

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มากด้วยคุณประโยชน์ อร่อย และสะดวกในการบริโภค รวมถึงการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและยอมรับในตลาดโลก

พันธกิจ

- บริษัทฯ มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่มากด้วยคุณประโยชน์ อร่อย และสะดวกในการบริโภค ให้ขยายไปสู่ผู้บริโภคหลายล้านคนทั่วโลกโดยบริษัทฯ เป็นผู้ส่งมอบคุณค่านั้น
- บริษัทฯ มุ่งสร้างการรับรู้ตราสินค้าเพื่อครองใจการพัฒนาสินค้าที่มีนวัตกรรม ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง
- บริษัทฯ มุ่งเน้นในการพัฒนาสินค้าที่มีนวัตกรรม และนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการกระบวนการผลิต
- บริษัทฯ ปฏิบัติต่อพนักงาน คู่ค้า และผู้บริโภคเสมือนหนึ่งคนในครอบครัว

เป้าหมาย

บริษัทฯ ต้องการขึ้นเป็นบริษัทขนมขบเคี้ยวระดับโลก “Global Snack Company” ด้วยยอดขายหนึ่งหมื่นล้านบาทต่อปี และมีวางขายมากกว่า 100 ประเทศทั่วโลก ภายในปี ค.ศ. 2024

1.2 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญ

ประวัติความเป็นมา

บริษัท เจ้าแกนน้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2547 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารว่างแปรรูปภายใต้ตราสินค้า “เจ้าแกนน้อย” ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการขยายการลงทุนในธุรกิจอาหารว่างแปรรูปอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังได้ลงทุนในธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการประกอบธุรกิจหลักของบริษัทฯ เช่น ธุรกิจร้านอาหารจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก “เจ้าแกนน้อยแลนด์” ซึ่งดำเนินการภายใต้บริษัท เจ้าแกนน้อย เรสเตอรองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด (“TKNRF”) เพื่อเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้โดยเฉพาะตลาดท่องเที่ยว สร้างการรับรู้ในตราสินค้าเจ้าแกนน้อยเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และการพัฒนาสินค้าใหม่ อีกทั้งธุรกิจผลิตผงปรุงรสเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารว่างแปรรูป ซึ่งดำเนินการภายใต้บริษัท เอ็นซีพี เทคดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด (“NCP”) ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมคุณภาพและพัฒนาสูตรการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง และธุรกิจซื้อขายไป ซึ่งดำเนินการภายใต้บริษัท บริษัท วอนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด (“WMI”) เป็นต้น

โดยเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2556 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2558 เป็นวันแรกที่เริ่มซื้อขายหลักทรัพย์ “TKN” ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัทฯ นำเงินที่ได้จากการระดมทุนเพื่อลงทุนเพิ่มกำลังการผลิต และประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานพวงค์ จังหวัดปทุมธานี และก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ ณ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ รวมถึงเป็นทุนหมุนเวียนและพิจารณาลงทุนธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานของบริษัทฯ และก่อให้เกิดการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

ปัจจุบันบริษัทฯ มีโรงงานในประเทศจำนวน 2 แห่ง คือ โรงงานพวงค์ จังหวัดปทุมธานี และโรงงานโรจนะ ตั้งอยู่ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นอกจากนี้ได้มีการขยายการลงทุนในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการเข้าซื้อกิจการ GIM Factory, Inc. ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อขยายกำลังการผลิตในกลุ่มอาหารว่างแปรรูปออสโมติก รองรับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

พัฒนาการที่สำคัญ

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัท ที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอำนาจในการควบคุม และลักษณะการประกอบธุรกิจ นับตั้งแต่จัดตั้งบริษัท มีดังต่อไปนี้

- ปี 2547 - บริษัท ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปภายใต้ตราสินค้า "เถาแก่น้อย" ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท พร้อมทั้งได้เปิดโรงงานผลิตที่สำนักงานทำอิฐ และหมู่บ้านฉีรวลัย โดยในช่วงแรกเป็นการนำสินค้าวางจำหน่ายที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (7 Eleven) ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นผลิตในเชิงพาณิชย์ นับแต่นั้นมา
- ปี 2548 - บริษัท เริ่มมีการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศผ่านช่องทางผู้ส่งออกภายในประเทศ (Thai Exporter) โดยส่งออกไปที่ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศแรก
- ปี 2549 - บริษัท ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 1 ล้านบาท เป็น 3 ล้านบาท และย้ายสายการผลิตจากโรงงานทำอิฐ มายังโรงงานบางบัวทอง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นการเช่าที่ดินและโรงงานจากบุคคลภายนอก
- ปี 2551 - บริษัท ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 3 ล้านบาท เป็น 5 ล้านบาท และขยายกำลังการผลิตแห่งที่ 2 ที่โรงงานหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นการเช่าที่ดินและโรงงานจากบุคคลภายนอก
- ปี 2552 - บริษัท จัดตั้ง บริษัทเถาแก่น้อย เรสเตอร์รองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด ("TKNRF") โดยบริษัท ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก ภายใต้ชื่อ "เถาแก่น้อยแลนด์" โดยปัจจุบัน (ปี 2560) มีสาขารวมทั้งสิ้น 12 สาขา
- ปี 2553 - บริษัท เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 5 ล้านบาท เป็น 35 ล้านบาท และ 160 ล้านบาท ตามลำดับ และเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท วอนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด ("WMI") จากกลุ่มผู้ถือหุ้นของบริษัท ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว เพื่อผลิตและจำหน่ายขนมปังอบกรอบ ภายใต้ตราสินค้า "Want More"
- ปี 2554 - บริษัท เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เอ็นซีพี เทคดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ("NCP") จากกลุ่มบุคคลภายนอกที่ไม่ใช่บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผงปรุงรส
- ปี 2556 - บริษัท แปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยใช้ชื่อว่า "บริษัท เถาแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)" และมีมติให้เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัท 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 - บริษัท เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 160 ล้านบาทเป็น 300 ล้านบาท เพื่อขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 95 ล้านหุ้น และเสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรก 45 ล้านหุ้น
- ปี 2558 - บริษัท เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 300 ล้านบาทเป็น 345 ล้านบาท เพื่อขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 95 ล้านหุ้น และเสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรก 90 ล้านหุ้น หลักทรัพย์ของบริษัทได้ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นครั้งแรกในวันที่ 3 ธันวาคม 2558 บริษัทเริ่มก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ

- ปี 2559
- หลักทรัพย์ของบริษัท (หุ้น TKN) ได้ถูกจัดอันดับเข้าอยู่ในการคำนวณดัชนี MSCI Global Small Cap
 - บริษัท มีรายได้จากการส่งออกเป็นสัดส่วนที่มากกว่ารายได้ในประเทศเป็นปีแรก
- ปี 2560
- เปิดดำเนินการโรงงานโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (RJN) เพื่อรองรับการเติบโตจากยอดขายต่างประเทศ
 - เข้าซื้อกิจการ GIM Factory, Inc. รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อเป็นฐานการผลิตและการกระจายสินค้าของบริษัท ในประเทศสหรัฐอเมริกา

1.3 โครงสร้างการถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัท มีการถือหุ้นในบริษัทย่อย ดังนี้



นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

หน่วยงานสนับสนุนส่วนกลางจะรวมศูนย์ที่บริษัท โดยบริษัทย่อยต้องใช้บริการงานสนับสนุนของบริษัท (Outsourcing) ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

- งานด้านบัญชี ระบบบัญชี การเงิน ต้นทุน วางแผนและงบประมาณ
- งานด้านทรัพยากรบุคคลและพัฒนาองค์กร
- งานด้านเทคโนโลยี สารสนเทศองค์กร

ส่วนบริษัทย่อยแต่ละบริษัทจะดำเนินงานเสมือนหน่วยธุรกิจ เพื่อสนับสนุนส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทฯ ประกอบด้วย ส่วนงานผลิตผงบุงเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทฯ ส่วนงานร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ส่วนงานผลิตผงบุงเพื่อเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตสาคูสำเร็จรูป

ส่วนงานผลิตผงบุงทำหน้าที่ด้านการจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำมาผลิตผงบุง ดำเนินการผลิตตามคุณภาพมาตรฐานที่กำหนดไว้ และส่งมอบให้บริษัท เพื่อใช้ในสายการผลิตสาคูสำเร็จรูป

2. ส่วนงานร้านค้าจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก

ส่วนงานร้านค้าจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝากทำหน้าที่เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ โดยตรงให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พัฒนาสินค้าใหม่ให้ตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อขยายตลาดในกลุ่มประเทศเอเชียต่อไป จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมด้านการตลาด และการทำวิจัยตลาดของบริษัทฯ

ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯต้องเป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์การดำเนินธุรกิจที่กำหนดโดย บริษัทฯ

1.4 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปภายใต้ตราสินค้า “เจ้าแก่น้อย” รวมถึงสินค้าขนมขบเคี้ยวอื่นๆ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แบ่งตามกรรมวิธีการผลิตได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ สาหร่ายทอด สาหร่ายย่าง สาหร่ายอบ และสาหร่ายเทมปุระ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าหลากหลายรสชาติ อาทิเช่น รสคลาสสิก รสเผ็ด รสบาร์บีคิว รสปลาหมึกย่าง และรสชีฟู้ด เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งใน และต่างประเทศ ผ่านช่องทางจัดจำหน่ายต่างๆ ทั้งร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต การขายผ่านผู้แทนจำหน่าย ร้านเจ้าแก่น้อยแลนด์ รวมถึงตลาดส่งออก ทั้งในทวีปเอเชียและทวีปอื่นๆ ตามเป้าหมายที่มุ่งสู่แบรนด์ขนมขบเคี้ยวระดับโลก (Global Snack Company)

บริษัทฯ มีโรงงานผลิตสาหร่ายแปรรูป 2 แห่งในประเทศที่จังหวัดปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา เพื่อรองรับยอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงโรงงานที่รัฐแคลิฟอร์เนียประเทศสหรัฐอเมริกาภายใต้บริษัทในเครือ เพื่อรองรับการขยายตลาดในภูมิภาคดังกล่าว

บริษัทฯ มีการถือหุ้นในบริษัทย่อยทั้งสิ้น 4 บริษัท ดังนี้

1. บริษัท เจ้าแก่น้อย เรสเตอรองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด (“TKNRF”)

เลขทะเบียนบริษัท:	0125552015842
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่:	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 เจ้าแก่น้อย เรสเตอรองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด ดำเนินธุรกิจร้านขายของฝาก “เจ้าแก่น้อยแลนด์” เพื่อจำหน่ายให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยประกอบด้วยสินค้าสาหร่ายและขนมขบเคี้ยวของบริษัท เจ้าแก่น้อย ฟู้ด แอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน), สินค้าแฮสแบรนด์ และสินค้าฝากขาย โดยปัจจุบันมีสาขาจำนวนทั้งสิ้น 11 สาขา ตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

- กรุงเทพมหานคร 6 สาขา ได้แก่ เทอมินัล 21 (อโศก), แพลตตินั่ม 2 สาขา (ประตูน้ำ), เอเชียทีค เดอะริเวอร์ฟรอนท์ (เจริญกรุง), มาบุญครอง (ปทุมวัน) และสยามสแควร์ (ปทุมวัน)
- เชียงใหม่ 3 สาขา ได้แก่ เมญา ไลฟ์สไตล์ ซ็อบบี้ เซ็นเตอร์, เซ็นทรัล เฟสติวัล เชียงใหม่, ดิңปาร์ค
- พัทยา จำนวน 2 สาขา ได้แก่ ตลาดน้ำ 4 ภาค 2 สาขา

ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะให้ “เจ้าแก่น้อยแลนด์” เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าในกลุ่มนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงตราสินค้าเจ้าแก่น้อย โดยปัจจุบันมีแผนออกผลิตภัณฑ์อื่น ๆ นอกจากสาหร่ายแปรรูป รวมถึงเปิดร้านใหม่ในจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับธุรกิจท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ นอกจากเป็นช่องทางหนึ่งในการขายสินค้าในประเทศ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว ร้านเจ้าแกน้อยแลนด์ ยังใช้ในการทำกิจกรรมทางการตลาด และทดลองสินค้าใหม่อีกด้วย โดยมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนร้านภายใน 3 ปี ที่ผ่านมาดังนี้

จำนวนสาขา เจ้าแกน้อยแลนด์	ปี 2558 *	ปี 2559	ปี 2560
ต้นปี	17	5	8
เพิ่ม/ลด	(12)	3	3
ปลายปี	5	8	11

* ปี 2558 มีการปิดสาขาเนื่องจากมีการปรับโมเดลธุรกิจจากการเปิดในไฮเปอร์มาร์เก็ตเป็นหลัก มาเปิดในแลนด์มาร์คสำคัญสำหรับกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวแทน

2. บริษัท เอ็นซีพี เทรตติ้ง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด (“NCP”)

เลขทะเบียนบริษัท: 0125549009489
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 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 เทรตติ้ง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผงปรุงรสให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่าย รวมถึงสินค้าอื่นๆ โดยเป็นสูตรเฉพาะที่ถูกต้องคั่นขึ้น ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมคุณภาพการผลิตตั้งแต่ต้นทาง และพัฒนารสชาติใหม่ได้หลากหลาย และรวดเร็ว

3. บริษัท เจ้าแกน้อย แคร่ จำกัด* (“TKNC”)

เลขทะเบียนบริษัท: 0125551000787
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 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 เจ้าแกน้อย แคร่ จำกัด* ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าชื่อมาขายไป โดยเป็นสินค้าเพื่อลูกค้ากลุ่มผู้รักสุขภาพ เช่น เวย์โปรตีน “My Whey”

* บริษัทฯ ทำการจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อจาก บริษัท ว๊นท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด กับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2561

4. จิม แฟคทอรี อิงค์ (GIM Factory Inc.) (“GFI”)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 13767 Milroy Place Santa Fe Springs, California United States
โทรศัพท์: +1 562 404 9888
ทุนจดทะเบียน: 3,100,000 ดอลลาร์สหรัฐ

ทุนที่ออกและชำระแล้ว:	3,100,000 ดอลลาร์สหรัฐ
มูลค่าลงทุน	2,015,000 ดอลลาร์สหรัฐ
สัดส่วนการถือหุ้น:	ร้อยละ 100

จิม แพคทอรี่ อิงค์ มีเป้าหมายเพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายสาย่ายแปรรูปในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเน้นกลุ่มสาย่ายออแกนิก รวมถึงการนำเข้าขนมขบเคี้ยวประเภทสาย่ายจาก บมจ. แก้วแกน้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง เพื่อจำหน่ายในภูมิภาคดังกล่าว

1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ในช่วงตั้งแต่ปี 2558 ถึง ปี 2560 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

รายการ	2558		2559		2560	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สำหรับรายทอด	2,060.60	58.88	2,497.86	53.09	2,408.44	45.76
สำหรับรายยาง	1,171.26	33.47	1,885.76	40.08	2,266.60	43.06
สำหรับรายเทมปุระ	81.30	2.32	88.5	1.88	99.46	1.89
สำหรับรายอบ	41.24	1.18	68.44	1.45	153.02	2.91
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	58.90	1.68	164.77	3.5	336.08	6.38
รวมรายได้จากการจำหน่าย	3,499.75	100.00	4,705.34	100.00	5,263.61	100.00

โครงสร้างรายได้แบ่งตามประเทศคู่ค้า

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท แบ่งตามประเทศที่มีการสั่งซื้อสินค้าของบริษัทฯ ในช่วงตั้งแต่ปี 2558 ถึง ปี 2560 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเทศคู่ค้า	งบการเงินรวม					
	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ไทย	1,669.45	47.70	1,920.48	40.81	2,063.42	39.20
จีน	838.07	23.95	1,760.96	37.42	2,103.58	39.96
มาเลเซีย	148.69	4.25	158.05	3.36	169.18	3.21
อินโดนีเซีย	206.26	5.89	153.40	3.26	151.40	2.88
ฮ่องกง	109.58	3.13	119.53	2.54	134.61	2.56
ประเทศอื่นๆ ¹	527.7	15.08	592.92	12.61	641.41	12.19
รายได้จากการขาย	3,499.75	100.00	4,705.34	100.00	5,263.61	100.00

