



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์

“ก้าวสู่บริษัทนวัตกรรมอาหาร นำความสุขสู่ผู้บริโภคทั่วโลก”

พันธกิจ

- 1 - พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมและไร้พรมแดน
- 2 - ก้าวสู่มาตรฐานการผลิตระดับโลก และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 3 - สร้างความสุขและความผูกพันต่อองค์กร
- 4 - ตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน
- 5 - องค์กรที่มีความน่าเชื่อถือด้วยหลักธรรมาภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย

มุ่งมั่นเพื่อให้บริษัทฯ ได้การรับรองมาตรฐาน Thailand Quality Award (TQA) ภายในปี 2569 และมียอดขายมากกว่า 1,000 ล้านบาทหรือสหรัฐภายในปี 2571

1.2 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

ประวัติความเป็นมา

บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2547 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาคูรายแปรรูปภายใต้ตราสินค้า “เถ้าแก่น้อย” ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการขยายการลงทุนในธุรกิจสาคูรายแปรรูปอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันมี “โรงงานหนองคว้ง” ตั้งอยู่ที่จังหวัดปทุมธานี และ “โรงงานโรจนะ” จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้ง “โรงงาน USA” ซึ่งอยู่ในรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ภายใต้บริษัท Taokaenoi USA Inc. บริษัทเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศที่คาดว่าจะเติบโตขึ้นในอนาคต อีกทั้ง บริษัทฯ ยังได้ลงทุนในธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการประกอบธุรกิจหลักของบริษัทฯ เช่น ธุรกิจร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก ธุรกิจผลิตผง

ปรุจรัส เป็นต้น ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ได้ช่วยเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ ลดต้นทุนการดำเนินงาน รวมถึงสามารถประชาสัมพันธ์ให้บริษัทฯ และตราสินค้าได้แก่กันน้อยเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในตลาดมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ทำการเพิ่มทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจและการแข่งขันในตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2556 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และ ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2558 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้ว (เพิ่มทุน) เป็น 345 ล้านบาท โดยเป็นการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายหุ้นให้ประชาชนทั่วไปจำนวน 360 ล้านหุ้นหุ้นละ 0.25 บาท เพื่อระดมทุนสำหรับพัฒนาเครื่องจักร และเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ

พัฒนาการที่สำคัญ

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ ในการประกอบธุรกิจนับตั้งแต่จัดตั้งบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

- ปี 2547**
- บริษัทฯ ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปภายใต้ตราสินค้า “เถาแก่น้อย” ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท พร้อมทั้งได้เปิดโรงงานผลิตที่สำนักงานท่าอิฐ และ หมู่บ้านนิรวัลย์ โดยในช่วงแรกเป็นการนำสินค้าวางจำหน่ายที่ร้าน เซเว่น อีเลฟเว่น (“7 Eleven”) ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นผลิตในเชิงพาณิชย์ นับแต่นั้นมา
- ปี 2548**
- บริษัทฯ ได้รับใบรับรองการผลิตอาหารฮาลาล ซึ่งเป็นใบรับรองว่ากระบวนการผลิตอาหารเป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งอนุญาตให้ชาวมุสลิมบริโภคได้
 - ได้รับการรับรองมาตรฐาน CODEX GMP จาก Global Certification Service Limited ที่มอบให้แก่โรงงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านคุณภาพจากคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
 - บริษัทฯ เริ่มจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศผ่านผู้ส่งออกภายในประเทศ (Thai Exporter) โดยประเทศแรกที่เริ่มทำการเปิดตลาด คือ ประเทศสิงคโปร์
- ปี 2549**
- บริษัทฯ ได้ย้ายโรงงานผลิตจากท่าอิฐ มายังโรงงานแห่งใหม่ที่บางบัวทอง ซึ่งเป็นการเช่าที่ดินจากบุคคลภายนอกโดยตั้งอยู่เลขที่ 48/124-134 หมู่ที่ 6 ถนนบางกรวย - ไทรน้อย ตำบลบางรักใหญ่ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี (สำนักงานบางบัวทอง) บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 1 ล้านบาท เป็น 3 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
- ปี 2550**
- บริษัทฯ ได้รับตราสัญลักษณ์สินค้าไทย (Thailand's Brand) ซึ่งเป็นการช่วยรับรองคุณภาพสินค้าส่งออกและสร้างความเชื่อมั่นคุณภาพสินค้าในกลุ่มผู้บริโภคทั่วโลกที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย
- ปี 2551**
- บริษัทฯ ได้รับมาตรฐาน ISO 9001:2008 (มาตรฐานเดิม ISO9001:2000) ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับระบบบริหารงานคุณภาพมาตรฐานสากล จัดทำขึ้นโดยองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization)
 - บริษัทฯ ได้รับมาตรฐานระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP Codex Alimentarius) TAS 9024 - 2007 และ General Principles of Food Hygiene (GMP Codex Alimentarius) TAS 9023 - 2007 ซึ่งมุ่งเน้นการผลิตอาหารให้มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

- บริษัทฯ ได้ขยายกำลังการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และเพื่อรองรับลูกค้าใหม่ๆ ในอนาคต โดยทำการเปิดโรงงานผลิตแห่งที่ 2 ที่นพวงศ์ ซึ่งเป็นการเช่าที่ดินจากบุคคลภายนอกมาสร้างอาคารโรงงาน โดยตั้งอยู่เลขที่ 12/1 หมู่ที่ 4 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี (สำนักงาน นพวงศ์)

บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 3 ล้านบาท เป็น 5 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญ เพิ่มทุนจำนวน 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท

- ได้รับรางวัล Bai Po Business Awards จาก สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ฯ ร่วมกับธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งเป็นรางวัลแห่งความโดดเด่นสำหรับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- บริษัทฯ สามารถทำรายได้จากการขายมากกว่า 1,000 ล้านบาทต่อปี

ปี 2552

- บริษัทฯ จัดตั้ง บริษัทเถ้าแก่น้อย เรสเตอร์รองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด ("TKNRF") โดยบริษัทฯ ถือหุ้นใน สัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว เพื่อประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก ภายใต้ชื่อ "เถ้าแก่น้อยแลนด์" โดยปัจจุบัน (2561) มีสาขารวมทั้งสิ้น 19 สาขา

ปี 2553

- บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท วอนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด จากกลุ่มผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น "บริษัท เถ้าแก่น้อย แคร่ จำกัด ("TKNC")

- บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 5 ล้านบาท เป็น 35 และ 160 ล้านบาทตามลำดับโดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 1,550,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท

ปี 2554

- บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เอ็นซีพี เทรดิง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ("NCP") จากกลุ่มบุคคลภายนอกที่ไม่ใช่บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผงปรุงรส

- บริษัทฯ สามารถทำรายได้จากการขายมากกว่า 2,000 ล้านบาทต่อปี

ปี 2556

- บริษัทฯ แปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยใช้ชื่อว่า "บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)" และมีมติให้เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัทฯ จากเดิมมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท พร้อมทั้งมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 160 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 140 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 60 ล้านหุ้น และเพื่อเสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรก 80 ล้านบาท

- บริษัทฯ ได้เปลี่ยนแปลงสำนักงานใหญ่จากเดิม เลขที่ 93/5-7 หมู่ที่ 5 ถนนรัตนานิเบศร์ ตำบลบางรักน้อย อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11110 เป็น เลขที่ 12/1 หมู่ที่ 4 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี 12140

ปี 2557

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

ปี 2558

- บริษัทฯ เริ่มก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ

- บริษัทฯ มีมติเปลี่ยนแปลงการเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทฯ พร้อมทั้งจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ เป็น 345 ล้านบาท เพื่อเสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรก จำนวน 90 ล้านบาท

