมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2558

3. สิทธิในการใช้สินทรัพย์ หมายถึง การบันทึกค่าถมที่ดินที่เขาเพื่อเป็นที่ตั้งสำนักงานพวงศ

4. เมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดลง กรรมสิทธิ์ในอาคารดังกล่าวจะตกเป็นของผู้ให้เช่า

5. เครื่องจักรและอุปกรณ์ของบริษัทฯ มีการปิดสัญญาเงินกู้และสัญญาเช่าทางการเงินไปเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2559

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 31 ธันวาคม 2558 และ 31 ธันวาคม 2559 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

เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2558 บริษัทฯ ได้ทำสัญญาโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้าในประเทศเพิ่มเติมอีกจำนวน 7 เครื่องหมาย ที่ถือครองโดย นายอิทธิพัทธ์ พิระเดชาพันธ์ และ ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้ยื่นคำขอจดทะเบียนโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว



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

เครื่องหมายการค้าต่างประเทศ

บริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจจำนวน 277 เครื่องหมายการค้า พร้อมรูปภาพเครื่องหมายการค้าในแบบต่างๆ ในประเทศต่างๆ ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเครื่องหมายการค้าบางส่วนได้รับการจดทะเบียนเรียบร้อยแล้วจำนวน 157 เครื่องหมายการค้า และยังมีบางส่วนยังอยู่ระหว่างการยื่นคำขอจำนวน 120 เครื่องหมายการค้า โดยได้จดทะเบียนไว้จำนวน 22 ประเทศ

ทรัพย์สินทางปัญญา

ตั้งแต่เปิดดำเนินการ บริษัทฯ มีการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัททั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการรักษาสิทธิและได้รับความคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาตามกฎหมายรวมถึงบริษัทได้จดลิขสิทธิ์ในตัวการ์ตูนที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ในหลากหลายรูปแบบและทำทางอีกด้วย

ทั้งนี้เครื่องหมายการค้าของบริษัทมีความแพร่หลายเป็นที่ยอมรับและอยู่ในใจผู้บริโภคมาอย่างยาวนานจากความสำเร็จในการสร้างความรับรู้และความนิยมในตราและเครื่องหมายการค้าของบริษัท บริษัทจึงไม่มีนโยบายและความจำเป็นใด ๆ ในการละเมิดเครื่องหมายการค้าและทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่นใด

2. สัญญาหลักที่ใช้ในการดำเนินงานปัจจุบัน

2.1 สัญญาซื้อวัตถุดิบสำหรับรายอบแห้ง

คู่สัญญา	ผู้ขาย : ผู้ผลิตและจำหน่ายสาหร่ายอบแห้งในต่างประเทศ ผู้ซื้อ : บริษัทฯ
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	- ผู้ขายตกลงที่จะขายและผู้ซื้อตกลงที่จะซื้อสาหร่ายเกาหลีอบแห้งตามขนาด น้ำหนัก จำนวน และราคาที่ตกลงไว้ในสัญญา - ผู้ขายจะจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อเป็นรายเดือน โดยผู้ซื้อจะแจ้งตารางการส่งมอบและปริมาณสินค้าที่ต้องการในแต่ละครั้งให้ผู้ขายทราบในช่วงต้นเดือนของทุกเดือน - ผู้ขายจะต้องจัดส่งตัวอย่างสินค้าที่จะส่งมอบในแต่ละครั้งให้แก่ผู้ซื้อเพื่อให้ผู้ซื้อนำไปตรวจสอบและแจ้งยืนยันหรือปฏิเสธการรับสินค้างวดดังกล่าวแก่ผู้ขาย