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

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูป รวมถึงขนมขบเคี้ยวประเภทอื่นๆ โดยมีการพัฒนาปรับปรุงสินค้าอย่างต่อเนื่องจนก้าวขึ้นเป็นผู้ประกอบการผลิตสาหร่ายแปรรูปในประเทศไทย ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลควบคุมคุณภาพเป็นสำคัญ โดยได้คัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงและคุณภาพเป็นที่ยอมรับ และดำเนินขั้นตอนการผลิตอย่างพิถีพิถัน อีกทั้ง บริษัทฯ ยังได้รับการสนับสนุน ความเห็น และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานจากลูกค้าที่มีศักยภาพทั้งในส่วนของผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ ลูกค้ารายใหญ่ และลูกค้ารายย่อย นอกจากนี้ บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะทำการตลาดภายใต้เครื่องหมายการค้า “เต้าแก่น้อย” (“TaoKaeNoi”) รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคตและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทั้งนี้ รายละเอียดของลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละประเภทของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

1. สาหร่ายทอดกรอบ

สาหร่ายทอดกรอบเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการคัดเลือกวัตถุดิบสาหร่ายจากแหล่งผลิต โดยสาหร่ายดังกล่าวจะผ่านการอบแห้ง จากนั้นจึงถูกนำมาผ่านกระบวนการทอดในอุณหภูมิที่เหมาะสม จนได้สาหร่ายทอดกรอบแผ่นฟู สีเขียว ผ่านกระบวนการโรยผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติ และบรรจุใส่ซองตามขนาดที่กำหนดไว้ จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สาหร่ายทอดสไลด์ญี่ปุ่นรสชาติต่างๆ อาทิเช่น รสคลาสสิก, รสเผ็ด, รสซีฟู้ด, รสซีส, รสซอสญี่ปุ่น, รสพิชซ่า, รสวาซาบิ, รสต้มยำกุ้ง, และรสสไปซี่บาร์บีคิว เป็นต้น ภายใต้ตราสินค้าต่างๆ ได้แก่ เต้าแก่น้อย (TaoKaeNoi), บิ๊กชีท (Big Sheet), โคโนมิ (Konomi), และ มินิไบท์ (Mini Bite) เป็นต้น

2. สาหร่ายย่าง

สาหร่ายย่างเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สาหร่ายที่ผ่านการอบแห้งมาเป็นวัตถุดิบ เพื่อนำไปผ่านกระบวนการโรยผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติ ผ่านกระบวนการย่างในอุณหภูมิที่เหมาะสม จนได้ออกมาเป็นสาหร่ายย่างที่มีความกรอบแผ่นตรงรสชาติกลมกล่อม และบรรจุใส่ซองขนาดต่างๆ จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สาหร่ายย่างสไลด์ญี่ปุ่นรสชาติต่างๆ อาทิเช่น รสคลาสสิก, รสเผ็ด, รสหมกย่าง, รสสไปซี่ซีฟู้ด, รสวาซาบิ, รสกิมจิ, และรสสไปซี่บาร์บีคิว เป็นต้น นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์สาหร่ายย่างยังมีสินค้าใหม่ที่เป็นสาหร่ายม้วนย่างสไลด์ญี่ปุ่นซึ่งเป็นรูปแบบที่ฉีกไปจากแนวเดิมๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับประทานให้แก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้สาหร่ายย่างใช้ตราสินค้าแตกต่างกันไปตามแต่ละลักษณะผลิตภัณฑ์อันประกอบไปด้วย เต้าแก่น้อย บิ๊กโรล (Big Roll), เต้าแก่น้อยบิ๊กแบ็ก (Big Bag), โคโนมิ ไจแอนท์ ชีท (Konomi Giant Sheet), และโคโนมิ โรลสติค (Konomi Roll Stick)

3. สาหร่ายเทมปุระ

สาหร่ายเทมปุระเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการคัดเลือกวัตถุดิบสาหร่ายจากแหล่งผลิต ซึ่งเป็นสาหร่ายที่ผ่านการอบแห้ง จากนั้นนำสาหร่ายมาผ่านกระบวนการชุบแป้งเทมปุระที่มีคุณภาพดี นำไปทอดในอุณหภูมิที่เหมาะสมจนได้สาหร่ายเทมปุระสีเหลืองทอง เนื้อสัมผัสที่กรอบ ผ่านกระบวนการคลุกผสมผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติ และบรรจุใส่ซองขนาดต่างๆ ที่กำหนดไว้ จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สาหร่ายเทมปุระ รสชาติต่างๆ อาทิเช่น รสต้นตำรับสไลด์ญี่ปุ่น, รสเผ็ดสไลด์ญี่ปุ่น, รสวาซาบิ, และรสกุ้งเทมปุระ เป็นต้น ภายใต้ตราสินค้าต่างๆ ได้แก่ เต้าแก่น้อยเทมปุระ (TaoKaeNoi Tempura), โคโนมิ (Konomi), และไฮ เทมปุระ (Hi Tempura)

4. สาหร่ายอบ

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

5. ผลิตภัณฑ์อื่น

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

- ธุรกิจร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก : จำหน่ายขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆ ทั้งในส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตรายอื่น เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์และเข้าถึงผู้บริโภค ปัจจุบันดำเนินงานโดย TKNRF ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัทฯ ทั้งจำนวน
- ธุรกิจสินค้าเพื่อสุขภาพ : จำหน่ายสินค้าเครื่องดื่มโปรตีนสูงเพื่อคนรักสุขภาพภายใต้ตราสินค้า มาย เวย์ (My Whey) เพื่อขยายธุรกิจไปยังผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นเพื่อสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ และจัดกระแสดนรสุขภาพและการออกกำลังกาย

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

กลุ่มบริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์จากการลงทุน โดยได้รับอนุมัติบัตรส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่างๆ ที่ระบุไว้ในบัตรส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บัตรส่งเสริมการลงทุนที่ยังมีผลใช้บังคับอยู่ ดังนี้

เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขของโครงการ
1433/2553 (โรงงานพวงค์)	9 เมษายน 2553	สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย สิทธิประโยชน์ของโครงการ ● ได้รับอนุญาตคนต่างด้าว (ไม่รวมพม่า ลาว กัมพูชา) ซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด ● ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร (สิทธิประโยชน์สิ้นสุดวันที่ 9 ต.ค. 58)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

เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขของโครงการ
2155(2)/2554 (โรงงานโรจนะ)	20 กันยายน 2554 (ได้รับอนุมัติให้ย้าย สถานที่ตั้งกิจการจาก ลาดบัวหลวงเป็นสวน อุตสาหกรรมโรจนะเมื่อ วันที่ 25 พฤศจิกายน 2557)	สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย สิทธิประโยชน์ของโครงการ • ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว (ไม่รวมพม่า ลาว กัมพูชา) ซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด • ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร (สิทธิประโยชน์สิ้นสุดวันที่ 20 มี.ค. 60)¹ • ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก (ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 9 ม.ค. 62)² • ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป (ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 9 ม.ค. 62)² • ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 7 ปี • ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริม ซึ่งได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ เงื่อนไขของโครงการ • มีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย เช่น สาหร่ายทอด สาหร่ายอบ และสาหร่ายชุบแป้งทอด 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 (โรงงานนพวงศ์)	6 พฤษภาคม 2554	สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวจากแป้ง สิทธิประโยชน์ของโครงการ • ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว (ไม่รวมพม่า ลาว กัมพูชา) ซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของ

เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขของโครงการ
		บุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด • ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร(สิทธิประโยชน์สิ้นสุดวันที่ 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) ได้รับใบอนุญาตเปิดดำเนินการ 1 สิงหาคม 2559
2103(2)2557 (โรงงานนพวงศ์)	8 กันยายน 2557	สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตข้าวโพดอบกรอบ สิทธิประโยชน์ของโครงการ • ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว (ไม่รวมพม่า ลาว กัมพูชา) ซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด • ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร(สิทธิประโยชน์สิ้นสุดวันที่ 14 มิ.ย. 59) • ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก(ยังไม่ได้ใช้สิทธิ)

เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขของโครงการ
		- 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 : 1. ระยะเวลาการนำเข้าเครื่องจักรจะครบกำหนดตามวันที่ระบุในบัตรส่งเสริมและสำหรับโครงการที่ยื่นขออนุมัติเปิดดำเนินการก่อนวันครบกำหนดจะนับจากวันที่ยื่นคำร้องขออนุมัติเปิดดำเนินการ

2. ระยะเวลาการนำเข้าวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก และการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งออกกลับไปได้ สามารถขอขยายได้อย่างต่อเนื่อง โดยจะอนุมัติครั้งละ 2 ปี

3. การเปิดดำเนินการตามโครงการ BOI สามารถขยายระยะเวลาได้ 1 ครั้ง ครั้งละ 1 ปี

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายและลักษณะการตลาด

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างยอดขาย สร้างความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าและลูกค้า ปัจจุบัน รวมไปถึงการแสวงหาและสร้างกลุ่มลูกค้ารายใหม่เพื่อขยายฐานธุรกิจของบริษัทให้เติบโตขึ้น ซึ่งทั้งหมดสอดคล้องกับนโยบายของของบริษัทที่ให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่และนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค จนเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง

บริษัทฯ ยังคงยึดนโยบายหลักในการประกอบธุรกิจ เพื่อเป็นกลยุทธ์สำคัญในการทำการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านคุณภาพ กลยุทธ์ด้านความหลากหลาย กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านคุณภาพ

คุณภาพของผลิตภัณฑ์คือสิ่งที่บริษัทฯ มุ่งเน้นมาตลอดและเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก เริ่มตั้งแต่การสรรหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพต่างๆทั้งจากในประเทศและต่างประเทศที่ได้รับการรับรอง โดยเฉพาะสาหร่ายซึ่งเป็นวัตถุดิบหลัก ที่นำเข้าหลักๆจากประเทศเกาหลี ซึ่งเป็นแหล่งผลิตสาหร่ายรายใหญ่ของโลก ที่ได้รับการยอมรับทั้งในแง่คุณภาพ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือจากทั่วโลก และทางบริษัทฯ ยังมีกระบวนการตรวจสอบวัตถุดิบสินค้าก่อนที่จะส่งมอบเพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าได้คุณภาพตามที่ตั้งเอาไว้ในส่วนกระบวนการผลิตนั้นทางบริษัทฯ ผลิตสินค้าด้วยกระบวนการมาตรฐานการผลิตที่ผ่านการรับรองจากสถาบันต่างๆทั้งในและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น ISO9001: 2015 มาตรฐาน GMP และมาตรฐาน HACCP เป็นต้น การดำเนินการฝึกอบรมแรงงานในแต่ละส่วนเพื่อให้มีความชำนาญงานและปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสุ่มตรวจสินค้าในแต่ละขั้นตอนการผลิต เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด รวมไปถึงการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ที่เหมาะสมตามมาตรฐานที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ซึ่งทั้งหมดช่วยให้บริษัทฯ สามารถรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้าไว้ได้อย่างต่อเนื่องยาวนาน

2) กลยุทธ์ด้านความหลากหลาย

เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา ทั้งยังแตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุและแตกต่างกันทั้งในและต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อรองรับความต้องการดังกล่าว อาทิเช่น การออกผลิตภัณฑ์สาหร่ายอบรสชาติต่างๆที่มีความหลากหลาย ในขนาดบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพ และเพื่อให้สอดคล้องกับ ลักษณะการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวทำให้บริษัทฯ สามารถตอบโจทย์ทางการตลาดได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่นอกเหนือจากสาหร่ายปรุงรสที่ตรงความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน เช่น เครื่องดื่มโปรตีนสูง มายด์เวย์ ที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภค

3) กลยุทธ์ด้านราคา

บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาสินค้าให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยบริษัทฯ จะเริ่มจากให้ฝ่ายการตลาดทำการสำรวจระดับราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีในตลาดที่เป็นประเภทเดียวกัน ซึ่งมีขนาดน้ำหนัก และรูปลักษณะที่ใกล้เคียงกัน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาพร้อมกับข้อมูลโครงสร้างต้นทุนที่จัดทำขึ้นโดยฝ่ายบัญชีและผลกำไรขั้นต้นตามเป้าหมายของบริษัทฯ จากนั้นจึงจะกำหนดราคาค้าปลีกและขนาดบรรจุที่เหมาะสมสำหรับจัดจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าปลีก เพื่อกำหนดราคาขายต่อส่ง ซึ่งได้รวมถึงอัตรากำไรขั้นต้นของผู้ค้าปลีกที่บริษัทฯ กำหนดให้ ทั้งนี้ ราคาค้าปลีกที่บริษัทฯ กำหนดให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะไม่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นมาก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถแข่งขันได้ในตลาด และจงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้โดยไม่ยากนัก

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

4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทฯ ใช้กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของตลาดและการกระจายตัวของผู้บริโภค กล่าวคือ สำหรับตลาดภายในประเทศ บริษัทฯ จะทำตลาดด้วยตนเอง และจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งมีสาขาครอบคลุมทุกภูมิภาคในประเทศ และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) ที่ช่วยให้บริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในย่านชุมชนนอกเมืองต่างๆ ทั้งนี้ การเลือกใช้ช่องทาง 2 ช่องทางดังกล่าวสำหรับการจัดจำหน่ายภายในประเทศ มีผลให้บริษัทฯ จัดส่งสินค้าไปตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงและอำนวยความสะดวกให้

ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าของบริษัทฯ ได้โดยง่าย ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นการเติบโตและรักษายอดขาย ให้อยู่ในระดับที่บริษัทฯ วางเป้าหมายไว้ในส่วนของตลาดต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีการทำสัญญาว่าจ้างผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศที่มีความเชี่ยวชาญในตลาดนั้นๆ และมีเครือข่ายในการขายที่กว้างขวาง ให้เข้ามาทำตลาดและกระจายสินค้าให้แก่บริษัทฯ นอกจากนี้ ในประเทศที่ยังไม่ได้มีการแต่งตั้งผู้จัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้จำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้นำเข้าในต่างประเทศและผู้ส่งออกในประเทศเป็นรายครั้ง หากมีการติดต่อเข้ามา เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าของบริษัทฯ ออกสู่ตลาดเพิ่มเติมอีกด้วย

5) กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

การสื่อสารทางการตลาดและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์และตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและตัดสินใจซื้อให้กับผู้บริโภคในวงกว้าง บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรและหลากหลายช่องทาง เพื่อมุ่งเน้นการเข้าถึงและรู้จักในกลุ่มเป้าหมายที่ปัจจุบันเข้าถึงสื่อหลากหลายช่องทางมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อ Offline สื่อ Online สื่อ Above The Line และ Below The Line ฉะนั้นแผนสื่อสารและกิจกรรมทางการตลาดจึงดำเนินการโดยมุ่งเน้นที่ภาพลักษณ์ของบริษัทฯ และผลิตภัณฑ์ที่ตรงใจผู้บริโภค ผ่านทางช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ และสื่อดิจิทัลต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น นอกจากนี้แล้วยังมีกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยในทุกๆ พื้นที่ของประเทศ รวมไปถึงการเป็นส่วนหนึ่งในงานแสดงสินค้าในประเทศต่างๆ เพื่อให้ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทั่วโลก

ลูกค้าเป้าหมายตลาดในประเทศ

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

ประเภทของสหาร่าย	อายุ (ปี)	พื้นที่	รายได้เฉลี่ย (บาท)	อาชีพ
สหาร่ายทอด				
● 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 ฮองกง)	0-10,000	นักเรียน
● โคโนมิ	5-40	ตลาดต่างประเทศ (จีน ไต้หวัน)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
สหาร่ายเทมปุระ				
● แก้วแก้วน้อยเทมปุระ	5-40	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (อินโดนีเซีย อเมริกา ฮอลแลนด์ อังกฤษ)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน

ประเภทของสาหร่าย	อายุ (ปี)	พื้นที่	รายได้เฉลี่ย (บาท)	อาชีพ
สาหร่ายอบ				
● เอ็กตราชีท	5- 50	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด	0 - 50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
● สไตล์เกาหลี	15 - 35	ตลาดต่างประเทศ (มาเลเซีย สิงคโปร์)	10,000 - 50,000	นักศึกษา และวัยทำงาน
สาหร่ายย่าง				
● ซูเปอร์คริสป์	15-35	กรุงเทพฯ ตัวเมืองตามต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ (ฮ่องกง เวียดนาม อเมริกา ออสเตรเลีย ฮอลแลนด์ อังกฤษ)	15,000 - 25,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
● บิ๊กโรล	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 โรลสตีก	5-40	ตลาดต่างประเทศ (จีน ไต้หวัน)	0-50,000	นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน

ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ตลาดภายในประเทศ

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในประเทศปี 2560 จำนวน 2,063 ล้านบาท เดบิตร้อยละ 7 จากปีที่ผ่านมา ทั้งนี้เป็นผลมาจากการทำกิจกรรมทางการตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ การขยายช่องทางร้านเก่าแก่น้อยแลนด์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้น และการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งกลุ่มสาหร่ายทอดและสาหร่ายย่างขนาดใหญ่พิเศษ (แฟมิลี่แพ็ค) สำหรับทานร่วมกันในกลุ่มเพื่อนและครอบครัวส่วนกลุ่มผู้ดูแลสุขภาพมีการแนะนำสาหร่ายอบแคลอรีต่ำ รวมถึงผลิตภัณฑ์เวย์โปรตีน เป็นต้น โดยปัจจุบันมีการกระจายสินค้าผ่าน 3 ช่องทางหลัก

1.1 ร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ร้านค้าปลีกทันสมัย (Modern Trade) ประกอบด้วย ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ต บริษัทฯ ทำการขายช่องทางนี้โดยตรงกับลูกค้าแต่ละราย โดยส่งสินค้าจากคลังสินค้าของบริษัทฯ เข้าสู่ศูนย์กระจายสินค้า (ดี.ซี.) ของลูกค้าเพื่อกระจายไปยังสาขาต่างๆ

1.2 ผู้จัดจำหน่ายในประเทศ

ผู้แทนจำหน่าย (Distributor) บริษัทฯ มีการขายผ่านผู้แทนจำหน่ายในประเทศเพื่อกระจายสินค้าไปยังร้านค้าทั่วประเทศ รวมถึงซูเปอร์มาร์เก็ตที่ไม่มีศูนย์กระจายสินค้า (ดี.ซี.) รวมถึงการขายโดยตรงผ่านตัวแทนในบางช่องทาง ทั้งนี้ในปี 2560 บริษัทฯ ได้เริ่มกระจายสินค้าเวย์โปรตีนผ่านช่องทางนี้โดยมีตัวแทนเพื่อกระจายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

1.3 ร้านค้าแก่น้อยแลนด์ (Taokaenoi Land)

ร้านค้าแก่น้อยแลนด์ (TKN Land) จำนวน 11 สาขาในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ (กรุงเทพ เชียงใหม่ และพัทยา) เพื่อเป็นช่องทางในการขายสินค้าโดยตรงกับให้กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นช่องทางในการแนะนำสินค้าใหม่ของตลาดในประเทศอีกด้วย

ทั้งนี้จากข้อมูลวิจัยการตลาดพบว่าภาพรวมตลาดขนมขบเคี้ยวในประเทศปี 2560 มีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6 และตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายมูลค่ากว่า 3,000 ล้านบาท มีอัตราเจริญเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 9 ส่วนร้านค้าแก่น้อยมีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยตลาด ทำให้สามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดเมื่อเดือนธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายร้อยละ 72

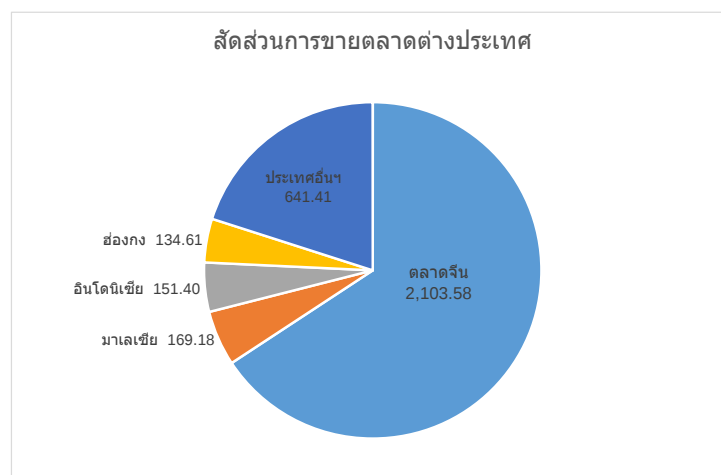
2. ตลาดต่างประเทศ

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในประเทศปี 2560 จำนวน 3,200 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 15 จากปีที่ผ่านมา โดยประเทศจีนมีส่วนยอดขายร้อยละ 40 ของยอดขายรวมบริษัทและมีศักยภาพในการเติบโตในอนาคต โดยปัจจุบันบริษัทฯ ทำการขายผ่านผู้แทนจำหน่าย 2 รายเพื่อกระจายสินค้าในช่องทางร้านค้าปลีกทันสมัย (Modern Trade) ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และช่องทางออนไลน์ รวมถึงการสร้างแบรนด์เพื่อสร้างยอดขายในระยะยาวต่อไป

นอกจากนี้ยังบริษัทฯ มีการขายไปยังประเทศอื่นๆ กว่า 50 ประเทศทั่วโลก โดยมีประเทศที่สำคัญ อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฮองกง สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ไต้หวัน และกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม) เป็นต้น

ปัจจุบันบริษัทฯ มีการขายส่งออกไปขายยังต่างประเทศผ่าน 3 ช่องทางหลัก

1. ผู้ส่งออกในประเทศ (Thai Exporter) เพื่อทดลองขายสินค้าไปยังตลาดใหม่ที่ยังไม่เคยทำการขายมาก่อน
2. ผู้นำเข้า (Importer) เพื่อขยายช่องทางแต่ละประเทศที่บริษัทฯ ต้องการเข้าไปเปิดตลาด
3. ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ (Overseas Distributor) บริษัทฯ จะแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายในประเทศที่มีศักยภาพการเจริญเติบโต เพื่อทำการขายและการตลาดตามเงื่อนไขที่ตกลงร่วมกัน



ตลาดจีน

เป็นตลาดยอดขายอันดับหนึ่งของร้านค้าแก่น้อยในปี 2560 มีอัตราการเติบโตสูงกว่าร้อยละ 20 จากปีที่ผ่านมา โดยศักยภาพของช่องทางการตลาดมีอยู่มาก และช่องทางการจำหน่ายสินค้าใหม่ทั้งทาง Off Line และ On Line เช่น

- ร้านค้าสินค้าประเภทแม่และเด็ก
- ร้านขายสินค้าประเภท Gift Shop
- ร้านค้า Chain ของทางมหาวิทยาลัย ที่มีทั้ง kiosk ตามมหาวิทยาลัย และช่องทาง on line
- ร้านค้าที่ใช้ระบบสมาชิก เช่น Alibaba, T-mall, Taobao

ช่องทางทุกช่องทางดังกล่าวทางบริษัทได้ผลักดันสินค้าเก่าแก่น้อยเข้าไปอยู่ในทุกร้านค้าเพื่อให้สามารถกระจายสินค้าเข้าถึงมือผู้บริโภคได้หลากหลายกลุ่มและสินค้าของเก่าแก่น้อยได้รับความนิยมมาเป็นอย่างดี

ในส่วนช่องทางออนไลน์ สินค้าเก่าแก่น้อย มีขายอยู่ในทุกช่องทาง เช่น T Mall, Taobao, JD เป็นต้น ซึ่งยอดขายช่องทางนี้ถือว่าเติบโตสูงสุด และสินค้าเก่าแก่น้อยยังเป็นสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวขายดีประจำปีที่ผ่านมาติดอันดับ 5 ของช่องทาง T Mall

การทำการตลาดในปี 2560 ส่วนใหญ่นอกจากการพยายามขยายช่องทางในส่วนของทั้งตลาดค้าส่ง ช่องทาง Mainstream ครอบคลุมถึงการส่งเสริมการขาย การให้ส่วนลดราคาหน้าร้าน หรือซื้อ 2 ชิ้นราคาพิเศษ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อในจำนวนมากขึ้น มีการเข้าร่วมงานเทรดแฟร์ที่จัดขึ้นตามเมืองต่างๆ เพื่อเป็นการโปรโมทสินค้าและหาลูกค้าเพิ่มเติมตามเมืองที่เก่าแก่น้อยอาจจะยังเข้าถึงได้ไม่มาก มีกิจกรรมการแจกชิมตามช่องทางห้างร้านต่างๆ ซึ่งดำเนินการโดยผู้แทนจำหน่าย เพื่อเน้นย้ำความเป็นเอกลักษณ์ในตัวสินค้าที่ไม่ใช่แค่ขนมสาหร่ายที่ชาวจีนรู้จักกันมายาวนานแต่สาหร่ายเก่าแก่น้อย โดดเด่นในเรื่องรสชาติ ความแปลกใหม่ในรูปแบบการผลิต สร้างสรรค์เพื่อผู้บริโภคที่หลากหลาย ให้มีทางเลือก และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ได้อย่างดี

นอกจากนี้มีการโปรโมทสินค้าผ่านสื่อดิจิทัลไม่ว่าจะเป็น We Chat, Weibo, Baidu เพื่อนำเสนอข้อมูลตัวสินค้าปัจจุบัน สินค้าใหม่ ความเคลื่อนไหวกิจกรรมทางการตลาด การเล่นเกมสแลกของรางวัล การทำโปรโมชันอย่างมีรูปแบบและเป็นระบบ โดยทีมงานมืออาชีพ ตอกย้ำความสำเร็จช่วงเดือนธันวาคม เก้าแก่น้อยได้ทำกิจกรรมการตลาดโดยร่วมกับทีมดารานักแสดงวัยรุ่น 5 คนที่เคยมีผลงานซีรีส์ในไทย และได้รับความนิยมจากแฟนคลับประเทศจีนอย่างมาก ในนามกลุ่ม SB FIVE ซึ่งเป็นงาน Fan Meet จัดขึ้นที่จีนประสบความสำเร็จอย่างเกินความคาดหมาย ทั้งในแง่ผลตอบรับจากแฟนคลับจีนและกระแสที่ได้จากสินค้าเก่าแก่น้อย

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวในประเทศไทยปี 2560 มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 35,180 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 จากปี 2559 อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมายุทธศาสตร์ขนมขบเคี้ยวมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้มีผู้ประกอบการให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยผู้ประกอบการต่างๆ ต้องการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ทางการค้าต่างๆ รวมถึงการพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่ หรือรสชาติใหม่ ออกมานำเสนอ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะเป็นเด็กและวัยรุ่นซึ่งมีพฤติกรรมชอบทดลองสินค้าใหม่อยู่เสมอ

หากพิจารณาตลาดขนมขบเคี้ยวในประเทศไทย จะสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ในตลาดขนมขบเคี้ยวออกเป็น 9 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ขนมขบเคี้ยวประเภทชิ้นรูป (Extruded Snack) เป็นขนมที่ทำจากแป้งอบกรอบ เช่น แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งสาลี แป้งข้าวโพด และเพิ่มรสชาติโดยการปรุงรสด้วยส่วนผสมอื่นๆ เช่น รสซอส รสสาหร่าย เป็นต้น ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ คอนเน่ สแน็คแจ๊ค ตะวัน แจ็กซ์ และปาปริก้า
2. มันฝรั่ง (Potato Chip) เป็นขนมมันฝรั่งสไลด์ทอดปรุงรสรสชาติต่างๆ เช่น รสมันฝรั่งแท้ รสบาร์บีคิว เป็นต้น ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ เลย์ เทสต์โด มันฝรั่งพริงเกิล และเลย์ส์แตกซ์
3. สาหร่ายปรุงรส (Seasoned Seaweed) เป็นขนมที่ทำมาจากสาหร่ายโดยผ่านกระบวนการทอด ย่าง อบ พร้อมปรุงรสเป็นรสชาติต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ เก้าแก่น้อย มาชิตะ ซิลิโกะ ตะวันแดง และโอโนริ

4. ถั่ว (Nut) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากถั่วประเภทต่างๆ เช่น ถั่วลิสง ถั่วลิ้นเต่า เม็ดมะม่วงหิมพานต์ อัลมอนต์ปรงรสชาติต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ โกโก้ ทองการ์เด็น เจดีย์คู่ กรีนนัท และนัทวอลล์เกอร์
5. ปลาเส้น (Fish Snack) เป็นขนมที่ทำจากปลาที่ผ่านกระบวนการย่าง ปรงรส เป็นรสชาติต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ ทาโร ฟิชโซ เบนโตะ เทนจัง และทาโรคริสบี้
6. ข้าวเกรียบกุ้ง (Prawn cracker) เป็นขนมที่ทำจากแป้งและปรงรสชาติกุ้ง ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ ฮา นามิ คาลบี้ และมโนราห์
7. ปลาหมึก (Cuttle Fish) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปลาหมึกปรงรสต่างๆ ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ เบนโตะ เต้าทอง และสควิดดี้
8. ข้าวอบกรอบ (Rice Cracker) เป็นขนมที่ทำจากข้าวหอมมะลิอบกรอบปรงรส ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ โตโซะ และชินมัย
9. ข้าวโพดอบกรอบ (Popcorn) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดคั่ว ปรงรสชาติต่างๆ เช่น รสเนย รสกาแฟ รสคาราเมล ปัจจุบันสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ โตโร ป๊อปคอร์นนิวยอร์ก ปาร์ตี้

ในปี 2560 ภาพรวมของขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.4 จากปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักของเป็นผลมาจากการพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่และรสชาติใหม่ๆ ออกมาสู่ตลาดเพิ่มขึ้นรวมถึงการทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องของเจ้าแกนน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสินค้าใหม่ๆ ที่ออกมาได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างดี

อุตสาหกรรมสาหร่ายปรงรสในประเทศไทย

สาหร่ายปรงรสถือเป็นอาหารที่คนไทยมีความคุ้นเคยและบริโภคมาอย่างยาวนาน โดยความเป็นผู้นำถือเป็นจุดเริ่มต้นของตลาดสาหร่าย เพราะสาหร่ายเป็นอาหารที่ชาวญี่ปุ่นรู้จักและบริโภคมาโดยตลอด สาหร่ายปรงรสเป็นสินค้าที่ผู้ผลิตสามารถเข้ามาทำตลาดได้ง่ายในแง่ของการผลิตสินค้า เพราะมีขั้นตอนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายเล็ก ที่ไม่เน้นการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก หรือมีการทำการตลาดอย่างจริงจังเพื่อมากระตุ้นยอดขาย ทำให้ที่ผ่านมาตลาดสาหร่ายในประเทศไทยเติบโตได้ในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคไม่ได้มีความตื่นตัวมากนัก

อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายปรงรสในปี 2560 มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 2,882 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.4 จากปีก่อนหน้า ทั้งนี้ ณ สิ้นเดือนธันวาคมปี 2560 ตราสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ เจ้าแกนน้อย มาชิตะ ซิลิโกะ และตะวันแดง อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้มีผู้ประกอบการให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยผู้ประกอบการต่างๆ ต้องการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ทางการค้าต่างๆ รวมถึงการพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่ หรือรสชาติใหม่ ออกมานำเสนอ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะเป็นเด็กและวัยรุ่นซึ่งมีพฤติกรรมทดลองสินค้าใหม่อยู่เสมอ