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

- บริษัทฯ ได้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 360 ล้านบาท ในราคาหุ้นละ 4 บาท แก่ประชาชนทั่วไป โดย บริษัทฯ ได้รับชำระเงินค่าหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าวแล้วทั้งจำนวนรวมมูลค่า 1,440 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายทาง ตรงที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายหุ้นจำนวนเงิน 34.6 ล้านบาท ได้แสดงโดยหักจากส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญใน บแสดงฐานะการเงิน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จดทะเบียนการเพิ่มทุนชำระแล้วดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2558

- หลักทรัพย์ของบริษัทฯ ได้ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นครั้งแรกในวันที่ 3 ธันวาคม 2558

- บริษัทฯ สามารถทำรายได้จากการขายมากกว่า 3,000 ล้านบาทต่อปี

ปี 2559

- โรงงานเริ่มเปิดดำเนินการ ณ นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ ซึ่งเป็นโรงงานแห่งที่ 2 ของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มกำลัง การผลิตรองรับการขยายตัวของตลาดในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

- บริษัทฯ สามารถทำรายได้จากการขายมากกว่า 4,000 ล้านบาทต่อปี

ปี 2560

- บริษัทฯ เข้าซื้อกิจการ GIM Factory Inc. (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น Taokaenoi USA Inc.) โรงงานผลิตสหร่าย อบ ณ รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นโรงงานแห่งที่ 3 ของบริษัทและแห่งแรกนอกประเทศ

- บริษัทฯ สามารถทำรายได้จากการขายมากกว่า 5,000 ล้านบาทต่อปี

ปี 2561

- บริษัทฯ เปิดสำนักงานตัวแทน ณ นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อส่งเสริมการดำเนิน กิจกรรมการขายและการตลาดในประเทศจีน

1.3 โครงสร้างการถือหุ้น



บริษัท เล้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) “TKN”



นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

หน่วยงานสนับสนุนส่วนกลางจะรวมศูนย์ที่บริษัทฯ โดยบริษัทย่อยของบริษัทจะมีการแต่งตั้งผู้รับผิดชอบโดยตรงและบางบริษัทฯ จะใช้บริการงานสนับสนุนของบริษัทฯ (Outsourcing) ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

งานด้านบัญชี ระบบบัญชี การเงิน ต้นทุน วางแผนและงบประมาณ

งานด้านทรัพยากรบุคคลและพัฒนาองค์กร

งานด้านเทคโนโลยี สารสนเทศองค์กร

ส่วนบริษัทย่อยแต่ละบริษัทจะดำเนินงานเสมือนหน่วยธุรกิจ เพื่อสนับสนุนส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทฯ ประกอบด้วย ส่วนงานผลิตผงบุงเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทฯ ส่วนงานร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนงานผลิตผงบุงเพื่อเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตสาหร่ายแปรรูป

ส่วนงานผลิตผงบุงทำหน้าที่ด้านการจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำมาผลิตผงบุง ดำเนินการผลิตตามคุณภาพมาตรฐานที่กำหนดไว้ และส่งมอบให้บริษัทฯ เพื่อใช้ในสายการผลิตสาหร่ายสำเร็จรูป

ส่วนงานร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝาก

ส่วนงานร้านค้าจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและของฝากทำหน้าที่เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ โดยตรงให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นช่องทางในการวิจัยพัฒนาสินค้าใหม่ทั้งตลาดในประเทศรวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อขยายตลาดในกลุ่มประเทศเอเชียต่อไป การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมด้านการตลาด เป็นต้น

ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยต้องเป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์การดำเนินธุรกิจที่กำหนดโดยบริษัทฯ

บริษัทในเครือ

ปัจจุบันบริษัทฯ มีการถือหุ้นในบริษัทย่อยทั้งสิ้น 4 บริษัท ดังนี้

1. บริษัท แก้วแก่น้อย เรสโตรองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด (TKNRF)

เลขทะเบียนบริษัท	: 0125552015842
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 469 ถ. บอนด์สตรีท ต.บางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
โทรศัพท์	: 0 2960 1477
โทรสาร	: 0 2960 1486
ทุนจดทะเบียน	: 35,000,000 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	: 35,000,000 บาท
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 100

บริษัท แก้วแก่น้อย เรสโตรองท์ แอนด์ แฟรนไชส์ จำกัด ดำเนินธุรกิจร้านขายของฝาก “แก้วแก่น้อยแลนด์” เพื่อจำหน่ายให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยประกอบด้วยสินค้าสาหร่ายและขนมขบเคี้ยวของบริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน), สินค้าแฮนด์แบรนด์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ทาง TKNRF พัฒนาขึ้นมาเพื่อขายสำหรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าวโดยเฉพาะและสินค้าฝากขาย

ทั้งนี้ ในปี 2561 บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นขยายร้านต้นแบบใหม่บนพื้นที่ขนาดใหญ่ขึ้นในชื่อ “แก้วแก่น้อยแลนด์ พลัส” ถือเป็น One Stop Service ร้านของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีพื้นที่ 150-400 ตารางเมตร และจำนวนสินค้ากลุ่มอื่นเพิ่มมากขึ้นจากเดิม โดยแบ่งสัดส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทกลุ่มอาหาร 50% และ Non-Food 50% อาทิ เช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่มสุขภาพ บำรุงผิว เครื่องสำอางค์ ยาสมุนไพร และของฝากอื่นๆ ปัจจุบันมีจำนวน 2 สาขา ได้แก่ เซ็นเตอร์พอยท์ ออฟ สยามสแควร์ (กรุงเทพมหานคร)และจังซีลอน (ภูเก็ต) โดยมีกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว อาทิเช่น ชาวจีน รัสเซีย และมาเลเซีย เป็นต้น

ทั้งนี้ บริษัท มุ่งเน้นที่จะให้ “เจ้าแกน้อยแลนด์” และ “เจ้าแกน้อยแลนด์ พลัส” เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าในกลุ่มนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงตราสินค้าเจ้าแกน้อย โดยปัจจุบันมีแผนออกผลิตภัณฑ์อื่นๆ นอกจากสายห่วงแปรรูป รวมถึงเป็นร้านใหม่ในจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับธุรกิจท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย ณ สิ้นปี 2561 ร้านเจ้าแกน้อยแลนด์ มีทั้งหมด 19 สาขา ได้แก่

ตารางแสดงจำนวนสาขาของร้านเจ้าแกน้อยแลนด์ ณ สิ้นปี 2561

กรุงเทพมหานคร 11 สาขา	1.เทอมินัล 21	2.แพลตฟอร์ม ประตูน้ำ 1
	3.แพลตฟอร์ม ประตูน้ำ 2	4.เอเชียทีค
	5.เยาวราช	6.มาบุญครอง 1
	7.มาบุญครอง 2	8.มาบุญครอง 3
	9.สยามแสควร์	10.เซ็นเตอร์พอยท์สยาม (เจ้าแกน้อยแลนด์พลัส)
	11.ไอคอนสยาม	
เชียงใหม่ 5 สาขา	12.เมญา โลฟสไตล์ ซุปเปอร์เซ็นเตอร์	13.เซ็นทรัล เฟสติวัลเชียงใหม่
	14.ดิงปาร์ค	15.ถนนท่าแพ
	16.ทอลทีค ถนนนิมมานเหมินท์	
พัตยา 2 สาขา	17.ตลาดน้ำ 4 ภาค	18.เทอมินัล 21 พัตยา
ภูเก็ต 1 สาขา	19.จังซีลอน ภูเก็ต (เจ้าแกน้อยแลนด์พลัส)	

โดยระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาได้มีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง และโมเดลธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น

ตารางแสดงจำนวนการเปิดสาขา / ปิดสาขา ของร้านเจ้าแกน้อยแลนด์ (สาขา)