	- ผู้ซื้อจะต้องจัดให้มีการตรวจสอบสินค้าที่ได้รับแต่ละครั้งภายในระยะเวลาที่เหมาะสม - ในกรณีที่พบว่าสินค้าที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขภายใน 60 วัน หลังจากการส่งมอบ ผู้ซื้อจะตกลงเจรจากับผู้ขายอีกครั้ง ถึงการจัดการสินค้าดังกล่าว เช่น เปรียบเทียบราคาหรือเคลมสินค้า เป็นต้น
อายุสัญญา	นับตั้งแต่วันที่คู่สัญญาทั้ง 2 ฝ่าย ลงนามในสัญญาจนถึงวันที่การจัดส่งสินค้าและการชำระเงินเสร็จสมบูรณ์

2.2 สัญญาขายสินค้าภายในประเทศ

คู่สัญญา	ผู้ขาย : บริษัทฯ ผู้ซื้อ : ผู้จัดจำหน่ายในประเทศ
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	- ผู้ขายตกลงว่าจะขายและจัดส่งผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทยให้แก่ผู้จัดจำหน่าย - ผู้จัดจำหน่ายตกลงว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ขายเพียงแห่งเดียว และจะขายผลิตภัณฑ์ต่อไปให้แก่วงการค้าภายในประเทศไทย โดยจะไม่ขายผลิตภัณฑ์ให้แก่บุคคลใดนอกประเทศไทย หรือขายให้แก่บุคคลใดในประเทศไทยที่ผู้จัดจำหน่ายทราบว่ามีความตั้งใจจะขายผลิตภัณฑ์นอกประเทศไทย - คู่สัญญามีสิทธิร่วมกันตกลงให้เพิ่มหรือยกเลิกผลิตภัณฑ์ออกจากรายการที่ระบุไว้ในสัญญา - ผู้จัดจำหน่ายมีหน้าที่จะต้องบริหารจัดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่นใดที่ผู้ขายมีความประสงค์จะให้จัดจำหน่ายภายในประเทศ โดยมีเงื่อนไขว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นจะต้องอยู่ในสายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ของผู้จัดจำหน่าย - ผู้จัดจำหน่ายจะต้องรับผิดชอบการขาย การส่งเสริมการขาย การจัดวางสินค้า การครอบคลุมพื้นที่จัดจำหน่าย และการเก็บรักษาสินค้า รวมทั้งจัดส่งรายงานการขายและข้อมูลอื่นๆ ตามที่ผู้ขายร้องขอ - ผู้ขายจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายสำหรับการโฆษณาและส่งเสริมการขาย รวมทั้งค่าใช้จ่ายและต้นทุนการตลาดทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์



อายุสัญญา	1 ปี และขยายเวลาออกไปโดยอัตโนมัติครั้งละ 1 ปี จนกว่าคู่สัญญาฝ่ายใดจะได้บอกกล่าวให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบความประสงค์ที่จะไม่ต่ออายุสัญญาเป็นเวลาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนวันครบกำหนดเวลาที่ต่ออายุสัญญา
การยกเลิกสัญญา	- คู่สัญญาฝ่ายใดมีหนี้สินล้นพ้นตัวหรือตกเป็นบุคคลล้มละลาย เลิกบริษัทหรือชำระบัญชี หรือกระทำความผิดสัญญานี้ หรือไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ของตนตามสัญญานี้ และไม่ทำการแก้ไขการผิดสัญญา หรือไม่ปฏิบัติตามหน้าที่นั้นให้เสร็จสิ้นภายใน 30 วัน หลังจากได้รับหนังสือร้องเรียนจากคู่สัญญาอีกฝ่าย คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที - คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเป็นลายลักษณ์อักษรที่จะยกเลิกสัญญา
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	- ราคาผลิตภัณฑ์ที่ผู้ขายจะส่งใบแจ้งหนี้ถึงผู้จัดจำหน่ายให้เป็นไปตามราคาที่มีผลอยู่ในเดือนที่มีการเบิกผลิตภัณฑ์จากกองสินค้าของผู้ผลิตเพื่อขายให้แก่ลูกค้า - ผู้ผลิตจะต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาให้ผู้จัดจำหน่ายทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 2 เดือน - ผู้จัดจำหน่ายจะต้องชำระเงินให้แก่ผู้ขายภายใน 60 วัน นับจากวันสุดท้ายของสัปดาห์ตามใบแจ้งหนี้ของผู้ขาย