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดสาหร่ายปรงรสในประเทศไทยนั้นมาจากกระแสความนิยมสินค้าเพื่อสุขภาพ โดยผู้บริโภคที่นิยมการบริโภคสินค้าขนมขบเคี้ยวเริ่มให้ความสำคัญกับการบริโภคสินค้าที่มีประโยชน์มากขึ้น โดยเน้นไปที่สินค้ากลุ่มอบที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว รวมไปถึงการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มวัยรุ่นซึ่งยังคงความนิยมในสินค้าและวัฒนธรรมจากเกาหลีอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการรายหลักๆ เลือกทำการตลาดไปในทิศทางที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมบันเทิงของเกาหลี ไม่ว่าจะเป็น การใช้ฟรีเซนต์เตอร์เป็นกลุ่มนักร้องเกาหลี การจัดกิจกรรมการตลาดร่วมกับคอนเสิร์ตจากเกาหลี เป็นต้น

ที่ผ่านมาบริษัทฯ มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในกลุ่มอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายปรงรส โดยหากพิจารณาส่วนแบ่งทางการตลาดในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัท ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) พบว่าบริษัทฯ มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในทุกช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ จะไม่ได้รับผลกระทบโดยตรงต่อยอดขายจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ เช่น มาชิ

ตะ โอนริ เป็นต้น แต่คู่แข่งเหล่านั้นก็ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทฯ ลดลง ทั้งนี้ บริษัทฯ วางแผนในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด รวมถึงกระตุ้นตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายปรุงรสให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

โรงงานและการใช้กำลังการผลิต

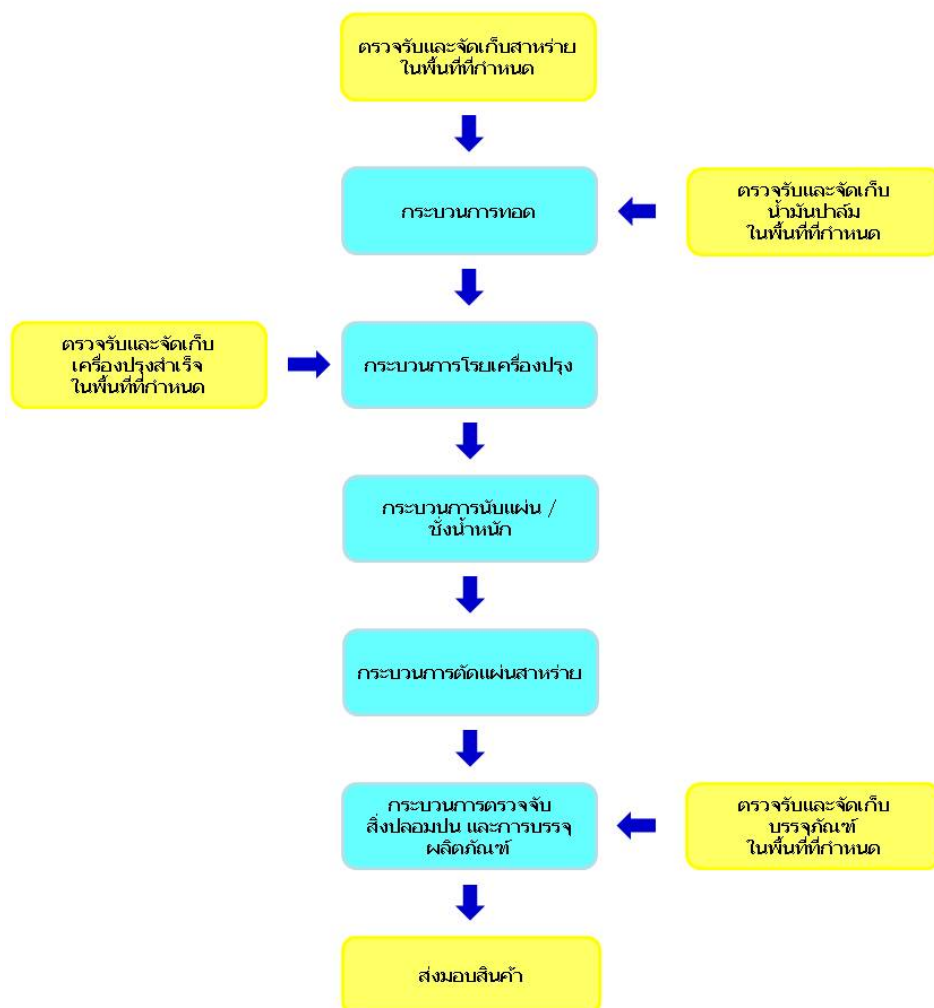
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีโรงงานที่ใช้ในการผลิต 2 แห่ง ได้แก่

- 1.) โรงงานหนองสรวง (NPW) ตั้งอยู่ที่ 12/1 หมู่ 4 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี 12140
- 2.) โรงงานโรจนะ (RJN) ตั้งอยู่ที่ 55/5 หมู่ 5 ตำบลสามบัณฑิต อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210

โดยในปี 2560 มีกำลังการผลิตเต็มที่รวม 7,229 ตัน และมีอัตราการใช้กำลังการผลิตร้อยละ 82

กระบวนการผลิตสาหร่ายแปรรูป

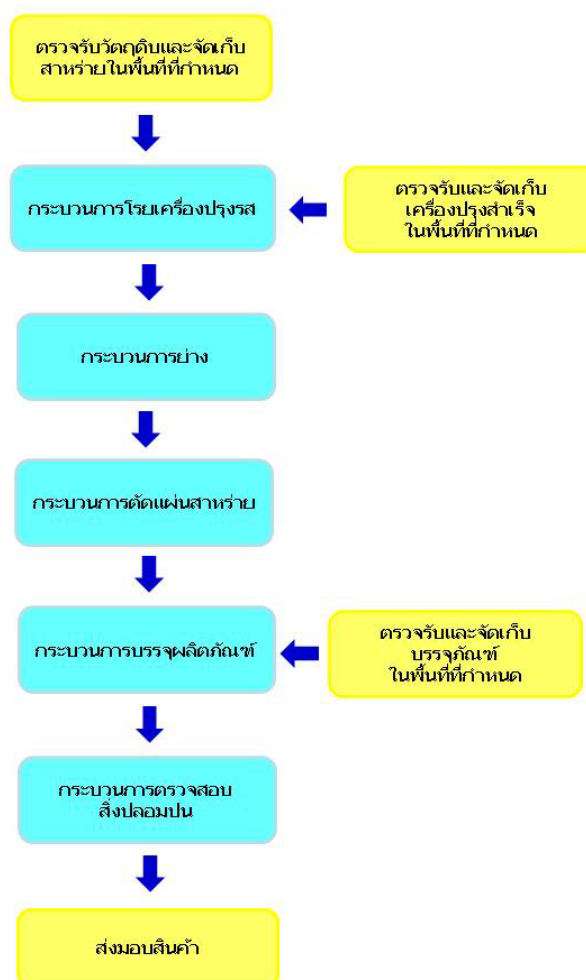
1. การผลิตสาหร่ายทอดกรอบ



การผลิตสาหร่ายทอดจะเริ่มจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งวัตถุดิบต่างๆ ในกระบวนการผลิต เช่น สาหร่าย ผงปรุงรส และบรรจุภัณฑ์ มายังอาคารคลังสินค้าของบริษัทฯ เพื่อการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจวัตถุดิบที่ได้รับว่ามีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ของทางบริษัทฯ หรือไม่ จากนั้นวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกจัดเก็บเข้าคลังสินค้า ซึ่งฝ่ายวางแผนจะเป็นผู้ขอเบิกใช้วัตถุดิบแต่ละประเภทจากฝ่ายคลังสินค้า เพื่อจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน โดยจะมีฝ่ายผลิตและฝ่ายตรวจสอบคุณภาพดำเนินการสุ่มตรวจคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบอีกครั้งหนึ่งก่อนนำวัตถุดิบดังกล่าวเข้าสู่

กระบวนการผลิต เมื่อวัตถุดิบถูกส่งเข้ากระบวนการผลิตแล้ว ผู้ที่รับผิดชอบจะนำสาหร่ายมาดำเนินการปรับสภาพเพื่อให้เป็นไปตามคุณสมบัติที่กำหนดก่อน จากนั้นจึงนำสาหร่ายวัตถุดิบมาทอดในน้ำมัน แล้วโรยด้วยผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติที่ต้องการผลิต ขั้นตอนต่อไปจะนำสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงรสแล้วเข้าสู่เครื่องตัด เพื่อบรรจุใส่ซอง โดยควบคุมน้ำหนักให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด แล้วจึงเติมก๊าซไนโตรเจนลงไปในถุงและปิดปากถุงด้วยเครื่องจักร จากนั้นจะนำสินค้าที่บรรจุเสร็จเรียบร้อยแล้วทุกชิ้นมาผ่านเข้าเครื่องเอ็กซ์เรย์ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของโลหะในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐาน HACCP สินค้าที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกนำไปบรรจุในถุงโพลีแล้วจึงนำไปบรรจุรวมใส่กล่องและทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบนแท่นรองรับบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดส่งไปยังคลังสินค้าสำเร็จรูป โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้าจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้าอีกครั้ง รวมถึงตรวจสอบสภาพของตู้คอนเทนเนอร์และรถขนส่ง ว่าอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งานหรือไม่ จากนั้นฝ่ายคลังสินค้าจะลำเลียงสินค้าเข้าไปยังตู้คอนเทนเนอร์รับรถขนส่ง เพื่อจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าต่อไป

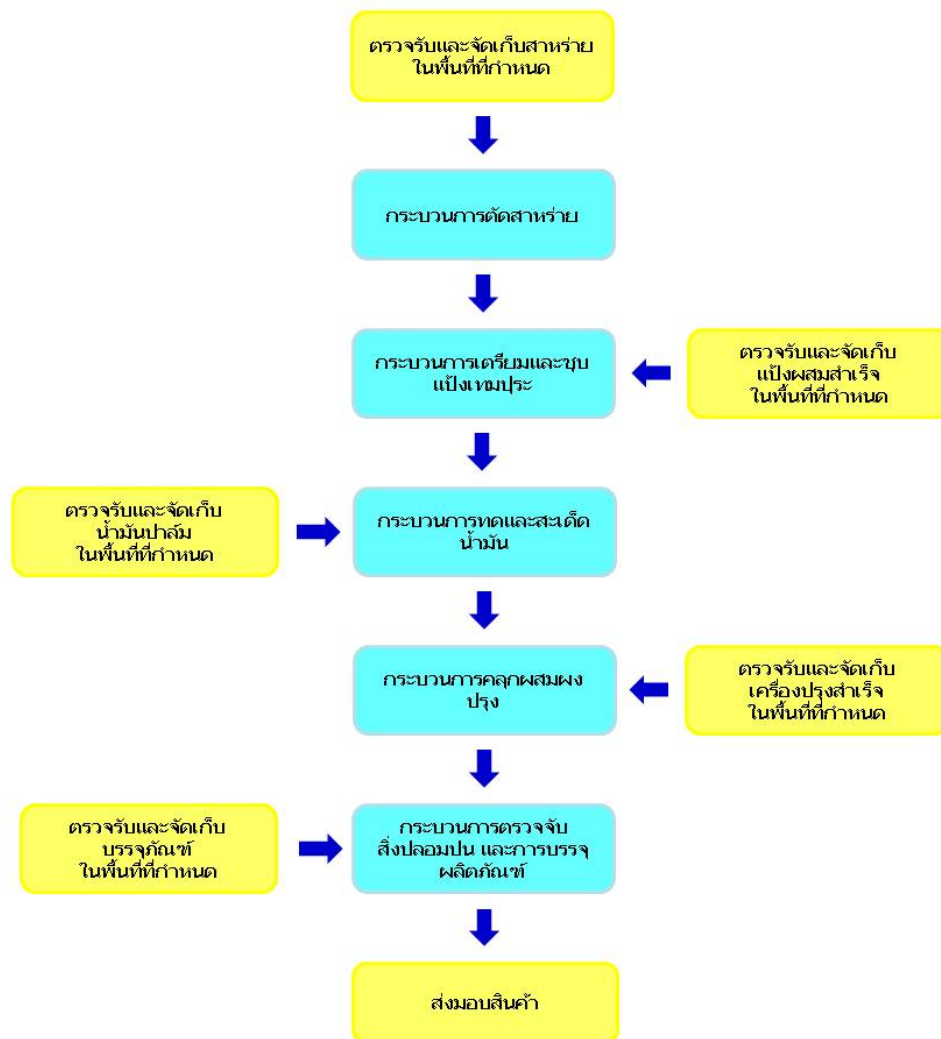
2. การผลิตสาหร่ายอย่าง



ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสาหร่ายอย่าง	รายละเอียดการผลิตสาหร่ายอย่าง
1	รับวัตถุดิบเข้าสู่ระบบ	ผู้จัดทำหน้าวัตถุดิบจัดส่งปัจจัยการผลิตเข้าที่อาคารคลังสินค้าทางคลังสินค้าทำการจัดเก็บในพื้นที่รอการตรวจสอบ

ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสาหร่ายอย่าง	รายละเอียดการผลิตสาหร่ายอย่าง
2	ตรวจสอบคุณภาพ	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบปัจจัยการผลิตที่รับเข้าตามแผนการสุ่มตัวอย่างและตรวจสอบตามข้อกำหนดการรับเข้าปัจจัยการผลิต (Raw material specification)
3	จัดเก็บ	คลังสินค้าจะทำการจัดเก็บวัตถุดิบในชั้นที่กำหนดของแต่ละพื้นที่
4	เบิกวัตถุดิบเข้าโรงงาน	ฝ่ายวางแผนจะทำการเบิกวัตถุดิบ และฝ่ายคลังสินค้าจะจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงานโดยจะมีฝ่ายผลิต (Production) และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจคุณภาพและจำนวนก่อนรับเข้าโรงงาน
5	เตรียมสาหร่ายดิบโรยผงปรุงด้วยเครื่อง	นำสาหร่ายมาโรยผงปรุงด้วยเครื่องโรย
6	อย่างสาหร่าย	นำสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงมาอย่างในเตาอย่าง
7	ตัดแผ่นสาหร่ายก่อนบรรจุ	นำแผ่นสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงเข้าเครื่องตัดเพื่อบรรจุใส่ซองโดยควบคุมน้ำหนักผลิตภัณฑ์
8	บรรจุใส่ซอง	บรรจุสาหร่ายใส่ซองตามน้ำหนักตามที่กำหนด
10	ซีล ซองพร้อมเติม Nitrogen gas	ปิดปากถุงด้วยเครื่องซีลพร้อมกับเติม 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
14	เก็บในคลังสินค้าสำเร็จรูป	ส่งสินค้ามาที่พื้นที่คลังสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรับเข้าระบบและจัดวางเพื่อการเบิกเพื่อจัดส่งต่อไป
15	ตรวจสอบคุณภาพ FG ก่อน Loading	ฝ่าย QA จะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้า ก่อนการ Load และมีการตรวจสอบสภาพตู้ Container ก่อนว่ามีสภาพพร้อมใช้งานหรือไม่
16	ขนส่ง	เมื่อสินค้าสำเร็จรูปผ่านการตรวจสอบแล้วทางฝ่ายคลังสินค้าจะทำการจัดส่งสินค้าเข้าตู้ Container เพื่อส่งให้ลูกค้ากรณีถ้าเป็นผู้สำหรับส่งออกจะมีการ Lock seal ตู้ให้เรียบร้อยก่อนปล่อยออก

3. การผลิตสาหร่ายเทมปุระ



ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสาหร่ายทอดเทมปุระ	รายละเอียดการผลิตสาหร่ายทอดเทมปุระ
1	รับวัตถุดิบเข้าสู่ระบบ	ผู้จำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งปัจจัยการผลิตเข้าที่อาคาร คลังสินค้าทางคลังสินค้าทำการจัดเก็บในพื้นที่รอการ ตรวจสอบ
2	ตรวจสอบคุณภาพ	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบปัจจัยการผลิตที่ รับเข้าตามแผนการสุ่มตัวอย่างและตรวจสอบตามข้อกำหนด การรับเข้าปัจจัยการผลิต (Raw material specification)
3	จัดเก็บ	คลังสินค้าจะทำการจัดเก็บวัตถุดิบในชั้นที่กำหนดของแต่ละ พื้นที่