การเปลี่ยนแปลง (จำนวนสาขา)	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561
ต้นปี	5	8	11
เพิ่ม/ลด	3	3	8
ปลายปี	8	11	19

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 โดยเป็นสูตรเฉพาะที่ถูกคิดค้นขึ้น ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมคุณภาพการผลิตตั้งแต่ต้นทาง และพัฒนารสชาติใหม่ได้หลากหลาย และรวดเร็ว

3. บริษัท เถ้าแก่น้อย 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 เถ้าแก่น้อย แคร่ จำกัด ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าชื่อมาขายไป โดยปัจจุบันมีการจำหน่ายสินค้าสำหรับลูกค้าดูแลสุขภาพ เช่น เวย์โปรตีน “My Whey”
*ทั้งนี้บริษัทฯ ทำการจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อจาก บริษัท ว็อนท์มอร์ อินดัสตรี จำกัด กับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2561

4. Taokaenoi USA Inc.(TKNUS)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 13767 Milroy Place Santa Fe Springs, California United States
โทรศัพท์ : +1 562 404 9888
ทุนจดทะเบียน : 4,070,000 ดอลลาร์สหรัฐ
ทุนที่ออกและชำระแล้ว : 4,070,000 ดอลลาร์สหรัฐ
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 90.91

Taokaenoi USA Inc. ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายสาหร่ายแปรรูปประเภทอบ รวมถึงการจำหน่ายขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายจาก บมจ. เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง เพื่อจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกา และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาด สินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “Nora” ในประเทศดังกล่าว ปัจจุบันมีโรงงานและสำนักงานตั้งอยู่รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา

1.4 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว ประกอบไปด้วย 2 กลุ่มสินค้า ได้แก่

1. **สินค้าประเภทสาหร่ายแปรรูป (Seaweed Product)** ภายใต้ตราสินค้า “เถ้าแก่น้อย” และ “Nora” โดยผลิตภัณฑ์สาหร่ายแปรรูปแบ่งตามกรรมวิธีการผลิตได้ 4 ประเภท ได้แก่ สาหร่ายทอด, สาหร่ายย่าง, สาหร่ายอบ และสาหร่ายเทมปุระ โดยมีส่วนผสมต่างๆ อาทิเช่น รสคลาสสิก, รสเผ็ด, รสวาซาบิ, รสปลาหมึกย่าง เป็นต้น
2. **สินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวอื่น ๆ (Non-Seaweed Product)** สินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เวย์โปรตีน แบริน “My Whey”, ผลิตภัณฑ์เนื้อปลา และเนื้อปลาหมึกปรุงรส แบริน “TinTen”, ผลิตภัณฑ์มันฝรั่งทอดห่อสาหร่าย แบริน “Z-Roll Farm”, ผลิตภัณฑ์ขนมข้าวโพดแปรรูป แบริน “Want More”, ผลิตภัณฑ์แป้งทอดผสมสาหร่ายปรุงรส แบริน “Seagle” และผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป แบริน “Marvel”

ทั้งนี้บริษัทฯ มีทีมงานเพื่อพัฒนาสินค้าทั้งในรูปแบบสาร่ายแปรรูป และกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่สาร่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และมุ่งสร้างสินค้านวัตกรรมใหม่ เพื่อเป้าหมายสู่บริษัทนวัตกรรมอาหาร เพื่อนำความสุขสู่ผู้บริโภคทั่วโลก

ฐานการผลิต

ในปี 2561 บริษัทฯ มีโรงงานผลิตสาร่ายแปรรูปในประเทศ 2 แห่ง ได้แก่ “โรงงานหนองผก” ในจังหวัดปทุมธานี และ “โรงงานโรจนะ” ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมถึงโรงงานที่รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ภายใต้บริษัทในเครือเพื่อรองรับการขยายตลาดในภูมิภาคดังกล่าว

การจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีสัดส่วนการจัดจำหน่ายในปี 2561 โดยแบ่งเป็นการจำหน่ายในประเทศร้อยละ 40 การส่งออกร้อยละ 60 โดยมีประเทศหลักคือ ประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 40 ส่วนประเทศอื่นมากกว่า 40 ประเทศทั่วโลกคิดเป็นร้อยละ 20

โดยช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศมีการขายผ่านโมเดิร์นเทรด ผู้แทนจำหน่ายและร้านค้าปลีกดั้งเดิม ส่วนการส่งออกมีการขายผ่านผู้แทนจำหน่ายในต่างประเทศ (Overseas Distributor) ผู้นำเข้าในต่างประเทศ (Importer) และผู้ส่งออกภายในประเทศ (Thai Exporter) เพื่อกระจายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ ในประเทศนั้นๆ ต่อไป

1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายและประเภทอื่นๆ โดยมีการพัฒนาปรับปรุงสินค้าอย่างต่อเนื่องจนก้าวขึ้นเป็นผู้นำการผลิตสาหร่ายแปรรูปในประเทศไทย

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลควบคุมคุณภาพเป็นสำคัญ โดยได้คัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงและคุณภาพเป็นที่ยอมรับ และดำเนินขั้นตอนการผลิตอย่างพิถีพิถัน อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้รับการสนับสนุนความเห็น และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานจากลูกค้าที่มีศักยภาพทั้งในส่วนของผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ ลูกค้านายใหญ่ และลูกค้ารายย่อย นอกจากนี้บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะทำการตลาดภายใต้เครื่องหมายการค้า “เถ้าแก่น้อย” (“Taokaenoi” และ “Nora”) รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคตและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทั้งนี้รายละเอียดของลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละประเภทของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

สินค้ากลุ่มสาหร่าย (Seaweed Product)

1. สาหร่ายทอดกรอบ (Crispy Seaweed)



สาหร่ายทอดกรอบ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้บริโภค โดยเริ่มจากการคัดสรรสาหร่ายคุณภาพสูงจากแหล่งผลิต มาผ่านกระบวนการทอดในอุณหภูมิที่เหมาะสม ทำให้ได้สาหร่ายทอดที่มีลักษณะแผ่นฟูและกรอบ จากนั้นจึงนำมาผ่านกระบวนการโรยผงปรุงรสเฉพาะของเถ้าแก่น้อย ตามแต่ละรสชาติ และขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่กำหนดไว้ ทำให้ได้สาหร่ายทอดกรอบสไตล์ญี่ปุ่น รสชาติต่างๆ เช่น รสคลาสสิก, รสเผ็ด, รสวาซาบิ, รสซอสญี่ปุ่น, รสกิมจิ เป็นต้น ภายใต้ตราสินค้า เถ้าแก่น้อย (Taokaenoi) บิ๊กชีท (Big Sheet) และ “Nora” เป็นต้น

2. สาหร่ายย่าง (Grilled Seaweed)



สาหร่ายย่าง เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำสาหร่ายมาผ่านความร้อนสูง แล้วจึงทาเคลือบด้วยซอสสูตรพิเศษของเจ้าแค้นน้อย ตามรสชาติต่างๆ ทำให้ได้สาหร่ายย่างสไตล์ญี่ปุ่นที่มีความหอมสาหร่ายจากการย่าง มีความกรอบและมีรสชาติที่กลมกล่อมแตกต่างกันไป เช่น รสคลาสสิก, รสเผ็ด, รสขมขี้ย่าง, รสสไปซี่ซีฟู้ด, รสวาซาบิ และ รสกิมจิ เป็นต้น บรรจุในซองขนาดต่างๆ และรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มความสะดวก และตอบสนองรูปแบบการรับประทานที่หลากหลายของผู้บริโภค เช่น สาหร่ายม้วนบิกโรล (Big Roll), สาหร่ายย่างแผ่นใหญ่ (Big Bag)

3. สาหร่ายอบ (Roasted Seaweed)