2.3 สัญญาขายสินค้าในต่างประเทศ

คู่สัญญา	ผู้ขาย : บริษัทฯ ผู้ซื้อ : ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	- ผู้ซื้อจะมีสิทธิอย่างเป็นทางการในการจำหน่ายและทำการตลาดให้แก่สินค้าของบริษัทฯ ภายในประเทศที่ระบุไว้ในสัญญา - ผู้ซื้อจะต้องจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในแต่ละปีให้ได้ตามมูลค่าที่ระบุไว้ในสัญญา ซึ่งมูลค่าดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นในแต่ละปี - ผู้ซื้อจะต้องไม่เป็นผู้จัดจำหน่ายให้แก่สินค้าอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสินค้าของบริษัทฯ และต้องไม่ให้ความช่วยเหลือหรือให้บริการ



	ค่าปรึกษาแก่บุคคลที่สามในเรื่องที่เกี่ยวกับการกระจายหรือจำหน่ายสินค้าอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสินค้าของบริษัทฯ • ผู้ขายจะต้องไม่นำเข้าสินค้าเข้าไปยังประเทศที่ระบุไว้ในสัญญาโดยเจตนาและจะต้องใช้ความพยายามสูงสุดในการป้องกันและแก้ไขในกรณีที่มีการนำเข้าสินค้าเข้าไปยังประเทศดังกล่าว • การทำการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์ใดที่มีนัยสำคัญจะต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ขายก่อน โดยผู้ขายจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการทำการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวที่ได้รับอนุญาตเป็นที่เรียบร้อยแล้ว • ผู้ขายจะช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและการส่งเสริมการขายให้แก่ผู้ซื้อ รวมทั้งค่าธรรมเนียมบางส่วนที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ซื้อนำสินค้าของบริษัทฯ เข้าไปจำหน่ายในร้านค้าปลีกตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา
อายุสัญญา	3 ปี และอายุสัญญาจะถูกต่อออกไปโดยอัตโนมัติอีก 1 ปี หากไม่มีคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแจ้งความประสงค์ที่จะไม่ต่ออายุสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรให้คู่สัญญาอีกฝ่ายทราบล่วงหน้า 90 วันก่อนถึงวันครบกำหนดสัญญา ทั้งนี้ หากการสิ้นสุดของสัญญาดังกล่าวเกิดจากผู้ขายยกเลิกสัญญาเนื่องด้วยสาเหตุจากทางผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะต้องรับผิดชอบค่าเสียหายที่เกิดขึ้นโดยคำนวณจากกำไรที่จะได้จากยอดขายทั้งปีในปีก่อนหน้าที่จะถูกยกเลิกสัญญา
การยกเลิกสัญญา	• คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งทำผิดเงื่อนไขในสัญญา หรือไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญา หรือถูกยึดทรัพย์ หรือถูกบังคับคดี หรือล้มละลาย หรือระงับการดำเนินธุรกิจ • ในกรณีที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาได้เกินกว่า 30 วัน เนื่องด้วยประเด็นทางกฎหมาย สัญญาจะถือเป็นอันสิ้นสุดลงเมื่อครบกำหนดช่วงระยะเวลา 30 วันดังกล่าว
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	• ราคาของสินค้าที่ผู้ขายจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อถูกกำหนดให้คงที่ภายในระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือนนับจากวันลงนามในสัญญา และในกรณีที่ต้นทุนในการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น ผู้ขายจะต้องแจ้งเปลี่ยนแปลงราคาเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ซื้อทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือน



	- ผู้ซื้อจะต้องชำระเงินให้แก่ผู้ขายตามเงื่อนไขการชำระเงินที่ระบุในสัญญา โดยชำระตามยอดจำนวนเงินที่ระบุไว้ในใบเรียกเก็บเงินด้วยวิธีการที่กำหนดไว้ในสัญญาก่อนที่จะขนถ่ายสินค้าเพื่อจัดส่งไปยังผู้ซื้อ - ในกรณีที่ผู้ซื้อปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาอย่างเคร่งครัด ผู้ขายอาจพิจารณาให้เงื่อนไขในการชำระหนี้ทางการค้า (Credit term)
--	---

2.4 สัญญาเช่าที่ดิน

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัทฯ ผู้ให้เช่า : บุคคลธรรมดาหลายบุคคล
สถานที่ตั้ง	สำนักงานพวงศ์ เลขที่ 12/1 หมู่ 4 หน้าไม้ ลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	- ผู้ให้เช่าตกลงให้เช่าและผู้เช่าตกลงเช่าที่ดินเพื่อใช้ประกอบกิจการ - ห้ามมิให้ผู้เช่านำสถานที่เช่าให้บุคคลอื่นเช่าช่วง หรือโอนจำนองก่อนการผูกพันต่อสิทธิการเช่า และห้ามขุดหน้าดิน เพื่อทำการจำหน่ายหรือออกภายนอกบริเวณ ทำให้เกิดความเสียหายต่อพื้นที่ - ผู้เช่าจะเป็นผู้ชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ และภาษีที่เกี่ยวข้อง - ผู้ให้เช่าไม่เรียกค่าเสียหายจากการรื้อถอนสิ่งปลูกสร้างใดๆ ที่มีโครงสร้างหลักของผู้ให้เช่าจากผู้เช่า - ในกรณีที่ผู้ให้เช่าประสงค์จะขายทรัพย์สินที่เช่า ผู้ให้เช่าจะต้องให้สิทธิแก่ผู้เช่าที่จะซื้อเป็นรายแรกในราคาที่เสนอขายนั้น โดยให้เวลาผู้เช่าพิจารณา 15 วัน หากผู้เช่าปฏิเสธ หรือพ้นกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ผู้ให้เช่าจึงจะเสนอให้บุคคลอื่นได้
การยกเลิกสัญญา	หากผู้เช่ามีความประสงค์จะบอกเลิกสัญญาเช่าก่อนครบกำหนดสัญญา เช่นนับแต่วันทำสัญญาเช่า หรือผู้เช่าประพฤติผิดสัญญา ผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่า ริบเงินประกันทั้งหมดได้ทันทีโดยมิต้องบอกกล่าวล่วงหน้าพร้อมยกเลิกสัญญาตามกฎหมายเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งต่อผู้เช่า
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	ชำระค่าเช่าล่วงหน้าเป็นรายเดือน



การต่ออายุสัญญา	ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาแห่งการเช่า หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินและอาคารต่อไป จะต้องทำหนังสือแจ้งความประสงค์ขอต่อสัญญาถึงผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าก่อนจะครบกำหนดไม่น้อยกว่า 3 เดือน นอกจากนี้ สำหรับในส่วนที่ดินซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของอาคาร 1 อาคาร 3 และอาคาร 4 ผู้ให้เช่าตกลงให้ค้ำประกันผู้เช่าในการต่ออายุสัญญาออกไปไม่เกินคราวละ 3 ปี โดยระยะเวลาเช่าที่ต่อออกไปจะไม่เกิน 9 – 12 ปี
เงื่อนไขอื่น	ผู้เช่าจะไม่ทำการตัดแปลง ต่อเติม ทำลาย ส่วนหนึ่งส่วนใดเกี่ยวกับที่ดินเช่า โดยมีได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่าก่อน ทั้งนี้ เว้นแต่เป็นการปรับปรุง ดัดแปลง ต่อเติม เพื่อความสวยงาม หรือเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการตามวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในสัญญานี้ ทั้งนี้ การตัดแปลง ต่อเติม ตกแต่งใดๆ ที่ผู้เช่าได้ทำขึ้นและมีลักษณะตรงตราบเข้ากับที่ดินเช่าทั้งที่ได้รับอนุญาตหรือไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ให้เช่าก็ตาม ผู้เช่าตกลงยินยอมให้ทรัพย์สินส่วนที่ตรงตราบนั้นเป็นส่วนหนึ่งของที่ดินเช่าและตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่าทันที