ลำดับ	ขั้นตอนการผลิตสำหรับรายทอดเหมปุระ	รายละเอียดการผลิตสำหรับรายทอดเหมปุระ
4	เบิกวัตถุดิบเข้าโรงงาน	ฝ่ายวางแผนจะทำการเบิกวัตถุดิบและฝ่ายคลังสินค้าจะจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงานโดยจะมีฝ่ายผลิต (Production) และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจคุณภาพและจำนวนก่อนรับเข้าโรงงาน
5	ตัดสำหรับรายดิบก่อนทอด	นำแผ่นสำหรับรายผ่านเครื่องตัดโดยการตัดแผ่นขึ้นตามมาตรฐานกำหนด
6	เตรียมแป้ง	ปั้นแป้งและตรวจสอบโดยฝ่ายควบคุมคุณภาพ
8	ทอดสำหรับราย	พนักงานนำแผ่นสำหรับรายชุบด้วยแป้งแล้วนำสำหรับรายที่ชุบแป้งแล้วมาทำการทอดในน้ำมัน
9	สะเด็ดน้ำมันและคัดเลือกแผ่น	นำเหมปุระที่ทอดแล้วมาสะเด็ดน้ำมันและตรวจสอบคุณภาพ
10	คลุกผงปรุง	นำแผ่นสำหรับรายที่ผ่านการทอดแล้วเทลงในถังผสมและเทผงปรุงลงไปเพื่อคลุกด้วยผงปรุง
11	บรรจุใส่ซอง	บรรจุสำหรับรายใส่ซองตามน้ำหนักที่กำหนด
12	ซีลซองพร้อมเติม Nitrogen gas	ปิดปากถุงด้วยเครื่องซีลพร้อมกับเติม Nitrogen gas โดยควบคุมปริมาณการเติมตาม Products specification
13	Metal detect by X-ray	ผ่านช่องสินค้าเข้าเครื่อง X-Ray เพื่อตรวจหาการปนเปื้อนของโลหะ โดยสินค้าทุกซองต้องผ่านเครื่อง X-Ray ทั้งหมด
14	บรรจุถุงโหล	ซองที่ผ่านเครื่อง X-Ray จะนำมาบรรจุถุงโหลโดยควบคุมจำนวนและวิธีการบรรจุตาม Products specification
15	บรรจุใส่กล่อง	นำถุงโหลที่ซีลเรียบร้อยแล้วทำการบรรจุใส่กล่อง และทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบน pallet
16	เก็บในคลังสินค้าสำเร็จรูป	ส่งสินค้าที่จัดวางและตรวจสอบส่งมาที่พื้นที่คลังสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรับเข้าระบบและจัดวางเพื่อรอการเบิกเพื่อจัดส่ง
17	ตรวจสอบคุณภาพ FG ก่อน Loading	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้าก่อนการ Load และมีการตรวจสอบสภาพตู้คอนเทนเนอร์ก่อนว่ามีสภาพพร้อมใช้งานหรือไม่
18	ขนส่ง	เมื่อสินค้าสำเร็จรูปผ่านการตรวจสอบแล้ว ทางฝ่ายคลังสินค้าจะทำการจัดส่งสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์เพื่อส่งให้ลูกค้ากรณีถ้าเป็นผู้สำหรับส่งออกจะมีการ Lock seal ตู้ให้เรียบร้อยก่อนปล่อยออก

4. กระบวนการผลิตสำหรับรายรอบรอบ



การผลิตสาหร่ายอบกรอบจะเริ่มจากผู้จัดทำนำวัตถุดิบจัดส่งวัตถุดิบต่างๆ ในกระบวนการผลิต เช่น สาหร่าย ผงปรุงรส และบรรจุภัณฑ์ มายังอาคารคลังสินค้าของบริษัทฯ เพื่อรอการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจวัตถุดิบที่ได้รับมาว่ามีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ของทางบริษัทฯ หรือไม่ จากนั้นวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกจัดเก็บเข้าคลังสินค้า ซึ่งฝ่ายวางแผนเป็นผู้วางแผนผลิตและทางฝ่ายผลิตจะเป็นผู้ขอเบิกใช้วัตถุดิบแต่ละประเภทจากฝ่ายคลังสินค้าเพื่อจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน โดยจะมีฝ่ายผลิตและฝ่ายตรวจสอบคุณภาพดำเนินการสุ่มตรวจคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบอีกครั้งหนึ่งก่อนนำวัตถุดิบดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการผลิตเมื่อวัตถุดิบถูกส่งเข้ากระบวนการผลิตแล้ว เมื่อสาหร่ายถูกส่งเข้าสายการผลิตจะถูกปรุงรสครั้งที่ 1 และถูกส่งต่อเข้าสู่กระบวนการอบ เมื่อทำการอบได้ตามสูตรที่กำหนด สาหร่ายที่อบแล้วจะถูกดำเนินการปรุงรสครั้งที่ 2 ขั้นตอนต่อไปสาหร่ายที่ปรุงรสแล้วจะนำเข้าเครื่องตัดเพื่อบรรจุของ โดยควบคุมน้ำหนักให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และปิดปากถุงด้วยเครื่องจักร จากนั้นจะนำสินค้าที่บรรจุเสร็จเรียบร้อยทุกชิ้นมาผ่านเข้าเครื่องเอ็กซ์เรย์ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของโลหะในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐาน HACCP สินค้าที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกนำไปบรรจุในถุงโหลแล้วจึงนำไปบรรจุรวมใส่กล่องและทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบนแท่นรองรับบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดส่งไปยังคลังสินค้าสำเร็จรูป โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้าจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้าอีกครั้ง รวมถึงตรวจสอบสภาพของตู้คอนเทนเนอร์และรถขนส่งว่าอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งานหรือไม่ จากนั้นฝ่ายคลังสินค้าจะลำเลียงสินค้าเข้าไปยังตู้คอนเทนเนอร์บนรถขนส่งเพื่อจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าต่อไป

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

2.3 การจัดหาวัตถุดิบ

1. สาหร่าย

สาหร่ายเป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิตของบริษัท โดยบริษัท จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจากต่างประเทศ เสนอราคาเข้ามาประมาณ 2-3 ราย จากนั้นบริษัท จะเข้าทำสัญญาสั่งซื้อสาหร่ายจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายปี ซึ่งเงื่อนไขในสัญญาจะกำหนดระดับคุณภาพของสาหร่าย ราคา และปริมาณรวมทั้งปีที่บริษัท จะสั่งซื้อ ทั้งนี้ บริษัท จะเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ที่ระบุปริมาณที่จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจัดส่งให้ในแต่ละครั้ง ก่อนที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะจัดส่งสาหร่ายให้แก่บริษัท ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะนำตัวอย่างสาหร่ายส่งมาให้บริษัท ตรวจสอบคุณภาพก่อนว่าเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัท กำหนดไว้หรือไม่ หากตัวอย่างสาหร่ายที่ส่งมานั้นมีคุณสมบัติครบถ้วน บริษัท จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจัดส่งสาหร่ายครั้งนั้นๆ มาให้แก่บริษัท ซึ่งผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะให้ Credit Term แก่บริษัท ประมาณ 45-60 วัน โดยปัจจุบันบริษัท สั่งซื้อสาหร่ายจากผู้ผลิตและจำหน่ายในประเทศเกาหลีเป็นหลัก

2. น้ำมันปาล์ม

การจัดหาทางผู้ขายดำเนินการส่งตัวอย่างมาให้ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ (Quality Assurance : QA) ทำการตรวจสอบคุณภาพ เมื่อผลตรวจผ่าน จะให้ทำการเสนอราคาเปรียบเทียบราคา 2-3 รายขึ้นไป เมื่อคัดเลือกผู้ขายได้แล้วจะทำสัญญา ระบุราคาและจำนวนส่งมอบ 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 แล้วแต่สถานะการปรับราคาในขณะนั้น

3. ผงปรุงรส

การจัดหาจะเริ่มจากกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product process) โดยทาง ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Research and Development :R&D) จะเป็นผู้ประสานงานกับผู้ขายในการพัฒนาผงปรุงรสให้เป็นไปตามสเปคและราคาที่ทางบริษัท ต้องการ และให้ทางผู้ขายทำการยื่นราคาเป็นช่วงเวลา ในการสั่งซื้อจะส่งตามความต้องการในแต่ละเดือนซึ่งปัจจุบันทางบริษัท มีการสั่งซื้อสินค้าประเภทผงปรุงรสจากผู้ขายหลายแห่ง โดยมีการพิจารณาด้านคุณภาพเป็นหลัก และด้านราคาเป็นรอง สำหรับผงปรุงรสที่มีประเด็นเรื่องสูตรลับนั้นจะส่งผลิตจาก NCP (บริษัทในเครือ) ซึ่งเปิดกิจการมาเพื่อรองรับการผลิตผงปรุงรสให้กับบริษัท ในการสั่งซื้อแต่ละครั้งจะเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ตามเงื่อนไข Lead Time ที่ผู้ขายแต่ละรายตั้งไว้ ซึ่งอยู่ในช่วงระยะเวลา 15-45 วัน

4. บรรจุภัณฑ์

การจัดหาทาง Supplier ดำเนินการส่งตัวอย่างมาให้ ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ (Quality Assurance : QA) ทำการตรวจสอบ เมื่อผลตรวจผ่านจะให้ทำการเสนอราคาเปรียบเทียบ 2-3 รายขึ้นไป เมื่อคัดเลือก Supplier แล้วจะให้ทำการยื่นราคาเป็นช่วงเวลา และในการสั่งซื้อจะส่งตามความต้องการในแต่ละเดือนซึ่งในปัจจุบันทางบริษัท มีการสั่งซื้อสินค้าบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ซอง ม้วนฟิล์ม Box และลัง จากผู้ขายหลายราย เพื่อลดความเสี่ยงจากการส่งมอบบรรจุภัณฑ์ให้บริษัท ไม่ทันตามกำหนด

โดยการสั่งซื้อเป็นลักษณะการเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ตามเงื่อนไข Lead Time ที่ผู้ขายแต่ละรายตั้งไว้ ซึ่งอยู่ในช่วงระยะเวลา 15-45 วัน โดยผู้ขายจะให้ Credit Term แก่บริษัทฯ ประมาณ 30-60 วัน

5. วัตถุประสงค์หลักอื่น

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

6. การขนส่งสินค้า

ในส่วนของการขนส่งสำเร็จรูป บริษัทฯ ได้ใช้บริการจากผู้ให้บริการขนส่งภายนอก (Outsource) เนื่องจากบริษัทฯ ต้องการให้การขนส่งสินค้าไปยังลูกค้ามีความถูกต้องครบถ้วน โดยมีหลักเกณฑ์การจัดหาและจัดจ้างบริษัทขนส่งภายนอกดังนี้

ขั้นตอนการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่ง บริษัทฯ ทำการเปิดให้มีการประมูลเป็นประจำทุกปี โดยใช้หลักเกณฑ์ คือ ต้นทุนค่าขนส่ง จำนวนรถใน Fleet ประเภทรถที่ให้บริการ ความครอบคลุมเส้นทางการให้บริการ การประกันสินค้า รวมถึงการบริการ และ Service mind ทั้งนี้ทางบริษัทฯ จะคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งที่ผ่านเกณฑ์จำนวน 3-4 ราย เพื่อบริหารความเสี่ยงในเรื่องการขนส่งสินค้า

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

ทั้งนี้ในปี 2558 ถึง ปี 2560 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตรวมดังรายละเอียดต่อไปนี้

	Maximum Capacity			Utilization			%Utilization		
	2558	2559	2560	2558	2559	2560	2558	2559	2560
สำหรับรายทอด	3,326	3,574	4,176	2,723	3,332	3,307	82%	93%	79%
สำหรับรายย่าง	1,758	1,818	2,620	1,599	1,787	2,387	91%	98%	91%
สำหรับรายต้มปุระ	317	318	317	129	186	205	41%	59%	65%
สำหรับรายอบ	-	-	115	-	-	61	-	-	53%
รวม	5,401	5,710	7,229	4,451	5,305	5,960	82%	93%	82%

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการดำเนินงานอย่างมีคุณภาพควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยตระหนักถึงความสำคัญในการป้องกันและควบคุมผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และได้ให้ความสำคัญในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ โดยการกำกับ ควบคุม ดูแล และปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องรวมถึงการพัฒนาและคิดสรรเทคโนโลยี เพื่อให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และลดของเสียในกระบวนการผลิต เพื่อควบคุมให้ระดับมลภาวะต่างๆ และการกำจัดของเสียอยู่ภายในเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด และไม่มีผลกระทบต่อชุมชน ดังนี้

1. การบำบัดน้ำเสีย

ทางบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในส่วนดังกล่าวเนื่องจากทางบริษัทฯ ตระหนักว่าโรงงานตั้งอยู่ในพื้นที่เกษตรกรรมซึ่งน้ำเสียมีผลการบำบัดโดยตรงต่อชุมชน ทางบริษัทฯ จึงจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสีย อยู่ภายใต้เกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด และจัดทำระบบหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อไม่ให้มีการทิ้งน้ำออกจากโรงงาน

2. การกำจัดกลิ่น

เนื่องจากทางบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตอาหารจึงอาจมีกลิ่นรบกวนชุมชนโดยรอบได้ ทางบริษัทฯ จึงได้มีการติดตั้งระบบกำจัดกลิ่นระบบแบบเปียก เพื่อลดผลกระทบดังกล่าวกับชุมชนโดยรอบและชุมชนใกล้เคียง และจัดให้มีการทำชุมชนสัมพันธ์เพื่อให้เสริมสร้างความสัมพันธ์ต่อกัน

3. การกำจัดขยะมูลฝอย

ทางบริษัทฯ ได้มีระบบการจัดการคัดแยกขยะ และส่งให้แก่ผู้รับจ้างที่ได้รับอนุญาตดำเนินการกำจัดต่อไป

ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยมีข้อพิพาทหรือปัญหาเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด โดยจากการเข้าตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่โรงงานทั้ง 2 แห่งครั้งล่าสุด พบว่า ผลการตรวจวัดดัชนีต่างๆ เป็นไปตามค่ามาตรฐานตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินธุรกิจ

ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่

วัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิตของบริษัทฯ คือ สหรัย ซึ่งเป็นการสั่งซื้อจากต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่มาจากประเทศเกาหลี เนื่องจากการผลิตเป็นอุตสาหกรรมเพื่อใช้บริโภคในประเทศ รวมถึงเพื่อการส่งออก ทั้งนี้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้สั่งซื้อจากประเทศเกาหลีมากกว่าร้อยละ 90 ของมูลค่าการสั่งซื้อสหรัยทั้งหมดในแต่ละปี

ทั้งนี้บริษัทฯ มีการสั่งซื้อสหรัยจากผู้ผลิตรายหนึ่งเป็นปริมาณมาก จึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจขนมขบเคี้ยวประเภทสหรัยของบริษัทฯ มีความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ ซึ่งในกรณีที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสหรัยไม่สามารถจัดหาสหรัยให้แก่บริษัทฯ ตามปริมาณ ราคา และคุณภาพที่ต้องการได้ ย่อมส่งผลกระทบต่อการทำงานของงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีการวางแผนปริมาณการใช้สหรัยทั้งปี เพื่อทำสัญญาการสั่งซื้อล่วงหน้ากับทางผู้ผลิตและจัดจำหน่าย และยังมีการจัดเก็บสหรัยเพื่อให้พอเพียงต่อการผลิตอย่างน้อย 60 วัน รวมถึงการกำหนดแนวทางในการคัดเลือกผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบ โดยคัดเลือกบริษัทฯ ที่มีประสบการณ์ยาวนาน มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในตลาด และมีฐานะทางการเงินที่ดี เพื่อกระจายการสั่งซื้อสหรัยไปยังผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสหรัยรายอื่น ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่ง