สาหร่ายอบ เป็นการนำสาหร่ายแผ่นมาอบด้วยความร้อนสูง เพื่อให้ได้สาหร่ายที่กรอบและแผ่นบางเบา ผ่านกระบวนการปรุงรสสูตรเฉพาะของเจ้าแค้นน้อย เพื่อให้ได้สาหร่ายอบสไตล์ญี่ปุ่นรสชาติต่างๆ เช่น รสคลาสสิก, รสเผ็ด และรสวาซาบิ เป็นต้น ภายใต้ตราสินค้า เจ้าแค้นน้อย (Taokaenoi), บิ๊กชีท (Big Sheet) และ เอ็กตราชีท (Extra Sheet)

4. สาหร่ายเทมปุระ (Tempura Seaweed)



สาหร่ายเทมปุระ เป็นการนำสาหร่ายคุณภาพสูงมาชุบแป้งชุบเทมปุระคุณภาพดีที่บางเบาแล้วนำมาทอดในอุณหภูมิที่เหมาะสม ทำให้ได้สาหร่ายชุบแป้ง สไตล์เทมปุระของญี่ปุ่น ที่มีสีเหลืองทองน่ารับประทานพร้อมมีเนื้อสัมผัสที่กรอบอร่อยในสไตล์เทมปุระ แล้วจึงผ่านกระบวนการคลุกเคล้าผงปรุงรสมรสชาติต่างๆ ของเจ้าแกนน้อย เช่น รสคลาสสิก, รสเผ็ดสไตล์ญี่ปุ่น และ รสไข่เค็ม เป็นต้น โดยผลิตภายใต้ตราสินค้า เช่น เจ้าแกนน้อย (Taokaenoi), โคโนมิ (Konomi) และ ไฮ เทมปุระ (Hi Tempura) เป็นต้น

สินค้ากลุ่มไม่ใช่สาหร่าย (Non-Seaweed Product)

5. ปลาหมึกแผ่น และปลาแผ่น



ปลาหมึกแผ่น และปลาแผ่นอบกรอบ เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้ตราสินค้าทินเท็น (Tinten) เพื่อขยายตลาดสินค้าขนมขบเคี้ยวของบริษัทฯ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค โดยทินเท็น (Tinten) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเนื้อปลาหมึกคัดคุณภาพพิเศษผสมกับเนื้อปลาและนำไปอบผ่านกรรมวิธี พร้อมเคลือบรสสูตรพิเศษรสชาติต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่พร้อมนำเสนอรสชาติอร่อย และความแปลกใหม่ให้กับผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็น ทินเท็น รสซอสไข่เค็ม หรือ ทินเท็นโรล ปลาหมึกแผ่นม้วน รสหมึกย่าง

6. ผลิตภัณฑ์อื่น



นอกเหนือจากสาหร่ายที่เป็นผลิตภัณฑ์หลัก และ ปลาหมึกแผ่นอบกรอบแล้ว ทางบริษัทฯ ยังผลิตสินค้าประเภทอื่น เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ บริหารต้นทุน และสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยทางบริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจไปสู่ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ สำหรับคนดูแลสุขภาพและรักการออกกำลังกาย ภายใต้ตราสินค้า “มาย เวย์” (My Whey) โดยมีหลากหลายรสชาติให้เลือกตามความชอบที่หลากหลาย เช่น รสชาไทย รสชาเขียว รสสตรอเบอร์รี่เกิร์ต เป็นต้น

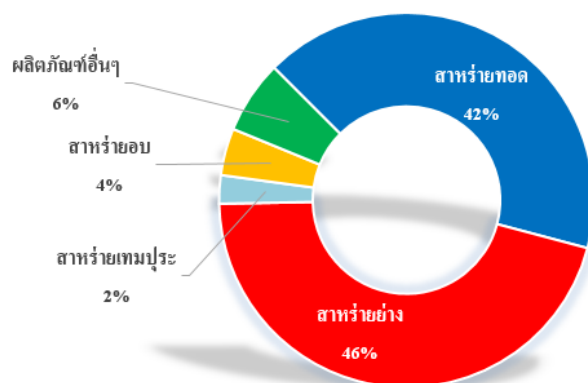
2.2 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ในช่วงตั้งแต่ปี 2559 ถึง ปี 2561 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

รายการ	2559		2560		2561	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สาหร่ายทอด	2,497.9	53.1	2,408.4	45.8	2,357.1	41.6
สาหร่ายย่าง	1,885.8	40.1	2,266.6	43.1	2,580.3	45.6
สาหร่ายเทมปุระ	88.5	1.9	99.5	1.9	138.7	2.4
สาหร่ายอบ	68.4	1.5	153.0	2.9	229.7	4.1
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	164.8	3.5	336.1	6.4	356.9	6.3
รวมรายได้จากการจำหน่าย	4,705.3	100.0	5,263.6	100.0	5,662.7	100.0

โครงสร้างรายได้แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ ปี 2561



โครงสร้างรายได้แบ่งตามประเทศคู่ค้า

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งตามประเทศที่มีการสั่งซื้อสินค้าของบริษัทฯ ในช่วงตั้งแต่ปี 2559 ถึง ปี 2561 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเทศคู่ค้า	ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ไทย	1,920.5	40.8	2,063.4	39.2	2,220.8	39.2
จีน	1,761.0	37.4	2,103.6	40.0	2,195.4	38.8
อินโดนีเซีย	153.4	3.3	151.4	2.9	208.1	3.7
มาเลเซีย	158.1	3.4	169.2	3.2	191.1	3.4
ฮ่องกง	119.5	2.5	134.6	2.6	118.2	2.1
ประเทศอื่นๆ ¹	592.9	12.6	641.4	12.2	729.3	12.9
รายได้จากการขาย	4,705.3	100.0	5,263.6	100.0	5,662.7	100.0

หมายเหตุ: ¹ ประเทศอื่นๆ ประกอบด้วย สิงคโปร์, สหรัฐอเมริกา, CLMV (กัมพูชา, ลาว, เมียนมาร์, เวียดนาม) เป็นต้น

2.3 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

กลุ่มบริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์จากการลงทุน โดยได้รับอนุมัติบัตรส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่างๆ ที่ระบุไว้ในบัตรส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บัตรส่งเสริมการลงทุนที่ยังมีผลใช้บังคับอยู่ ดังนี้

เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขของโครงการ
1433/2553 (โรงงานพวงค์)	9 เมษายน 2553	สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย สิทธิประโยชน์ของโครงการ - ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว (ไม่รวมพม่า ลาว กัมพูชา) ซึ่งเป็นช่างฝีมือ หรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสอง ประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร (สิทธิประโยชน์สิ้นสุดวันที่ 9 ต.ค. 58)¹ - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามา จากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก (ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 9 ม.ค. 64)² - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งออกกลับไป (ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 9 ม.ค. 64)² เงื่อนไขของโครงการ - มีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย เช่น สาหร่ายทอด สาหร่ายอบ สาหร่ายชุบแป้งทอด เป็นต้น ปีละประมาณ 2,700 ตัน (เวลาทำงาน 8 ชั่วโมง/วัน : 300 วัน/ปี) - เครื่องจักรที่ใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต้องเป็นเครื่องจักรใหม่ - จะต้องตั้งโรงงานในท้องที่จังหวัดปทุมธานี - ได้รับใบอนุญาตเปิดดำเนินการตามเงื่อนไข วันที่ 29 กรกฎาคม 2559
2155(2)/2554 (โรงงานโรจนะ)	20 กันยายน 2554 (ได้รับอนุมัติให้ย้ายสถานที่ตั้งกิจการจากลาดบัวหลวงเป็นสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2557)	สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย สิทธิประโยชน์ของโครงการ - ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว (ไม่รวมพม่า ลาว กัมพูชา) ซึ่งเป็นช่างฝีมือ หรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสอง ประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร (สิทธิประโยชน์สิ้นสุดวันที่ 20 มี.ค. 60)¹ - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามา จากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก (ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 9 ม.ค. 64)² - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป (ใช้สิทธิได้ถึงวันที่ 9 ม.ค. 64)² - ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 7 ปี - ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริม ซึ่งได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้

เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขของโครงการ
		เงื่อนไขของโครงการ • มีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่าย เช่น สาหร่ายทอด สาหร่ายอบ และสาหร่ายชุบแป้งทอด เป็นต้น ปีละประมาณ 9,400 ตัน (เวลาทำงาน 24 ชั่วโมง/วัน : 345 วัน/ปี)³ • วงเงินภาษีที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 7 ปี ไม่เกิน 670,747,603.37 บาท³ • เครื่องจักรที่ใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต้องเป็นเครื่องจักรใหม่ • จะต้องตั้งโรงงานในเขตอุตสาหกรรมของ บริษัท สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา • ต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายใน 2 ปี นับจากวันที่เปิดดำเนินการ • ได้รับใบอนุญาตเปิดดำเนินการตามเงื่อนไขวันที่ 12 ธันวาคม 2561
1514(2)2554 (โรงงานพวงค์)	6 พฤษภาคม 2554	สำหรับการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวจากแป้ง สิทธิประโยชน์ของโครงการ • ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าว (ไม่รวมพม่า ลาว กัมพูชา) ซึ่งเป็นช่างฝีมือ หรือผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสอง ประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด • ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร(สิทธิประโยชน์สิ้นสุดวันที่ 14 มิ.ย. 59)¹ • ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามา จากต่างประเทศ 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 ปี ไม่เกิน 10,971,109.43 บาท • เครื่องจักรที่ใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต้องเป็นเครื่องจักรใหม่ • จะต้องตั้งโรงงานในพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี

เลขที่บัตร	ลงวันที่	สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขของโครงการ
		● ต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายใน 2 ปี นับจากวันที่เปิดดำเนินการ (อนุมัติวันที่ 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 และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก(ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) ● ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) ● ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี (ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) ● ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้(ยังไม่ได้ใช้สิทธิ) เงื่อนไขของโครงการ ● มีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดอบกรอบ ปีละประมาณ 560 ตัน (เวลาทำงาน 24 ชั่วโมง/วัน : 300 วัน/ปี) ● วงเงินภาษีที่ได้รับ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 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 และการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อส่งออกกลับไป สามารถขอขยายได้อย่างต่อเนื่อง โดยจะอนุมัติครั้งละ 2 ปี
3. บัตรส่งเสริมเลขที่ 2155(2)/2554 ลงวันที่ 20 กันยายน 2554 กำลังการผลิตของโครงการ และวงเงินภาษีเงินได้นิติบุคคล ได้ถูกปรับเปลี่ยนตามกำลังการผลิตและมูลค่าการลงทุนจริงที่ตรวจพบ ณ วันครบกำหนดเปิดดำเนินการ (วันที่ 20 กันยายน 2561)

2.4 ช่องทางการจัดจำหน่าย, กลยุทธ์การตลาด, ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายในประเทศ ปัจจุบันมีการกระจายสินค้าผ่าน 3 ช่องทางหลัก

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่

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

ผู้จัดจำหน่ายในประเทศ

ผู้แทนจำหน่าย (Distributor) บริษัทฯ มีการขายผ่านผู้แทนจำหน่ายในประเทศเพื่อกระจายสินค้าไปยังร้านค้าชำทั่วประเทศ รวมถึงซูเปอร์มาร์เก็ตที่ไม่มีศูนย์กระจายสินค้า (ดี.ซี.) รวมถึงการขายโดยตรงผ่านตัวแทนในบางช่องทาง

ร้านเก้าแก่น้อยแลนด์ (Taokaenoi Land)

ร้านเก้าแก่น้อยแลนด์ (TKN Land) จำนวน 19 สาขาในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ (กรุงเทพฯ เชียงใหม่, พัทยา และภูเก็ต) เพื่อเป็นช่องทางในการขายสินค้าโดยตรงกับให้กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นช่องทางในการแนะนำสินค้าใหม่ของตลาดในประเทศอีกด้วย

การจัดจำหน่ายในต่างประเทศ

บริษัทฯ มีการขายไปยังประเทศอื่นๆ กว่า 40 ประเทศทั่วโลก โดยมีประเทศที่สำคัญ อาทิ จีน, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย, ฮองกง, สิงคโปร์, สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา, ลาว, เมียนมาร์, เวียดนาม) เป็นต้น โดยส่งออกไปขายยังต่างประเทศผ่าน 3 ช่องทางหลัก

ผู้ส่งออกในประเทศ (Thai Exporter) เพื่อทดลองขายสินค้าไปยังตลาดใหม่ที่ยังไม่เคยทำการขายมาก่อน

ผู้นำเข้า (Importer) เพื่อขยายช่องทางแต่ละประเทศที่บริษัทฯ ต้องการเข้าไปเปิดตลาด

ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ (Overseas Distributor) บริษัทฯ จะแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายในประเทศที่มีศักยภาพการเจริญเติบโต เพื่อทำการขายและการตลาดตามเงื่อนไขที่ตกลงร่วมกัน

กลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์ในการทำการตลาดของบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในองค์ประกอบต่างๆ ดังต่อไปนี้ เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์การเข้าใจผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคของเก้าแก่น้อยครอบคลุมทุกเพศทุกวัย รวมถึงกลุ่มผู้รักสุขภาพที่ชื่นชอบการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่เป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพและรสชาติอร่อย บริษัทฯ จึงได้ทำการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้เป็นอย่างดี และดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นได้อย่างตรงจุดและแม่นยำ

กลยุทธ์การสร้างแบรนด์



ชื่อของแบรนด์ “เจ้าแกนน้อย” ได้รับการรับรู้และยอมรับอย่างกว้างขวางจากทั้งผู้บริโภคชาวไทยและชาวต่างชาติ จากการที่บริษัทฯ สร้างการรับรู้และจดจำตราสินค้าเจ้าแกนน้อยอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มต้น โดยผ่านทางกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ เพื่อให้ “เจ้าแกนน้อย” เป็นตราสินค้าที่อยู่ในใจผู้บริโภคตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา, กิจกรรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ตราสินค้าเจ้าแกนน้อย ในความ อร่อย (Tasty) สุขภาพดี (Healthy) และ สนุกสนาน (Fun) โดยในปี 2561 ทางบริษัทยังคงต่อยอดความเป็นผู้นำตลาดสาหร่ายด้วยการนำ นิชคุณ หรือเวชกุล นักร้องชาวไทยหนึ่งเดียวกับวง “ทูพีเอ็ม” ประเทศเกาหลีที่โด่งดังไปทั่วโลก มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ พร้อมจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆตลอดทั้งปี เช่น งาน Fan meet, งานเปิดตัวแคมเปญ “เจ้าแกนน้อยอร่อยฟิน ได้คุณค่าจากสาหร่ายทะเล” หรือ แคมเปญ “เจ้าแกนน้อยรสชาตินิชิ อร่อย จืดชื่นหัวใจ” เป็นต้น นอกจากนั้นแล้ว ทางบริษัทฯ ยังได้เข้าร่วมสนับสนุนงานคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆเพื่อต่อยอดแบรนด์และเข้าถึงผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ เช่น สนับสนุนงานคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีชั้นนำ GOT7 เป็นต้น หรือการออกสินค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสการทดลองสินค้าในกลุ่มสินค้าใหม่ เช่น แคมเปญ เจ้าแกนน้อยสาหร่ายเทมปุระไข่เค็ม เป็นต้น