2.5 สัญญาเช่าคลังเอกสาร

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัทฯ ผู้ให้เช่า : คุณอิทธิพัทธ์ พิระเดชาพันธ์ คุณอรพัทธ์ พิระเดชาพันธ์ และคุณณัชชพงศ์ พิระเดชาพันธ์
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	ผู้เช่าตกลงเช่าบ้านเลขที่ 93/5 หมู่ที่ 5 ถึง 7 ตำบลบางรักน้อย อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
อัตราค่าเช่าและการชำระเงิน	ผู้เช่าตกลงชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนเดือนละ 10,000 บาท ให้แก่ผู้ให้เช่าแต่ละรายจำนวน 3 ราย รวมเป็นค่าเช่าเดือนละ 30,000 บาท โดยจะชำระในวันที่ 10 ของทุกเดือน
อายุสัญญา	3 ปี (นับแต่วันที่ 1 เม.ย. 2558 ถึง 31 มี.ค. 2561)
การยกเลิกสัญญา	ถ้าคู่สัญญาฝ่ายใดมีความประสงค์ต้องการเลิกสัญญาก่อนที่จะครบกำหนดสัญญา ให้ฝ่ายดังกล่าวทำหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 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	จดจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่และในขณะนั้นและที่จะมีต่อไปใน ภายหน้าตามโฉนดที่ดินเลขที่ 3908, 3909, 24050, 24051, 24052 ตำบล หลักชัย อำเภอลาดบัวหลวง 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 ตั้งแต่วันที่ผู้กู้เบิกรับเงินกู้จนถึงวัน ชำระหนี้เสร็จสิ้น
การผ่อนชำระ	ชำระเป็นรายเดือนเดือนละ 166,667.00 บาท จำนวนทั้งสิ้น 60 งวด โดยเริ่มชำระงวดแรกในวันทำการสุดท้ายของเดือนที่มีการเบิกรับเงินกู้ และงวดต่อไปชำระทุกวันทำการสุดท้ายของเดือนที่ถึงกำหนดชำระ ภายในเวลาทำการ ณ สำนักงานของผู้ให้กู้
หลักประกัน	- จดจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่และในขณะนั้นและที่จะมีต่อไป ในภายหน้า ตามโฉนดที่ดินเลขที่ 16401, 16402, 16440 ตำบลบางกระ สอ (บางซื่อ) อำเภอเมืองนนทบุรี (ตลาดขวัญ) จังหวัดนนทบุรี
เงื่อนไขสำคัญอื่น	- ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio) ¹ ไว้ในอัตราส่วนไม่น้อยกว่า 1.5 เท่า ตลอดอายุสัญญา - ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) ² ของผู้กู้ไว้ดังนี้ - ไม่เกิน 4.5 เท่าในปี 2555 - 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) หารด้วยส่วนของหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระในงวดบัญชีนั้น (CPLTD : Current Portion of Long Term Debt) รวมดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้ทั้งระยะยาวและระยะสั้น

2.อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) คำนวณจากหนี้สินรวม หารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น

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	จดจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่และในขณะนั้นและที่จะมีต่อไปในภายหน้า ตามโฉนดที่ดินเลขที่ 137838, 137839, 137840, 137841 ตำบลบางพูด (บางพัง) อำเภอปากเกร็ด (ตลาดขวัญ) จังหวัดนนทบุรี
เงื่อนไขสำคัญอื่น	- ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio)¹ไว้ในอัตราส่วนไม่น้อยกว่า 1.25 เท่าตลอดอายุสัญญา - ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio)²ของผู้กู้ไว้ดังนี้ - ไม่เกิน 4.0 เท่าในปี 2556 - ไม่เกิน 3.5 เท่าในปี 2557 - ไม่เกิน 3.0 เท่าในปี 2558 เป็นต้นไปตลอดอายุสัญญา