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทฯ มีการขายสินค้าให้กับลูกค้ารายใหญ่จำนวน 4 ราย ยอดขายมากกว่า 10% ของรายได้จากการขายของบริษัทฯ โดยแต่ละรายประกอบด้วย

1. ร้านสะดวกซื้อในประเทศ 1 ราย
2. ผู้แทนจำหน่ายในประเทศ 1 ราย
3. ผู้แทนจำหน่ายในประเทศจีน 2 ราย

โดยหากบริษัทฯ ต้องสูญเสียลูกค้ารายดังกล่าวไป อาจมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าทั้ง 4 รายมาโดยตลอด โดยรายหนึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทฯ ตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจ อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีนโยบายที่จะกระจายความเสี่ยงโดยเพิ่มสัดส่วนการขายในลูกค้ารายอื่นๆ รวมทั้งการขยายตลาดไปยังประเทศอื่นๆ เพิ่มขึ้นตามวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงสินค้าที่เกี่ยวข้องเนื่องจากสหรัยเป็นหลัก

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในปัจจุบันเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสาหร่ายทะเลเป็นหลัก โดยรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทสาหร่ายแปรรูปมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 95 ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงหากกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ เปลี่ยนรสนิยมการบริโภคหรือหมดความนิยมในการบริโภคสาหร่าย ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียรายได้อย่างมีนัยสำคัญ

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีการตั้งทีมงานเพื่อคิดค้น พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์สาหร่ายแปรรูป เน้นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น, มีรสชาติใหม่ๆ หรือใช้วัตถุดิบเพื่อสุขภาพออกสู่ตลาด โดยบริษัทฯ มีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และสำรวจความชื่นชอบของผลิตภัณฑ์ใหม่ อยู่เป็นประจำ
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่สาหร่ายแปรรูป บริษัทฯ มีการจัดตั้งฝ่ายพัฒนาธุรกิจซึ่งมีหน้าที่คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไป ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ “My Whey” เป็นต้น

ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่อสัญญาเช่าที่ดินที่โรงงานนพวงศ์

เนื่องจากโรงงานนพวงศ์ซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงงานของบริษัทฯ ตั้งอยู่บนที่ดินเช่าหลายแปลง หากบริษัทฯ ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าที่ดินดังกล่าวได้ไม่ว่าจะทุกแปลงหรือบางแปลง ก็อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หยุดชะงัก ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียรายได้และชื่อเสียง

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ ได้เจรจาต่ออายุสัญญาเช่าสำหรับที่ดินผืนหลักรวมถึงได้รับคำมั่นในการต่ออายุสัญญาอีกเป็นระยะเวลา 9 - 12 ปีนับจากปี 2563 นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการเปิดดำเนินการโรงงานแห่งที่สองขึ้นที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ ซึ่งเป็นการสร้างโรงงานบนพื้นที่ของบริษัทฯ เอง ตั้งแต่ช่วงไตรมาส 2 ปี 2560 เพื่อรองรับยอดขายที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยหากไม่ได้รับการต่อสัญญา บริษัทฯ สามารถย้ายฐานการผลิตไปที่ดังกล่าวได้ รวมทั้งบริษัทฯ ยังมีที่ดินที่ลาดบัวหลวงที่สามารถพัฒนาที่ดินแปลงดังกล่าวให้เป็นโรงงานอีกแห่งได้

นอกจากนี้ หากสิ้นอายุสัญญาเช่าที่ดินที่โรงงานนพวงศ์กรรมสิทธิ์ในอาคารและส่วนต่อเติมอาคารจะตกเป็นของผู้ให้เช่า โดยบริษัทฯ ไม่มีภาระต้องรับผิดชอบค่ารื้อถอนอาคาร

ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต

ต้นทุนในการผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปของบริษัทฯ มาจากต้นทุนค่าสาหร่ายเป็นหลัก ซึ่งหากราคาของสาหร่ายที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตเปลี่ยนแปลงไปย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการดำเนินงานของบริษัทฯ และท้ายที่สุดย่อมกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการปรับเพิ่มขึ้นของราคาสาหร่าย

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยการเข้าทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสาหร่าย ซึ่งอายุสัญญาโดยทั่วไปจะอยู่ที่ประมาณ 1 ปี โดยรายละเอียดในสัญญาจะระบุราคา ปริมาณ และคุณภาพของสาหร่ายที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายต้องจัดส่งให้แก่บริษัทฯ ตลอดอายุสัญญา ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลภาวะตลาดกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอยู่เป็นประจำ ทำให้บริษัทฯ สามารถประเมินสถานการณ์และกำหนดราคาซื้อขายในสัญญาให้อยู่ในระดับที่ค่อนข้างเหมาะสม ซึ่งวิธีการต่างๆ เหล่านี้จะช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลักลงได้บางส่วน

ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ปัจจุบันในตลาดสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวมีผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปอยู่หลายราย เนื่องจากธุรกิจขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายใช้เงินลงทุนเริ่มแรกไม่มากนัก และสามารถดำเนินงานได้ด้วยเทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน ทำให้

ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันในตลาดได้โดยง่าย ทั้งในส่วนของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง โดยวางขายผลิตภัณฑ์ผ่านทางร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้าทั่วไป ซึ่งเป็นคู่แข่งทางตรงกับบริษัทฯ และผู้ผลิตและจำหน่ายที่ไม่ได้มีตราสินค้าเป็นของตนเอง โดยวางขายผลิตภัณฑ์ตามร้านค้าท้องถิ่นและงานแสดงสินค้าต่างๆ อีกทั้ง ลักษณะของผลิตภัณฑ์สำหรับแปรรูปที่อยู่ในระดับเดียวกันค่อนข้างมีความคล้ายคลึงกัน จึงส่งผลให้การแข่งขันในตลาดมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

การบริหารความเสี่ยง บริษัท มีความได้เปรียบทางการแข่งขันค่อนข้างมาก เนื่องจากบริษัทฯ ถือเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจสำหรับแปรรูปรายแรกๆ ที่สามารถสร้างตราสินค้าของตนเองขึ้นมาได้จนเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมอย่างกว้างขวาง โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในประเทศประมาณ 60-70% กลุ่มสินค้าขนมขบเคี้ยวประเภทสำหรับทำให้อุณหภูมิเย็นลง ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตระหนักรู้และจดจำตราสินค้าของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ผู้บริโภคนึกถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นลำดับต้นๆ เมื่อเทียบกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน ซึ่งท้ายที่สุดย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับทำให้อุณหภูมิเย็นลงของผู้บริโภคแต่ละราย นอกจากนี้บริษัทฯ ได้กำหนดงบประมาณในการทำการตลาดแต่ละปี เพื่อประชาสัมพันธ์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ผ่านทางสื่อโฆษณาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางออนไลน์และออฟไลน์ การเข้าไปร่วมเป็นผู้สนับสนุนการจัดคอนเสิร์ต ศิลปินจากต่างประเทศ การจัดตั้งร้านกาแฟน้อยแลนดี้ให้เป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคเพิ่มเติม และการจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคสามารถร่วมสนุกและลุ้นรางวัลกับทางบริษัทฯ ซึ่งนโยบายที่กล่าวมานี้จะช่วยให้อำนาจของบริษัทฯ สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันต่อไปในอนาคต ส่งเสริมให้บริษัทฯ รักษาฐานลูกค้าเดิมไว้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสนับสนุนให้บริษัทฯ ขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศออกไปในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

ความเสี่ยงจากการดำเนินงานหยุดชะงักเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัย

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อาจหยุดชะงักได้ เนื่องจากกระบวนการผลิตเกิดปัญหา หรือทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจได้รับความเสียหาย หรือได้รับผลกระทบร้ายแรงจากภัยธรรมชาติและเหตุการณ์อื่นๆ เช่น เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง, อุบัติเหตุร้ายแรง, การก่อการร้าย เป็นต้น

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ จึงได้วางแผนงานในการป้องกันและลดผลกระทบจากการดำเนินงานหยุดชะงักเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัย ด้วยการวิเคราะห์ความเสี่ยงในการผลิตทั้งกระบวนการและควบคุมดูแลด้านอาชีวอนามัยในบริเวณโรงงานให้เป็นไปอย่างเหมาะสม โดยมีการจัดตั้งตัวแทนฝ่ายบริหารระบบคุณภาพ (Quality Management Representative : QMR) เพื่อทำหน้าที่เป็นทีมที่ปรึกษาให้คำแนะนำและตรวจสอบตามกระบวนการบริหารคุณภาพ และควบคุมระบบคุณภาพให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งจัดให้มีการตรวจสอบอาคารโรงงานและระบบไฟฟ้าเป็นประจำทุกปี รวมถึงการทำ Big Cleaning เพื่อลดความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุสุดวิสัยดังกล่าวขึ้น นอกจากนี้ ปัจจุบันบริษัทยังมีฐานการผลิต 2 แห่งทั้งโรงงานพวงค์และโรจนะ เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต และกระจายความเสี่ยงจากโรงงานพวงค์ ประกอบกับทางสวนอุตสาหกรรมโรจนะ มีระบบป้องกันภัยธรรมชาติโดยเฉพาะน้ำท่วม ทำให้มั่นใจได้ว่าธุรกิจของบริษัทฯ สามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีกรมธรรม์ประกันภัยกับสถาบันประกันภัยที่มีฐานะการเงินที่มั่นคง และมีประสบการณ์ในการรับประกันภัยให้แก่องค์กรธุรกิจต่างๆ ทั้งนี้ประเภทของการประกันภัยหลักที่บริษัทฯ จัดทำไว้ประกอบไปด้วย การประกันภัยความเสียหายทรัพย์สินแบบพิเศษ ซึ่งครอบคลุมถึงความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยเนื่องมาจากการปล้นทรัพย์ ภัยธรรมชาติหรือเหตุสุดวิสัยอื่นๆ และความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอกอันเป็นผลมาจากอุบัติเหตุจากการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งการประกันภัยคุ้มครองความรับผิดในการบริหารจัดการของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ จะได้รับค่าชดเชยหากเกิดเหตุดังกล่าวขึ้น

3.2 ความเสี่ยงด้านการผลิต

ความเสี่ยงทางด้านแรงงาน

กระบวนการผลิตของบริษัท จำเป็นต้องใช้แรงงานในหลายขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการทอด การย่าง การอบ และการบรรจุ ล้วนต้องอาศัยแรงงานในการดำเนินการทั้งสิ้น ดังนั้นจำนวนแรงงาน ประสิทธิภาพของแรงงาน และต้นทุนค่าแรง เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท โดยตรง ทั้งนี้แรงงานส่วนใหญ่ของบริษัท เป็นแรงงานต่างด้าวที่ไม่ได้มีถิ่นที่อยู่อาศัยในประเทศไทย ทำให้แรงงานเหล่านี้สามารถโยกย้ายจากสถานประกอบการแห่งหนึ่งไปอีกแห่งหนึ่งได้โดยง่าย ภายหลังจากที่บริษัท ได้ฝึกหัดวิธีการทำงานให้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ส่งผลให้บริษัท ต้องเผชิญความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงาน และสูญเสียแรงงานที่มีคุณภาพ ซึ่งทำให้บริษัท ต้องสิ้นเปลืองเวลาในการจัดหาแรงงานและฝึกอบรมทักษะใหม่ อีกทั้งภาครัฐได้ออกนโยบายปรับเพิ่มอัตราค่าแรงขั้นต่ำอยู่เป็นระยะ ซึ่งจะทำให้บริษัท มีความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าแรงอีกด้วย

การบริหารความเสี่ยง บริษัท มีการว่าจ้างบริษัทภายนอกให้เข้ามาทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการจัดหาแรงงานให้แก่บริษัท เพิ่มขึ้น เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และลดภาระในการจัดหาแรงงานรายวัน เนื่องจากแรงงานประเภทดังกล่าวมีอัตราการหมุนเวียนเข้าออกงานค่อนข้างสูง อีกทั้งบริษัท ได้เข้าทำสัญญาว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญในการจัดระบบและบริหารงานด้านบุคลากรให้เข้ามาดูแลรับผิดชอบประเมินผลและจ่ายค่าตอบแทนให้แก่แรงงานแต่ละส่วนรวมกับหัวหน้างานฝ่ายต่างๆ โดยตรง เพื่อให้การจัดการด้านทรัพยากรบุคคลเป็นไปอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัท ได้กำหนดอัตราค่าแรงให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ มีการให้สวัสดิการและผลตอบแทนที่จูงใจ เพื่อให้สามารถจัดหาแรงงานใหม่เข้ามาร่วมงานกับบริษัท และสามารถรักษาแรงงานที่มีฝีมือและประสบการณ์เอาไว้ได้ และยังมีการมองหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต เช่น เครื่องจักรในการบรรจุ, อุปกรณ์ควบคุมอุณหภูมิเตาทอด หรือการปรับสภาพแวดล้อมในการทำงานในสายการผลิต

ความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าคงคลัง

สินค้าคงคลังของบริษัท ประกอบไปด้วยสินค้าสำเร็จรูป วัตถุดิบ และภาชนะบรรจุและหีบห่อเป็นหลัก ซึ่งสินค้าคงคลังเหล่านี้จำเป็นที่จะต้องได้รับการดูแลรักษาที่เหมาะสม และนำไปใช้ประโยชน์ภายในระยะเวลาอันสมควร มิฉะนั้นสินค้าคงคลังดังกล่าวอาจเสื่อมสภาพไปโดยไม่ก่อให้เกิดรายได้แก่บริษัท ทั้งนี้ในส่วนของสินค้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งที่แช่แข็งไม่ได้จัดจำหน่ายหรือจัดส่งออกไป ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีอายุของสินค้าจำกัดเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์อาหารประเภทอื่น โดยเฉลี่ยอายุของสินค้าจะอยู่ที่ประมาณ 1 ปี นับจากวันที่ผลิต หากบริษัท ไม่สามารถจำหน่ายหรือจัดส่งสินค้าออกไปภายในช่วงเวลาดังกล่าว บริษัท จะเสียโอกาสในการสร้างรายได้และมีภาระที่จะต้องนำสินค้าดังกล่าวไปทำลาย ซึ่งเป็นเหตุให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น สำหรับวัตถุดิบของบริษัท นั้น เป็นอาหารที่บริษัท สั่งซื้อจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่มีสัญญาการซื้อขายระหว่างกัน โดยอาหารเหล่านี้สามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 1 ปี หากบริษัท ไม่สามารถนำอาหารดังกล่าวไปใช้ในกระบวนการผลิต อาหารเหล่านั้นก็จะเสื่อมสภาพไปและไม่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจแก่บริษัท ส่วนผงปรุงรสสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 6 เดือน นอกจากนี้ในส่วนของภาชนะบรรจุและหีบห่อนั้นสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 12 เดือน และจำเป็นต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม หากเก็บไว้ในที่ที่มีความชื้นหรืออุณหภูมิสูงเกินไป ย่อมจะส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ดังกล่าวได้รับความเสียหายและไม่สามารถนำไปใช้งานได้ สำหรับสินค้าสำเร็จรูปในประเทศสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 6-8 เดือน ส่วนสินค้าสำเร็จรูปต่างประเทศสามารถคงคุณภาพอยู่ได้ภายในระยะเวลา 12 เดือน เนื่องจากต้องคำนึงถึงระยะทางและเวลาในการขนส่งไปยังปลายทาง ทำให้สินค้าสำเร็จรูปต่างประเทศต้องทำบรรจุภัณฑ์ให้คงสภาพอยู่ได้นานกว่า ดังนั้น กล่าวโดยรวมได้ว่า บริษัท เผชิญความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าคงคลัง โดยหากมีการตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าสินค้าคงเหลือ ย่อมส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิของบริษัท ลดต่ำลง