กลยุทธ์การควบคุมคุณภาพและสร้างความหลากหลายของสินค้า

การควบคุมคุณภาพของสินค้าเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพที่ดีเพื่อรักษาความเป็นผู้นำในตลาดสาหร่าย โดยควบคุมตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดเก็บ ไปจนถึงการขนส่งสินค้า เป็นต้น เมื่อบริษัทมีวัตถุดิบที่มีคุณภาพแล้วจะทำให้บริษัทฯ ผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของตลาดและผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

- มีรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น สาหร่ายแบบทอด สาหร่ายแบบย่าง สาหร่ายแบบอบ หรือ สาหร่ายเทมปุระ และด้วยรูปทรงที่หลากหลาย เช่น แบบแผ่น, แบบแผ่นใหญ่ หรือ แบบม้วน เป็นต้น
- รสชาติที่มีให้เลือกมากมาย ไม่ว่าจะเป็น รสคลาสสิก รสเผ็ด รสปลาหมึกย่าง รสชีส รสชาตินิชิ รสกิมจิ รสไข่เค็ม เป็นต้น โดยในปีที่ผ่านมาสินค้าไฮไลท์ที่บริษัทฯ วางจำหน่าย คือ สินค้าเจ้าแกนน้อย สาหร่ายทอดเทมปุระ สไตล์ญี่ปุ่น รสไข่เค็ม ซึ่งเป็น สาหร่ายเทมปุระรสไข่เค็ม รายแรกในตลาดขนมขบเคี้ยวในประเทศไทยที่ออกรสไข่เค็ม ที่กำลังเป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศ

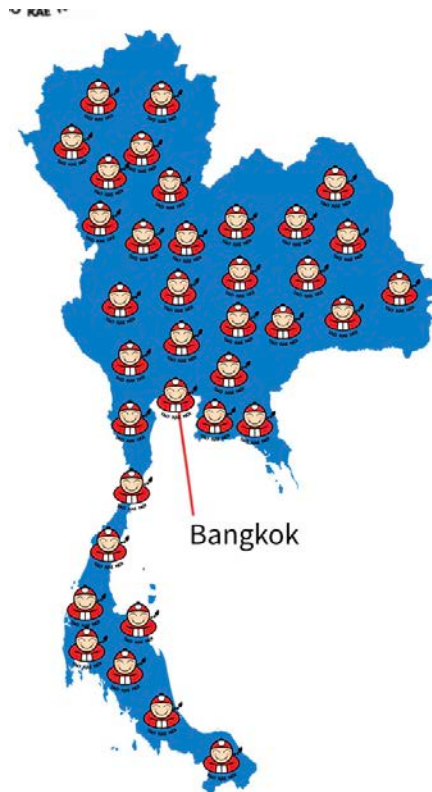
- ขนาดบรรจุที่ออกแบบมาตอบสนองความต้องการบริโภคที่แตกต่างกัน เช่น ขนาดแฟมิลี่แพ็ค (Family Pack), ขนาดปาร์ตี้แพ็ค (Party Pack) และซองปกติในขนาดที่แตกต่างกัน เป็นต้น เพื่อตอบสนองรูปแบบ และโอกาสในการรับประทานที่แตกต่างกัน เช่น รับประทานคนเดียว, รับประทานกับเพื่อน, รับประทานขณะเล่นเกม หรือ รับประทานกันในครอบครัว เป็นต้น

กลยุทธ์การกระจายสินค้าและขยายช่องทางจำหน่าย

เพื่อเป็นการมั่นใจว่าสินค้าของเจ้าแกนน้อยจะกระจายไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงในทุกช่องทาง ทางบริษัทฯ จึงมีทีมที่จะรับผิดชอบในทุกช่องทางหลัก รวมทั้งมีคู่ค้าทางธุรกิจเพื่อรับผิดชอบการกระจายสินค้าไปในทุกช่องทางทั่วประเทศ ทั้งร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ไม่ว่าจะเป็น ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store), ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket), ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) และ ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ดังที่จะเห็นได้ว่า สินค้าของเจ้าแกนน้อย มีอยู่ในทุกร้านค้าทั่วประเทศ

ทั้งนี้ทางบริษัทยังพยายามหาช่องทางใหม่เพิ่มเติม เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึง เช่น แก่แก่น้อยแลนด์ ที่กระจายอยู่ตามที่ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่ เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ขยายการกระจายสินค้าไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกนอกเหนือจากประเทศไทยด้วย โดยได้ส่งออกและกระจายสินค้าไปแล้วกว่า 40 ประเทศทั่วโลก



MT :



Traditional :



Online :



HBA :



Sport & Fitness:



Other :



กลยุทธ์การทำการตลาดกับกลุ่มนักท่องเที่ยว

ตลาดนักท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งตลาดที่สร้างยอดขายให้กับบริษัท จึงเป็นช่องทางที่ทางบริษัทให้ความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการ ออกสินค้าขนาดพิเศษ เช่น Big Sheet Pocket หรือรสชาติที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ เช่น รสตั้มยำกุ้ง หรือ รสทุเรียน เป็นต้น รวมถึงมีการกระตุ้นให้เกิดการซื้อตามความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

การสื่อสารทางการตลาดและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์และตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและตัดสินใจซื้อกับผู้บริโภคในวงกว้าง บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบหลากหลายช่องทาง เพื่อมุ่งเน้นการเข้าถึงและรู้จักในกลุ่มเป้าหมายที่ปัจจุบันเข้าถึงสื่อหลากหลายช่องทางมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Offline และ Online สื่อ Above the line และ Below the line นอกจากนั้นแล้วยังมีกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ที่เข้ากลุ่มผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยในทุกพื้นที่ของประเทศ รวมไปถึงการเป็นส่วนหนึ่งในงานแสดงสินค้าในประเทศต่างๆ เพื่อให้ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทั่วโลก

ภาวะอุตสาหกรรม และการแข่งขัน

ตลาดขนมขบเคี้ยวในประเทศไทยในปี 2018 มีมูลค่ารวมประมาณ 37,236 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8 จากปี 2561 โดยการขยายตัวดังกล่าว มีปัจจัยหลักมาจากสินค้าในกลุ่ม มันฝรั่ง และ ปลาเส้น ซึ่งขยายตัวจากปีที่ผ่านมาในแต่ละกลุ่มร้อยละ 13 จากการออกสินค้าใหม่ และการเพิ่มขนาดบรรจุของสินค้า

หากพิจารณาตลาดขนมขบเคี้ยวในประเทศไทย จะสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ในตลาดขนมขบเคี้ยวออกเป็น 9 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ขนมขบเคี้ยวประเภทชิ้นรูป (Extruded Snack) เป็นขนมที่ทำจากแป้งอบกรอบ เช่น แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งสาลี แป้งข้าวโพด และเพิ่มรสชาติโดยการปรุงรสด้วยส่วนผสมอื่นๆ เช่น รสซอส รสสาหร่าย เป็นต้น ตัวอย่างสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ คอนเน่ สแน็คแจ๊ค ตะวัน แจ็กซ์ และปาปริก้า
2. มันฝรั่ง (Potato Chip) เป็นขนมมันฝรั่งสไลด์ทอดปรุงรสรสชาติต่างๆ เช่น รสมันฝรั่งแท้ รสบาร์บีคิว เป็นต้น ตัวอย่างสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ เลย์ เทสโต มันฝรั่งพริงเกิล
3. สาหร่ายปรุงรส (Seasoned Seaweed) เป็นขนมที่ทำมาจากสาหร่ายโดยผ่านกระบวนการทอด ย่าง อบ พร้อมปรุงรสเป็นรสชาติต่างๆ ตัวอย่างสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ ถั่วแ่งน้อย มาชิตะ ซิลิ
4. ถั่ว (Nut) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากถั่วประเภทต่างๆ เช่น ถั่วลิสง ถั่วลิ้นเต่า เม็ดมะม่วงหิมพานต์ อัลมอนต์ปรุงรสรสชาติต่างๆ ตัวอย่างสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ โกโก้ ทองการ์เด็น เจดีย์คู่ และกรีนัท
5. ปลาเส้น (Fish Snack) เป็นขนมที่ทำจากปลาที่ผ่านกระบวนการย่าง ปรุงรส เป็นรสชาติต่างๆ ตัวอย่างสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ ทาโร ฟิชโซ เบนโตะ เทนจัง และทาโคริสบี้
6. ข้าวเกรียบกุ้ง (Prawn cracker) เป็นขนมที่ทำจากแป้งและปรุงรสชาตีกุ้ง ตัวอย่างสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ ฮานามิ คาลบี้ และมโนราห์
7. ปลาหมึก (Cuttle Fish) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปลาหมึกปรุงรสต่างๆ ตัวอย่างสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ เบนโตะ เต้าทอง และถั่วแ่งน้อยทินเท็น
8. ข้าวอบกรอบ (Rice Cracker) เป็นขนมที่ทำจากข้าวหอมมะลิอบกรอบปรุงรส ตัวอย่างสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ โตโซะ และชินมัย
9. ข้าวโพดอบกรอบ (Popcorn) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดคั่ว ปรุงรสรสชาติต่างๆ เช่น รสเนย รสกาแฟ รสคาราเมล ตัวอย่างสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ โตโร ป๊อปคอร์นนิวยอร์ก ปาร์ดี

ภาพรวมตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่าย

ในขณะที่ตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายมีมูลค่ารวมประมาณ 3,032 ล้านบาท มีส่วนแบ่งในตลาดขนมขบเคี้ยวร้อยละ 8.1 ขยายตัวเพิ่มจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 5.2 โดยถั่วแ่งน้อยครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดในตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่ายอยู่ที่ร้อยละ 69 และขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 10.0 ซึ่งขยายตัวสูงกว่าการขยายตัวของตลาดรวมสาหร่าย ในขณะที่คู่แข่งทางการตลาดตามมาเป็นอันดับสองมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 17 และขยายตัวติดลบจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 2.9

สาเหตุที่สินค้าถั่วแ่งน้อยครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทสาหร่าย และขยายตัวสูงกว่าตลาดสาหร่ายรวม เนื่องมาจากการพัฒนาสินค้ารสชาติใหม่ๆ อยู่เสมอ พร้อมทั้งการทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอ ควบวงจร และเข้าถึงผู้บริโภค โดยจะเห็นได้จากการออกสินค้าใหม่ และการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่ผ่านมา ได้รับความตอบรับอย่างดีจากกลุ่มผู้บริโภค ทำให้สาหร่ายถั่วแ่งน้อยได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

อีกส่วนหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้ตลาดสาหร่ายเติบโตมาจากกระแสความนิยมสินค้าเพื่อสุขภาพ โดยที่ผู้บริโภคที่ชื่นชอบขนมขบเคี้ยวเริ่มมองหาขนมขบเคี้ยวที่ให้ประโยชน์มากกว่าขนมขบเคี้ยวทั่วไป ซึ่งสาหร่ายเป็นหนึ่งในทางเลือกเพื่อสุขภาพนั้น

นอกจากนั้นแล้ว การกระจายสินค้าและการจัดรายการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอในทุกช่องทางทางการจัดจำหน่ายยังเป็นอีกส่วนหนึ่งในความสำเร็จดังกล่าว โดยบริษัทฯ สามารถกระจายสินค้าเข้าสู่ช่องทางจัดจำหน่ายหลักๆ ได้ทั่วประเทศ ไม่ว่าจะเป็น ร้านสะดวกซื้อ, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ไฮเปอร์มาร์เก็ต หรือแม้แต่ ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) และเมื่อสินค้าของ

บริษัทฯ กระจายอย่างทั่วถึงแล้ว ทางบริษัทฯ ยังทำกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาแยกตามช่องทางให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละช่องทาง ทำให้สินค้าของเจ้าแกน้อย ครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดอย่างยาวนานและต่อเนื่อง

2.5 ตลาดที่สำคัญ

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายปี 2561 รวมทั้งสิ้น 5,663 ล้านบาท เติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 7.6 โดยตลาดสำคัญที่เป็นเป้าหมายของบริษัท ได้แก่

ตลาดประเทศไทย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในประเทศปี 2561 จำนวน 2,220.8 ล้านบาท เติบโตจากปี 2560 ที่มีรายได้จากการขายในประเทศ 2,063.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.6 การจำหน่ายผ่านช่องทางหลัก คือ ร้านค้าปลีกทันสมัย (Modern Trade), ผู้แทนจำหน่าย (Distributor) และ ออนไลน์ (Online) คิดเป็นสัดส่วนการขายโดยประมาณร้อยละ 59, 39 และ 2 ตามลำดับ การเติบโตของตลาดในประเทศส่วนใหญ่มาจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD) การทำการตลาดอย่างต่อเนื่องและการขยายช่องทางจัดจำหน่าย โดยในปี 2561 การทำการตลาดในประเทศ ดังนี้

1. รักษาฐานตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มทอด



เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในกลุ่มทอด เป็นผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งของตลาดในประเทศ คิดเป็นประมาณร้อยละ 65 ของผลิตภัณฑ์ที่ขายในประเทศทั้งหมด บริษัทฯ จึงเน้นการรักษาฐานตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ไว้โดยการ เน้นย้ำถึงความอร่อย มีประโยชน์ และความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ประเภทสาหร่าย ภายใต้สโลแกน “สาหร่ายเจ้าแกน้อย อรรอยพิน ได้คุณค่าจากสาหร่ายทะเล” มีการนำ คุณ นิซคุน หรเวชกุล นักร้องไทยหนึ่งเดียวในวงเกาหลีสี่ชื่อดังระดับโลก นูฟิเอ็ม (2PM) มาเป็นพรีเซนเตอร์ เพื่อกระตุ้นตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มทอดทั้งกลุ่มในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2561 และออกผลิตภัณฑ์ประเภทสาหร่ายทอดรสชาติใหม่ รสวาซาบิ ภายใต้แนวคิด “สาหร่ายเจ้าแกน้อย รสวาซาบิ อรรอยเด็ด เผ็ดจี๊ดขึ้นหัว” เพื่อเป็นการสร้างการจดจำอย่างต่อเนื่องกับผู้บริโภค และสร้างความแปลกใหม่ เพื่อให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ในช่วงครึ่งหลังของปี 2561

2. เพิ่มการเจริญเติบโตในกลุ่มผลิตภัณฑ์อบและย่าง



เนื่องจากกระแสการออกกำลังกาย และกระแสผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพกำลังมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทางบริษัทจึงมีแผนที่จะกระตุ้นให้ตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทอบ และ ผลิตภัณฑ์ประเภทย่าง มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในปี 2561 เพื่อสร้างการเจริญเติบโตในผลิตภัณฑ์กลุ่มอื่นๆ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ประเภททอด โดยการ ออกผลิตภัณฑ์สำหรับอบขนาดพกพา ขนาด 1.65 กรัม สู่ตลาด โดยทางบริษัทเล็งเห็นว่า พฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายต้องการผลิตภัณฑ์ที่พกพาสะดวก มีปริมาณพอดีเมื่อมีความรู้สึกหิวเล็กน้อย และ ผู้บริโภครับรู้ได้ว่าผลิตภัณฑ์ประเภทอบจะดีกับสุขภาพแน่นอน ทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเต็มเต็มความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างลงตัว และสร้างยอดขายให้กับบริษัทได้ นอกจากนั้นแล้ว บริษัทยังมีการจัดกิจกรรมไปยังกลุ่มนักเรียนตามโรงเรียนและนักศึกษาตามมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มย่าง เนื่องจากผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ ได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และ วัยรุ่น เนื่องจาก ความอร่อยกรอบลงตัวของตัวผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายของรสชาติ ความสะดวกในการบริโภค และ หาซื้อได้ง่าย จึงทำให้ผลิตภัณฑ์กลุ่มย่าง ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญจากการจัดกิจกรรม และเข้าถึงอย่างต่อเนื่องดังกล่าว