	- ทั้งนี้ Debt to Equity Ratio จะต้องไม่ต่ำกว่า 0
--	---

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

2.9 สัญญาสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์

ผู้ขอสินเชื่อ	บริษัทฯ
ประเภทสินเชื่อ	เลตเตอร์ออฟเครดิต (Letter of Credit) และ/หรือ ทรัสตรีซีพ (Trust Receipt) และ/หรือ Packing Credit
วงเงินสินเชื่อ	1,045.00 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	อ้างอิงอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารเรียกเก็บจากลูกค้าสำหรับการกู้ ณ ขณะที่ผู้ขอสินเชื่อเบิกใช้วงเงิน
เงื่อนไขสำคัญอื่น	ผู้ขอสินเชื่อจะต้องปฏิบัติ ดังนี้ - จัดส่งงบการเงินประจำปีที่ได้รับการรับรองจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต แล้วให้ธนาคารใน 150 วันนับจากวันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชีของผู้ขอสินเชื่อ - รักษาใบอนุญาตใดๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจการของผู้ขอสินเชื่อให้ มีผลใช้บังคับได้ตลอดเวลา ผู้ขอสินเชื่อจะต้องไม่ปฏิบัติ ดังนี้ - ขายกิจการ หรือชำระบัญชีเพื่อเลิกกิจการ หรือเลิกประกอบกิจการที่ผู้ขอสินเชื่อได้กระทำอยู่ในขณะที่ทำสัญญาสินเชื่อ - ชำระหนี้เงินกู้ยืมกรรมการ ผู้ถือหุ้น หรือกิจการในเครือ เว้นแต่ชำระหนี้ ที่มีต่อธนาคารเสร็จสิ้นครบถ้วน หรือได้รับความยินยอมล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจากธนาคาร - ให้กู้ยืมแก่กรรมการ ผู้ถือหุ้น หรือบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือลงทุนเพิ่ม ในกิจการในเครือ เว้นแต่แจ้งให้ธนาคารทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า และได้รับความยินยอมล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจากธนาคาร - เบิกใช้สินเชื่อตามสัญญาฉบับนี้เพื่อวัตถุประสงค์ และประกอบธุรกิจที่ ขัดต่อนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคาร ตลอดจนกฎหมายระหว่างประเทศ หรือข้อบังคับ หรือคำสั่งของ



	หน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ดูแลความสงบเรียบร้อยของสังคม และ/หรือรักษาสิ่งแวดล้อม
--	---

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	จดจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่และในขณะนั้นและที่จะมีต่อไปในภายหน้า ตามโฉนดที่ดินเลขที่ 34070 ตำบลสามบัณฑิต อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเครื่องจักรพร้อมอุปกรณ์
เงื่อนไขสำคัญอื่น	- ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio)¹ไว้ในอัตราส่วนไม่น้อยกว่า 1.1 เท่า ตลอดอายุสัญญา - ผู้กู้ตกลงที่จะดำรงอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio)²ไม่เกิน 3.0 เท่าตลอดอายุสัญญา

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

2.อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) คำนวณจากหนี้สินรวม หารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น

2.11 สัญญาเช่าพื้นที่ร้านกาแฟน้อยแลนด์

คู่สัญญา	ผู้เช่า : TKNRF ผู้ให้เช่า : ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต และเจ้าของพื้นที่ภาคเอกชนอื่นๆ
----------	--



เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	● ผู้ให้เช่าตกลงให้เช่าและผู้เช่าตกลงเช่าพื้นที่ส่วนหนึ่งของอาคารตามที่ระบุไว้ในสัญญา เพื่อบริการขนมอบเค้ก ● ผู้เช่าจะต้องชำระค่าภาษีโรงเรือน ค่าอากรแสตมป์ หรือภาษีอากรอื่นใด อันเกี่ยวกับการเช่าสถานที่เช่าตามสัญญานี้ และสัญญาที่เกี่ยวข้องตามที่ทางราชการเรียกเก็บตลอดอายุการเช่า ● ผู้ให้เช่าเป็นผู้เอาประกันวินาศภัยและอัคคีภัย รวมทั้งการประกันภัยระหว่างตกแต่ง โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้กำหนดวงเงินประกันและเป็นผู้รับผลประโยชน์แต่เพียงผู้เดียว และผู้เช่าจะต้องชำระค่าเบี้ยประกันดังกล่าวตามอัตราส่วนของพื้นที่เช่า ● ผู้เช่าจะต้องเปิดและปิดกิจการตามเวลาที่ผู้ให้เช่ากำหนดไว้ และในกรณีที่ผู้เช่าเปิดล่าช้า ปิดกิจการก่อนเวลาที่กำหนด หรือไม่เปิดกิจการโดยไม่มีเหตุอันสมควร ผู้ให้เช่ามีสิทธิคิดค่าปรับเป็นรายวัน ● หากมีความจำเป็นผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะติดตั้งเครื่องมือ เครื่องใช้ หรืออุปกรณ์ต่างๆ รวมทั้ง ปรับปรุง ซ่อมแซม หรือตกแต่งบริเวณสถานที่ให้เช่า ซึ่งผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะปิดบริเวณสถานที่เช่าในส่วนนั้นๆ โดยจะคำนึงถึงการรบกวนผู้เช่าให้น้อยที่สุด และผู้ให้เช่าไม่ต้องรับผิดชอบต่อความไม่สะดวกใดๆ ของผู้เช่าจากการดำเนินการดังกล่าว
อายุสัญญา	3 ปี ทั้งนี้ ผู้ให้เช่าและผู้เช่าอาจตกลงทำสัญญาเช่ากันใหม่ โดยผู้เช่าจะต้องแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กำหนดก่อนครบอายุสัญญาเช่า ซึ่งเงื่อนไขของสัญญาใหม่จะต้องตกลงกันและทำสัญญาเช่าพร้อมวงเงินประกันให้แล้วเสร็จก่อนสัญญาเช่านี้จะสิ้นสุดลง
การยกเลิกสัญญา	● ผู้เช่าประพฤติผิดสัญญานี้หรือสัญญาบริการและสัญญาบริการสาธารณูปโภค ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้ หรือสถานที่เช่าถูกยึดหรือถูกอายัดตามคำสั่งศาล หรือผู้เช่าถูกศาลพิพากษาถึงที่สุดให้ล้มละลาย ● ในกรณีที่ผู้เช่าผิดนัดชำระแต่ผู้ให้เช่ายังไม่ได้บอกเลิกสัญญา ผู้เช่าจะต้องเสียค่าปรับร้อยละ 15 ต่อปีของเงินที่ค้างชำระนับแต่วันที่ผิดนัดไปจนกว่าจะชำระให้ครบถ้วน ● เมื่อสัญญาสิ้นสุดลง ผู้เช่าจะต้องขนย้ายทรัพย์สินออกและส่งมอบคืนสถานที่เช่าในสภาพที่ดี ซึ่งในส่วนของสิ่งตกแต่งหรือสิ่งที่ติดกับสถานที่เช่า ผู้ให้เช่ามีสิทธิให้ผู้เช่ารื้อถอนหรือคงไว้ตามเห็นสมควร



	หากกรณีที่ผู้ให้เช่าไม่สามารถกลับเข้าครอบครองสถานที่เช่าได้ ผู้เช่าจะต้องชดใช้ค่าเสียหายค่าปรับเป็นรายวัน • ในกรณีเกิดเพลิงไหม้หรือวินาศภัยอื่นเป็นเหตุให้สถานที่เช่าเกิดความเสียหาย ซึ่งผู้ให้เช่าเห็นว่าผู้เช่าไม่สามารถประกอบกิจการในบริเวณดังกล่าวได้อีก โดยผู้เช่าไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ให้เช่า • ในกรณีที่ทางราชการเวนคืนที่ดินที่ปลูกสร้างสถานที่เช่า โดยผู้เช่าไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ให้เช่า • ในกรณีที่สัญญาบริหารหรือสัญญาสาธารณูปโภคสิ้นสุดลง
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	ชำระค่าเช่าล่วงหน้าเป็นรายเดือน โดยค่าเช่าจะปรับเพิ่มขึ้นทุกปี