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ ได้วางนโยบายบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่เป็นระบบและรัดกุม เพื่อป้องกันและลดความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลกระทบจากความเสียดังกล่าว โดยในส่วนของสินค้าสำเร็จรูปและวัตถุดิบนั้น บริษัทฯ จะมีการประเมินความต้องการของตลาดและวางแผนการผลิต เพื่อให้สามารถกำหนดช่วงเวลาและปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบได้อย่างเหมาะสมและนำไปใช้ในกระบวนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีวัตถุดิบคงเหลือสำหรับกระบวนการผลิตมากเกินไปจนจำเป็น รวมทั้งช่วยให้บริษัทฯ มีปริมาณสินค้าสำเร็จรูปที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และระบายสินค้าออกไปได้อย่างทันทั่วทั้งที่ สำหรับภาระหนี้และหีบห่อหนี้ บริษัทฯ มีการบริหารจัดการสินค้าให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและกำหนดให้มีการจัดเก็บอย่างเป็นระเบียบในคลังสินค้าที่มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก เพื่อไม่ให้อุณหภูมิในคลังสินค้าสูงจนเกินไป และจัดให้มีการตรวจตราสภาพความชื้นอยู่เป็นระยะ ดังนั้น การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างรอบคอบและควบคุมให้เป็นไปตามแผนงานนั้นย่อมที่จะช่วยลดความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าคงคลังของบริษัทฯ ลงได้

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ ต้องเผชิญความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เนื่องมาจากบริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบประเภทสารหยาบจากต่างประเทศและมีการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ ทั้งนี้ในสัญญาสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐและสัญญาส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศบางส่วนจะกำหนดไว้เป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐเช่นกัน

การบริหารความเสี่ยง เนื่องจากบริษัทฯ ได้มีการกำหนดราคาส่งออกสินค้าไปขายยังต่างประเทศบางส่วนเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ และสกุลเงินต่างประเทศอื่น ดังนั้น ในกรณีที่ค่าเงินบาทแข็งขึ้นย่อมส่งผลให้ส่วนหนึ่งของรายได้จากการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีจำนวนลดลง ขณะเดียวกันต้นทุนค่าสารหยาบที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทฯ ก็จะลดลงไปด้วย และในทางกลับกัน กรณีที่ค่าเงินบาทอ่อนตัวจะทำให้รายได้จากการขายและต้นทุนค่าวัตถุดิบประเภทสารหยาบปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ การที่ต้นทุนค่าวัตถุดิบประเภทสารหยาบ และราคาจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถรักษากำไรส่วนกำไรขั้นต้นจากการดำเนินธุรกิจให้มีเสถียรภาพได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ใช้เครื่องมือทางการเงินในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวร่วมด้วย เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยได้เข้าทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับสถาบันการเงินภายในประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุสัญญาไม่เกิน 1 ปี โดยวิธีการดังกล่าวสามารถช่วยลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไปได้ในระดับหนึ่ง และส่งผลให้ความเสี่ยงดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ รวมถึงการติดต่อขอข้อมูลความเคลื่อนไหวของสกุลเงินต่างๆ กับธนาคารอย่างต่อเนื่องและใกล้ชิด

3.4 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มพีระเดชาพันธ์ถือหุ้นในบริษัทฯ จำนวน 830,040,700 ล้านหุ้น คิดเป็นร้อยละ 60.15 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวจะทำให้กลุ่มพีระเดชาพันธ์สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่กลุ่มนี้เสนอให้ที่ประชุมพิจารณา

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ ได้แต่งตั้งกรรมการอิสระรวมจำนวน 3 ท่าน จากคณะกรรมการรวมทั้งสิ้น 8 ท่าน โดยปัจจุบันทั้ง 3 ท่าน ได้เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบ ซึ่งคอยทำหน้าที่เข้าตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทฯ ดังนั้น จึงมีการถ่วงดุลอำนาจในการบริหารจัดการในระดับที่เหมาะสม เพื่อความโปร่งใสของการบริหารจัดการและเพื่อให้ระบบที่สามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีฝ่ายตรวจสอบภายในที่ปฏิบัติงานเป็นอิสระตามความเหมาะสมและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่หลักในการดูแลระบบการควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายใน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบไปด้วย ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เป็นหลัก โดยมีไว้เพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ เป็นสำคัญ ทั้งนี้ รายละเอียดของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของกลุ่มบริษัทฯ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี 31 ธันวาคม 2558 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2559 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านบาท)	กรรมสิทธิ์	ภาระ ผูกพัน
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน					
1.1. สำนักงานเมืองทองธานี ที่ดินเนื้อที่ 88 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ เมือง ทองธานี	5.42	17.83	17.83	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
1.2. โรงงานที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ	63.98	63.98	63.98	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
1.3. โกดังที่เทพพนม ที่ดินเนื้อที่ 300 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ ซอยเทพพนม นนทบุรี	10.50	10.50	10.50	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
1.4. สิทธิในการใช้สินทรัพย์	1.02	0.80	0.57	เช่า	ไม่มี
รวม	80.92	93.11	92.88		
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร					
2.1. อาคารสำนักงานเมืองทองธานี	44.19	41.77	39.41	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
2.2. โรงงานหลวงค้	98.88	116.35	143.66	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
2.3 อาคารโกดังที่เทพพนม	2.06	1.93	1.81	เป็นเจ้าของ	ไม่มี

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี 31 ธันวาคม 2558 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2559 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านบาท)	กรรมสิทธิ์	ภาระ ผูกพัน
2.4 อาคารโกดังบางบัวทอง	1.33	1.23	1.13	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
2.5 โรงงานโรจนะ			418.19		
รวม	146.45	161.29	604.20		
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์ - นพวงศ์	103.54	81.31	93.95	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
4. เครื่องจักรและอุปกรณ์-โรจนะ			52.22	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
5. เครื่องตักแต่งและเครื่องใช้ สำนักงาน-นพวงศ์	33.50	26.56	27.18	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
6. เครื่องตักแต่งและเครื่องใช้ สำนักงาน-โรจนะ			13.07	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
7. ยานพาหนะ	16.22	15.70	26.20	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
8. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง - นพวงศ์	168.98	504.10	98.44	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
9. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง - โรจนะ	-	-	105.29	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	322.24	627.66	416.36		
รวมมูลค่าทรัพย์สินถาวร	549.61	882.05	1,113.44		

4.2 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

รายการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนไม่มีการเปลี่ยนแปลงในปี 2560 มีมูลค่า 39.75 ล้านบาท

4.3 สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เครื่องหมายการค้า

บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายขนมขบเคี้ยวให้แก่ลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้เครื่องหมายการค้าในการดำเนินธุรกิจดังนี้

เครื่องหมายการค้าในประเทศ

บริษัท และบริษัทย่อย ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจและได้รับการจดทะเบียนเรียบร้อยแล้วจำนวน 159 เครื่องหมาย และยังเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าอื่นๆ ที่ได้ยื่นคำขอ ณ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์แล้ว แต่ยังไม่ได้รับการจดทะเบียน จำนวนทั้งสิ้น 26 เครื่องหมาย

เครื่องหมายการค้าต่างประเทศ

บริษัท และบริษัทย่อย ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจจำนวน 297 เครื่องหมายการค้า พร้อมรูปภาพเครื่องหมายการค้าในแบบต่างๆ ในประเทศต่างๆ ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเครื่องหมายการค้าบางส่วนได้รับการจดทะเบียนเรียบร้อยแล้วจำนวน 167 เครื่องหมายการค้า และยังมีบางส่วนยังอยู่ระหว่างการยื่นคำขอจำนวน 130 เครื่องหมายการค้า โดยได้จดทะเบียนไว้จำนวน 26 ประเทศ

ทรัพย์สินทางปัญญา

ตั้งแต่เปิดดำเนินการ บริษัทฯ มีการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัททั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการรักษาสีทธิและได้รับความคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาตามกฎหมายรวมถึงบริษัทได้จดลิขสิทธิ์ในตัวการ์ตูนที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ในหลากหลายรูปแบบและทำทางอีกด้วย

ทั้งนี้เครื่องหมายการค้าของบริษัทมีความแพร่หลายเป็นที่ยอมรับและอยู่ในใจผู้บริโภคมาอย่างยาวนานจากความสำเร็จในการสร้างความรับรู้และความนิยมในตราและเครื่องหมายการค้าของบริษัท บริษัทจึงไม่มีนโยบายและความจำเป็นใด ๆ ในการละเมิดเครื่องหมายการค้าและทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่นใด

4.4 สัญญาหลักที่ใช้ในการดำเนินงานปัจจุบัน

4.4.1 สัญญาซื้อวัตถุดิบสำหรับรายอบแห้ง

คู่สัญญา	ผู้ขาย : ผู้ผลิตและจำหน่ายสาหร่ายอบแห้งในต่างประเทศ ผู้ซื้อ : บริษัทฯ
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	- ผู้ขายตกลงที่จะขายและผู้ซื้อตกลงที่จะซื้อสาหร่ายเกาหลีอบแห้งตามขนาด น้ำหนัก จำนวน และราคาที่ตกลงไว้ในสัญญา - ผู้ขายจะจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อเป็นรายเดือน โดยผู้ซื้อจะแจ้งตารางการส่งมอบและปริมาณสินค้าที่ต้องการในแต่ละครั้งให้ผู้ขายทราบในช่วงต้นเดือนของทุกเดือน - ผู้ขายจะต้องจัดส่งตัวอย่างสินค้าที่จะส่งมอบในแต่ละครั้งให้แก่ผู้ซื้อ เพื่อให้ผู้ซื้อนำไปตรวจสอบและแจ้งยืนยันหรือปฏิเสธการรับสินค้างวดดังกล่าวแก่ผู้ขาย - ผู้ซื้อจะต้องจัดให้มีการตรวจสอบสินค้าที่ได้รับแต่ละครั้งภายในระยะเวลาที่เหมาะสม - ในกรณีที่พบว่าสินค้าที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขภายใน 60 วัน หลังจากการส่งมอบ ผู้ซื้อจะตกลงเจรจากับผู้ขายอีกครั้ง ถึงการจัดการสินค้านัดดังกล่าว เช่น เจริญขอส่วนลดหรือเคลมสินค้า เป็นต้น
อายุสัญญา	นับตั้งแต่วันที่คู่สัญญาทั้ง 2 ฝ่าย ลงนามในสัญญาจนถึงวันที่การจัดส่งสินค้าและการชำระเงินเสร็จสมบูรณ์

4.4.2 สัญญาขายสินค้าภายในประเทศ

คู่สัญญา	ผู้ขาย : บริษัทฯ ผู้ซื้อ : ผู้จัดจำหน่ายในประเทศ
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	● ผู้ขายตกลงว่าจะขายและจัดส่งผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทยให้แก่ผู้จัดจำหน่าย ● ผู้จัดจำหน่ายตกลงว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ขายเพียงแห่งเดียว และจะขายผลิตภัณฑ์ต่อไปให้แก่วงการค้าภายในประเทศไทย โดยจะไม่ขายผลิตภัณฑ์ให้แก่บุคคลใดนอกประเทศไทย หรือขายให้แก่บุคคลใดในประเทศไทยที่ผู้จัดจำหน่ายทราบว่ามีความตั้งใจจะขายผลิตภัณฑ์นอกประเทศไทย ● คู่สัญญามีสิทธิร่วมกันตกลงให้เพิ่มหรือยกเลิกผลิตภัณฑ์ออกจากรายการที่ระบุไว้ในสัญญา ● ผู้จัดจำหน่ายมีหน้าที่จะต้องรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่นใดที่ผู้ขายมีความประสงค์จะให้จัดจำหน่ายภายในประเทศ โดยมีเงื่อนไขว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นจะต้องอยู่ในสายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ของผู้จัดจำหน่าย ● ผู้จัดจำหน่ายจะต้องรับผิดชอบการขาย การส่งเสริมการขาย การจัดวางสินค้า การครอบคลุมพื้นที่จัดจำหน่าย และการเก็บรักษาสินค้า รวมทั้งจัดส่งรายงานการขายและข้อมูลอื่นๆ ตามที่ผู้ขายร้องขอ ● ผู้ขายจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายสำหรับการโฆษณาและส่งเสริมการขาย รวมทั้งค่าใช้จ่ายและต้นทุนการตลาดทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์
อายุสัญญา	1 ปี และขยายเวลาออกไปโดยอัตโนมัติครั้งละ 1 ปี จนกว่าคู่สัญญาฝ่ายใดจะได้บอกกล่าวให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบความประสงค์ที่จะไม่ต่ออายุสัญญาเป็นเวลาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนวันครบกำหนดเวลาที่ต่ออายุสัญญา
การยกเลิกสัญญา	● คู่สัญญาฝ่ายใดมีหนี้สินส่วนตัวหรือตกเป็นบุคคลล้มละลาย เลิกบริษัทหรือชำระบัญชี หรือกระทำความผิดสัญญานี้ หรือไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ของตนตามสัญญานี้ และไม่ทำการแก้ไขการผิดสัญญา หรือไม่ปฏิบัติตามหน้าที่นั้นให้เสร็จสิ้นภายใน 30 วัน หลังจากได้รับหนังสือร้องเรียนจากคู่สัญญาอีกฝ่าย คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที ● คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเป็นลายลักษณ์อักษรที่จะยกเลิกสัญญา
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	● ราคาผลิตภัณฑ์ที่ผู้ขายจะส่งไปแจ้งหนี้ถึงผู้จัดจำหน่ายให้เป็นไปตามราคาที่มีผลอยู่ในเดือนที่มีการเบิกผลิตภัณฑ์จากกองสินค้าของผู้ผลิตเพื่อขายให้แก่ลูกค้า

	• ผู้ขายจะต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาให้ผู้จัดจำหน่ายทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 2 เดือน • ผู้จัดจำหน่ายจะต้องชำระเงินให้แก่ผู้ขายภายใน 60 วัน นับจากวันสุดท้ายของสัปดาห์ตามใบแจ้งหนี้ของผู้ขาย
--	---

4.4.3 สัญญาขายสินค้าในต่างประเทศ

คู่สัญญา	ผู้ขาย : บริษัทฯ ผู้ซื้อ : ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	• ผู้ซื้อต้องมีสิทธิอย่างเป็นทางการในการจำหน่ายและทำการตลาดให้แก่สินค้าของบริษัทฯ ภายในประเทศที่ระบุไว้ในสัญญา • ผู้ซื้อจะต้องจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในแต่ละปีให้ได้ตามมูลค่าที่ระบุไว้ในสัญญา ซึ่งมูลค่าดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นในแต่ละปี • ผู้ซื้อจะต้องไม่เป็นผู้จัดจำหน่ายให้แก่สินค้าอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสินค้าของบริษัทฯ และต้องไม่ให้ความช่วยเหลือหรือให้บริการคำปรึกษาแก่บุคคลที่สามในเรื่องที่เกี่ยวกับการกระจายหรือจำหน่ายสินค้าอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสินค้าของบริษัทฯ • ผู้ขายจะต้องไม่นำเข้าสินค้าเข้าไปยังประเทศที่ระบุไว้ในสัญญาโดยเจตนาและจะต้องใช้ความพยายามสูงสุดในการป้องกันและแก้ไขในกรณีที่มีการนำเข้าสินค้าเข้าไปยังประเทศดังกล่าว • การทำการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์ใดที่มีนัยสำคัญจะต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ขายก่อน โดยผู้ขายจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการทำการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวที่ได้รับอนุญาตเป็นที่เรียบร้อยแล้ว • ผู้ขายจะช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและการส่งเสริมการขายให้แก่ผู้ซื้อ รวมทั้งค่าธรรมเนียมบางส่วนที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ซื้อนำสินค้าของบริษัทฯ เข้าไปจำหน่ายในร้านค้าปลีกตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา
อายุสัญญา	3 ปี และอายุสัญญาจะสืบบังคับต่อเนื่องไปอีก 1 ปี เว้นแต่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแจ้งความประสงค์ที่จะไม่ต่ออายุสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรให้คู่สัญญาอีกฝ่ายทราบล่วงหน้า 60 วันก่อนถึงวันครบกำหนดสัญญา
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)
----------------------------	--

4.4.4 สัญญาเช่าที่ดิน

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัทฯ ผู้ให้เช่า : บุคคลธรรมดาหลายบุคคล
สถานที่ตั้ง	สำนักงานพวงศ์ เลขที่ 12/1 หมู่ 4 หน้าไม้ ลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	• ผู้ให้เช่าตกลงให้เช่าและผู้เช่าตกลงเช่าที่ดินเพื่อใช้ประกอบกิจการ • ห้ามมิให้ผู้เช่านำสถานที่เช่าให้บุคคลอื่นเช่าช่วง หรือโอนจำหน่ายก่อนการผูกพันต่อสิทธิการเช่า และห้ามขุดหน้าดิน เพื่อทำการจำหน่ายหรือออกภายนอกบริเวณ ทำให้เกิดความเสียหายต่อพื้นที่ • ผู้เช่าจะเป็นผู้ชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ และภาษีที่เกี่ยวข้อง • ผู้ให้เช่าไม่เรียกค่าเสียหายจากการรื้อถอนสิ่งปลูกสร้างใดๆ ที่มีใช้โครงสร้างหลักของผู้ให้เช่าจากผู้เช่า • ในกรณีที่ผู้ให้เช่าประสงค์จะขายทรัพย์สินที่เช่า ผู้ให้เช่าจะต้องให้สิทธิแก่ผู้เช่าที่จะซื้อเป็นรายแรกในราคาที่เสนอขายนั้น โดยให้เวลาผู้เช่าพิจารณา 15 วัน หากผู้เช่าปฏิเสธ หรือพ้นกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ผู้ให้เช่าจึงจะเสนอให้บุคคลอื่นได้
การยกเลิกสัญญา	หากผู้เช่ามีความประสงค์จะบอกเลิกสัญญาเช่าก่อนครบกำหนดสัญญาเช่านับแต่วันทำสัญญาเช่า หรือผู้เช่าประพฤติดังสัญญา ผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่า รับเงินประกันทั้งหมดได้ทันทีโดยมิต้องบอกกล่าวล่วงหน้าพร้อมยกเลิกสัญญาตามกฎหมายเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งต่อผู้เช่า
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	ชำระค่าเช่าล่วงหน้าเป็นรายเดือน
การต่ออายุสัญญา	ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาแห่งการเช่า หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินและอาคารต่อไป จะต้องทำหนังสือแจ้งความประสงค์ขอต่อสัญญาถึงผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าก่อนจะครบกำหนดไม่น้อยกว่า 3 เดือน

	นอกจากนี้ สำหรับในส่วนที่ดินซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของอาคาร 1 อาคาร 3 และอาคาร 4 ผู้ให้เช่าตกลงให้ค้ำประกันแก่ผู้เช่าในการต่ออายุสัญญาออกไปไม่เกินคราวละ 3 ปี โดยระยะเวลาเช่าที่ต่อออกไปจะไม่เกิน 9 – 12 ปี
เงื่อนไขอื่น	ผู้เช่าจะไม่ทำการดัดแปลง ต่อเติม ทำลาย ส่วนหนึ่งส่วนใดเกี่ยวกับที่ดินเช่า โดยมีได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่าก่อน ทั้งนี้ เว้นแต่เป็นการปรับปรุง ดัดแปลง ต่อเติม เพื่อความสวยงาม หรือเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการตามวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในสัญญา ทั้งนี้ การดัดแปลง ต่อเติม ตกแต่งใดๆ ที่ผู้เช่าได้ทำขึ้นและมีลักษณะตรงตรงเข้ากับที่ดินเช่าทั้งที่ได้รับอนุญาตหรือไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ให้เช่าก็ตาม ผู้เช่าตกลงยินยอมให้ทรัพย์สินส่วนที่ตรงตรงนั้นเป็นส่วนหนึ่งของที่ดินเช่าและตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่าทันที

4.4.5 สัญญาเช่าคลังเอกสาร

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัทฯ ผู้ให้เช่า : คุณอิทธิพัทธ์ พิระเดชาพันธ์ คุณอรพัทธ์ พิระเดชาพันธ์ และ คุณณัชชพงษ์ 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

4.4.6 สัญญาสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์

ผู้ขอสินเชื่อ	บริษัทฯ
ประเภทสินเชื่อ	เลตเตอร์ออฟเครดิต (Letter of Credit) และ/หรือ ทรัสต์รีซีพ (Trust Receipt) และ/หรือ Packing Credit
วงเงินสินเชื่อ	2,412.0 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	อ้างอิงอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารเรียกเก็บจากลูกค้าสำหรับการกู้ยืม ขณะที่ผู้ขอสินเชื่อเบิกใช้วงเงิน
เงื่อนไขสำคัญอื่น	ผู้ขอสินเชื่อจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

	1. จัดส่งงบการเงินประจำปีที่ได้รับการรับรองจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้วให้ธนาคารใน 150 วันนับจากวันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชีของผู้ขอสินเชื่อ 2. รักษาใบอนุญาตใดๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจการของผู้ขอสินเชื่อให้มีผลใช้บังคับได้ตลอดเวลา ผู้ขอสินเชื่อจะต้องไม่ปฏิบัติ ดังนี้ 1. ขายกิจการ หรือชำระบัญชีเพื่อเลิกกิจการ หรือเลิกประกอบกิจการที่ผู้ขอสินเชื่อได้กระทำอยู่ในขณะที่ทำสัญญาสินเชื่อ 2. ชำระหนี้เงินกู้ยืมกรรมการ ผู้ถือหุ้น หรือกิจการในเครือ เว้นแต่ชำระหนี้ที่มีต่อธนาคารเสร็จสิ้นครบถ้วน หรือได้รับความยินยอมล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจากธนาคาร 3. ให้กู้ยืมแก่กรรมการ ผู้ถือหุ้น หรือบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือลงทุนเพิ่มในกิจการในเครือ เว้นแต่แจ้งให้ธนาคารทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า และได้รับความยินยอมล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจากธนาคาร 4. เบิกใช้สินเชื่อตามสัญญาฉบับนี้เพื่อวัตถุประสงค์ และประกอบธุรกิจที่ขัดต่อนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคาร ตลอดจนกฎหมายระหว่างประเทศ หรือข้อบังคับ หรือคำสั่งของหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ดูแลความสงบเรียบร้อยของสังคม และ/หรือรักษาสิ่งแวดล้อม
--	---

4.4.7 สัญญาเช่าพื้นที่ร้านเก่าแก่น้อยแลนด์

คู่สัญญา	ผู้เช่า : TKNRF ผู้ให้เช่า : ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต และเจ้าของพื้นที่ภาคเอกชนอื่นๆ
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	● ผู้ให้เช่าตกลงให้เช่าและผู้เช่าตกลงเช่าพื้นที่ส่วนหนึ่งของอาคารตามที่ระบุไว้ในสัญญา เพื่อจำหน่ายขนมขบเคี้ยว ● ผู้เช่าจะต้องชำระค่าภาษีโรงเรือน ค่าอากรแสตมป์ หรือภาษีอากรอื่นใด อันเกี่ยวกับการเช่าสถานที่เช่าตามสัญญานี้ และสัญญาที่เกี่ยวข้องตามที่ทางราชการเรียกเก็บตลอดอายุการเช่า ● ผู้ให้เช่าเป็นผู้เอาประกันวินาศภัยและอัคคีภัย รวมทั้งการประกันภัยระหว่างตกแต่ง โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้กำหนดวงเงินประกันและเป็นผู้รับผิดชอบประโยชน์แต่เพียงผู้เดียว และผู้เช่าจะต้องชำระค่าเบี้ยประกันดังกล่าวตามอัตราส่วนของพื้นที่เช่า ● ผู้เช่าจะต้องเปิดและปิดกิจการตามเวลาที่ผู้ให้เช่ากำหนดไว้ และในกรณีที่ผู้เช่าเปิดล่าช้า ปิดกิจการก่อนเวลาที่กำหนด หรือไม่เปิดกิจการโดยไม่มีเหตุอันสมควร ผู้ให้เช่ามีสิทธิคิดค่าปรับเป็นรายวัน ● หากมีความจำเป็นผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะติดตั้งเครื่องมือ เครื่องใช้ หรืออุปกรณ์ต่างๆ รวมทั้ง ปรับปรุง ซ่อมแซม หรือตกแต่งบริเวณ

	สถานที่ให้เช่า ซึ่งผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะปิดบริเวณสถานที่เช่าในส่วนนั้นๆ โดยจะคำนึงถึงการรบกวนผู้เช่าให้น้อยที่สุด และผู้ให้เช่าไม่ต้องรับผิดชอบต่อความไม่สะดวกใดๆ ของผู้เช่าจากการดำเนินการดังกล่าว
อายุสัญญา	3 ปี ทั้งนี้ ผู้ให้เช่าและผู้เช่าอาจตกลงทำสัญญาเช่ากันใหม่ โดยผู้เช่าจะต้องแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กำหนดก่อนครบอายุสัญญาเช่า ซึ่งเงื่อนไขของสัญญาใหม่จะต้องตกลงกันและทำสัญญาเช่าพร้อมวางเงินประกันให้แล้วเสร็จก่อนสัญญาเช่านี้จะสิ้นสุดลง
การยกเลิกสัญญา	- ผู้เช่าประพฤติดิตสัญญาหรือสัญญาบริการและสัญญาบริการสาธารณูปโภค ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้ หรือสถานที่เช่าถูกยึดหรือถูกอายัดตามคำสั่งศาล หรือผู้เช่าถูกศาลพิพากษาถึงที่สุดให้ล้มละลาย - ในกรณีที่ผู้เช่าผิดนัดชำระแต่ผู้ให้เช่ายังไม่ได้บอกเลิกสัญญา ผู้เช่าจะต้องเสียค่าปรับร้อยละ 15 ต่อปีของเงินที่ค้างชำระนับแต่วันที่ผิดนัดไปจนกว่าจะชำระให้ครบถ้วน - เมื่อสัญญาสิ้นสุดลง ผู้เช่าจะต้องขนย้ายทรัพย์สินออกและส่งมอบคืนสถานที่เช่าในสภาพที่ดี ซึ่งในส่วนของสิ่งตกแต่งหรือสิ่งที่ติดกับสถานที่เช่า ผู้ให้เช่ามีสิทธิให้ผู้เช่ารื้อถอนหรือคงไว้ตามเห็นสมควร หากกรณีที่ผู้เช่าไม่สามารถกลับเข้าครอบครองสถานที่เช่าได้ ผู้เช่าจะต้องชดเชยค่าเสียหายค่าปรับเป็นรายวัน - ในกรณีเกิดเพลิงไหม้หรือวินาศภัยอื่นเป็นเหตุให้สถานที่เช่าเกิดความเสียหาย ซึ่งผู้ให้เช่าเห็นว่าผู้เช่าไม่สามารถประกอบกิจการในบริเวณดังกล่าวได้อีก โดยผู้เช่าไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ให้เช่า - ในกรณีที่ทางราชการเวนคืนที่ดินที่ปลูกสร้างสถานที่เช่า โดยผู้เช่าไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ให้เช่า - ในกรณีที่สัญญาบริหารหรือสัญญาสาธารณูปโภคสิ้นสุดลง
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	ชำระค่าเช่าล่วงหน้าเป็นรายเดือน โดยค่าเช่าจะปรับเพิ่มขึ้นทุกปี

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ใกล้เคียงกัน หรือก่อให้เกิดประโยชน์ และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ เช่น เป็นแหล่ง หรือช่องทางการจำหน่ายสินค้า เป็นหน่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น และในส่วนของนโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมดังกล่าว บริษัทฯ จะส่งผู้แทนเข้าร่วมเป็นกรรมการหรือพนักงานระดับสูง ตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทนั้นๆ เพื่อควบคุมในเรื่องการกำหนดนโยบายทางการเงิน และการดำเนินงานของบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด และบริษัทฯ ควรมีสิทธิคัดค้าน (Veto Right) ในเรื่องที่สำคัญ ที่จะดำเนินการโดยบริษัทย่อยนั้นๆ โดยการลงทุนในบริษัทดังกล่าวจะต้องผ่านการ

พิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการของบริษัทฯ ก่อน และในกรณีที่เป็นการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันจะต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบอีกด้วย

สำหรับนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยในอนาคตนั้น บริษัทยังคงมีนโยบายที่จะรักษาสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อยไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของหุ้นทั้งหมดในบริษัทย่อย โดยบริษัทฯ จะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปของส่วนแบ่งรายได้และเงินปันผลรับจากการลงทุนในบริษัทย่อย ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายในการควบคุมหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยการส่งตัวแทนไปเป็นกรรมการในบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัทย่อย คือ บริษัท แก้วแก่น้อย เรสเตอรองท์ แอนด์ เฟรนไชส์ จำกัด บริษัท แก้วแก่น้อย แคร่ จำกัด บริษัท เอ็นซีพี เทรดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด และ Gim Factory Inc.

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทได้ประเมินราคาทรัพย์สิน ซึ่งประเมินโดย บริษัท เยนเนอร์ล แวลูเอชั่น แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด โดยราคาประเมินมีมูลค่าสูงกว่าราคาตามบัญชี บริษัทไม่ได้นำมูลค่าประเมินที่เพิ่มขึ้นของทรัพย์สินมารู้ในงบแสดงฐานะการเงิน อย่างไรก็ตาม ทุก ๆ 3 ปี บริษัทจะมีการประเมินมูลค่าทรัพย์สินเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาการด้อยค่าของ สินทรัพย์ตามมาตรฐานการบัญชี และบริษัทมีนโยบายการบัญชีแสดงรายการสินทรัพย์ในราคาทุนหักด้วย ค่าเสื่อมราคาสะสม

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 31 ธันวาคม 2559 และ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลพื้นฐานสำหรับนักลงทุน

ชื่อบริษัท:	บริษัท แก่แก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) Taokaenoi Food & Marketing Public Company Limited
ชื่อย่อ:	TKN
ประเภทธุรกิจ:	ผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูป
เลขทะเบียนบริษัท:	0107556000337
ทุนจดทะเบียน:	345,000,000 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว:	345,000,000 บาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	หุ้นสามัญ หุ้นละ 0.25 บาท
หุ้นบุริมสิทธิ	- ไม่มี -
กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่	ณ วันที่ 4 ธันวาคม 2560 กลุ่มครอบครัวพระเดชพะันธ์ ถือหุ้นร้อยละ 60.15 ที่เหลือเป็นการถือ หุ้นโดยสถาบันและนักลงทุนทั่วไป
ข้อมูลสำคัญอื่น	- ไม่มี -
ที่ตั้งโรงงาน / สำนักงาน	<u>1. สำนักงานเมืองทองธานี</u> 337 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120 โทรศัพท์ 0 2984 0666 โทรสาร 0 2984 0118 <u>2. โรงงานหนองเสือ</u> 12/1 หมู่ 4 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี 12140 โทรศัพท์ 0 2108 6888 โทรสาร 0 2108 8704 <u>3. โรงงานโรจนะ</u> 55/5 หมู่ 5 ตำบลสามัคคี อำเภอยุทัย พระนครศรีอยุธยา 13210
ข้อมูลอ้างอิง	
นายทะเบียนหลักทรัพย์:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่อยู่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขต ดินแดง กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0 2009 9999 โทรสาร 0 2009 9991

นายทะเบียนหุ้นกู้:	- ไม่มี -
ผู้สอบบัญชี:	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด นางสาววิสสุตา จรรย์นากร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3853 ที่อยู่ 193/136-7 ชั้น 33 อาคารเลศรีชดา ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0 2264 9090 โทรสาร 0 2264 0789-90
ที่ปรึกษากฎหมาย:	บริษัท กุดั่น แอนด์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด ที่อยู่ 127 อาคารเกษรทาวเวอร์ ชั้น 23 ถนนราชดำริ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 โทรศัพท์ 0 2838 1750 โทรสาร 0 2838 1795
นักลงทุนสัมพันธ์:	ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ ที่อยู่ 337 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120 อีเมล ir@taokaenoi.co.th โทรศัพท์ 0 2984 0666 #315 โทรสาร 0 2094 0118