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

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

สำหรับนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยในอนาคตนั้น บริษัทฯ ยังคงมีนโยบายที่จะรักษาสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อยไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของหุ้นทั้งหมดในบริษัทย่อย โดยบริษัทฯ จะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปของส่วนแบ่งรายได้ และเงินปันผลรับจากการลงทุนในบริษัทย่อย ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายในการควบคุมหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยการส่งตัวแทนไปเป็นกรรมการในบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัทย่อย คือ บริษัท แก่แก่น้อย เรสเตอรองท์ แอนด์ เฟรนไชส์ จำกัด บริษัท วุ้นท่มอร์ อินดัสตรี จำกัด และ บริษัท เอ็นซีพี เทคดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

– ไม่มี –



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 31 ธันวาคม 2558 และ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ



6 ข้อมูลพื้นฐานสำหรับนักลงทุน

ชื่อบริษัท:	บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) Taokaenoi Food & Marketing Public Company Limited
ชื่อย่อ:	TKN
ประเภทธุรกิจ:	ผลิตและจำหน่ายอาหารแช่แข็งแปรรูป
เลขทะเบียนบริษัท:	0107556000337
ที่ตั้งโรงงาน / สำนักงาน	<u>โรงงานพวงส์ / สำนักงานใหญ่</u> เลขที่ 12/1 หมู่ 4 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี 12140 <u>โรงงานโรจนะ</u> เลขที่ 55/5 หมู่ 5 ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสุพรรณบุรี 3210 <u>สำนักงานเมืองทองธานี</u> เลขที่ 337 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เว็บไซต์:	www.taokaenoi.co.th
โทรศัพท์:	0 2108 6888
โทรสาร:	0 2108 8708
ทุนจดทะเบียน:	345,000,000 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว:	345,000,000 บาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	หุ้นสามัญ หุ้นละ 0.25 บาท
หุ้นบุริมสิทธิ	– ไม่มี –
กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่	ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2559 กลุ่มครอบครัวพีระเดชาพันธ์ ถือหุ้นร้อยละ 63.41 ที่เหลือเป็นการถือ หุ้นโดยสถาบันและนักลงทุนทั่วไป
ข้อมูลสำคัญอื่น	– ไม่มี –



ข้อมูลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ที่อยู่ เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ 0 2009 9999

โทรสาร 0 2009 9991

นายทะเบียนหุ้นกู้: - ไม่มี -

ผู้สอบบัญชี: บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

นางสาววิสสุตา จรรย์ธนากร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 3853 หรือ

นางพูนนารถ เผ่าเจริญ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 5238 หรือ

นางสาวมณี รัตนบรรณกิจ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 5313

ที่อยู่ ชั้น 33 อาคารเลอรัชดา 193/136-7 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ 0 2264 9090

โทรสาร 0 2264 0789-90

ที่ปรึกษากฎหมาย: บริษัท กุดั่น แอนด์พาร์ทเนอร์ส จำกัด

ที่อยู่ เลขที่ 973 อาคารเพรซิเดนซ์ทาวเวอร์ชั้นที่ 14 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

โทรศัพท์ 0 2656 0818

โทรสาร 0 2656 0819

นักลงทุนสัมพันธ์: นาย คู่สุรย์ รัตนะพร

ที่อยู่ เลขที่ 337 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120



อีเมล IR@taokaenoi.co.th

โทรศัพท์ 0 2984 0666 #315

โทรสาร 0 2094 0118