3. กระตุ้นตลาดสำหรับทอดเทมปุระ



ตลาดสำหรับทอดเทมปุระ เป็นตลาดที่ซบเซามาระยะหนึ่ง แต่ทางบริษัทยังคงเล็งเห็นศักยภาพและโอกาสในการสร้างตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้เสมอมา ในปี 2561 บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ สำหรับทอดเทมปุระ รสไข่เค็ม ออกมา ซึ่งเป็นสำหรับทอดเทมปุระ รายแรกที่ทำรสไข่เค็ม และเป็นรายแรกที่ออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทไข่เค็มในเมืองไทย โดยผลิตภัณฑ์จะใช้ไข่เค็มจริงมาใช้ในการกระบวนการผลิต ไม่ได้ใช้ผงปรุงรส ซึ่งเป็นสูตรเดียวกับ ผลิตภัณฑ์ประเภทไข่เค็มที่กำลังได้รับความนิยมในประเทศสิงคโปร์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของเจ้าแค้นน้อย มีความแปลกใหม่ อร่อย และไม่เหมือนใคร ในราคาที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าผลิตภัณฑ์ประเภทไข่เค็มจากสิงคโปร์ นอกจากนั้นแล้ว ยังได้คุณ เอ้ พรทิพย์ สะกิดใจ และ คุณเป้ย ปานวาด เหมมณี มาเป็นพรีเซนเตอร์ ภายใต้แนวคิด “สำหรับทอดเทมปุระ เจ้าแค้นน้อย ความอร่อย ระดับพรีเมียม” เพื่อสร้างการจดจำผลิตภัณฑ์ในระยะยาว รวมไปถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเทมปุระ มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างสูงในปี 2561

4. สร้างตลาดใหม่สำหรับสินค้าประเภทอื่นที่นอกเหนือจากสำหรับทอด



นอกจากตลาดสาหร่ายแล้ว บริษัทฯ ยังคงสนใจขยายตลาดไปยังตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทอื่นๆ โดยในปี 2561 บริษัทฯ ได้เริ่มขยายผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดสินค้าประเภทปลาหมึกปรุงรส โดยเริ่มวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลาหมึกแผ่นปรุงรส ตรา ทินเท็น (Tinten) ออกสู่ตลาด และเพื่อเป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้กับตลาดบวกกับความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์รสไข่เค็ม บริษัทฯ จึงได้ออกผลิตภัณฑ์ ทินเท็น ปลาหมึกแผ่นปรุงรสไข่เค็ม ออกสู่ตลาด ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ปลาหมึกแผ่นปรุงรสไข่เค็ม เจ้าแรกในตลาดที่ออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าว และเพื่อเป็นการจับกระแสให้เข้ากับพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายหลักของ ทินเท็น ทาง บริษัทฯ จึงนำ กลุ่มนักเรียนขวัญใจวัยรุ่นในยุคปัจจุบัน อย่าง บีเอ็นเค 48 (BNK 48) มาเป็นพรีเซนเตอร์ ภายใต้แนวคิด “ทินเท็น หมึกเต็มแผ่น ไข่เค็มเต็มคำ” เพื่อตอกย้ำความอร่อยของ ทินเท็น ที่มาจากปลาหมึกเน้นๆ และ ไข่เค็ม เนื้อๆ ทำให้ได้รสชาติที่อร่อยและไม่เหมือนใคร

ตลาดประเทศจีน

ประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่อันดับ 1 ของบริษัทฯ ด้วยมูลค่าคิดเป็นกว่าร้อยละ 40 ของยอดขายภาพรวม ประเทศจีนมีกำลังซื้อสูง และมีเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองของโลก อันเนื่องมาจากประเทศจีนมีภูมิประเทศที่กว้างใหญ่และมีประชากรมากที่สุดในโลก รวมทั้งรายได้ต่อหัวของประชากรจีนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี

ในปี 2561 ทางบริษัทฯ มีการส่งออกไปจีน 2,195.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5 จากปี 2560 โดยได้ทำการขายผ่าน ตัวแทนจัดจำหน่าย (Oversea Distributor) ในประเทศจีนเพื่อทำการกระจายสินค้าเข้าไปในช่องทางต่าง ๆ เช่น ร้านค้าปลีกทันสมัย (Modern Trade) ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และช่องทางออนไลน์

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของตลาดจีน และเพื่อให้สามารถเข้าใจและเข้าถึงรายละเอียดในการทำการตลาด จึงตัดสินใจเข้าไปตั้งสำนักงานตัวแทนในนครเซี่ยงไฮ้ในไตรมาสที่ 3 ของปี พ.ศ. 2561 เพื่ออำนวยความสะดวกและประสานงานกับคู่ค้าตัวแทนจำหน่าย และ สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคจีน



รูปสำนักงานตัวแทนที่เซี่ยงไฮ้ (Representative Office)

ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนการขายและเพิ่มปริมาณการขายให้กว้างขวาง ทางบริษัทฯ ได้มีการทำประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น (Digital Marketing) เช่น เหว่ยป๋อ (Weibo), วีแชท (Wechat), โดวอิน (Douyin) ฯ ซึ่งแอปพลิเคชันเหล่านี้เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับการยอมรับและใช้กันอย่างแพร่หลายในประเทศจีน อีกทั้งทางบริษัทมีแผนการเปิดร้านค้าเรือธง (Flagship Store) ในช่องทางจำหน่ายออนไลน์หลักของจีน เช่น Tmall และ JD เพื่อให้ผู้บริโภคจีนได้รับข้อมูลสินค้า ราคา มาตรฐานของสินค้าได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน



ปัจจุบันบริษัทฯ มีตัวแทนจำหน่ายในเมืองหลักของจีน ไม่ว่าจะเป็นกวางโจว , เซี่ยงไฮ้ และปักกิ่ง เพื่อกระจายสินค้าไปยังเมืองใกล้เคียงและเมืองหลักในภูมิภาคต่างๆ

ตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นอีกประเทศที่มีตลาดสินค้ากลุ่มขนมขบเคี้ยวใหญ่เป็นอันดับต้นๆ ของโลก และมีกำลังซื้อไม่น้อยไปกว่าประเทศจีน โดยบริษัทฯ คาดหวังที่จะเพิ่มสัดส่วนการขายไปยังประเทศอเมริกามากขึ้น โดยในปี 2561 บริษัทมียอดขายไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาประมาณ 90 ล้านบาท และบริษัทฯ มีแผนในการขยายงานในประเทศอเมริกาเพิ่มมากขึ้นในปีหน้า

ปัจจุบันบริษัทฯ มีโรงงาน 1 แห่งในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ โดยถือหุ้นร้อยละ 90.91 เพื่อใช้เป็นฐานในการขยายตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา และเนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติมาก เพื่อให้เป็นการจดจำแบรนด์ของบริษัทฯ จึงได้จัดทำแบรนด์สินค้าออกเป็น 2 แบรนด์เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มต่างๆ ได้มากยิ่งขึ้น คือสินค้าสำหรับวัยรุ่นแบรนด์ “เก๋าก้น้อย” เพื่อเจาะกลุ่มตลาดคนอเมริกัน-เอเชีย และแบรนด์สินค้าสำหรับ “NORA” เพื่อเจาะกลุ่มตลาดคนอเมริกัน-อเมริกัน ทั้งนี้รูปแบบการประกอบธุรกิจในสหรัฐอเมริกา บริษัทฯ ได้วางไว้ 3 รูปแบบคือ

- 1 สายการผลิตรับจ้างผลิตสินค้าประเภทสาหร่ายอบ (OEM)
- 2 การกระจายสินค้าเก๋าก้น้อยจากโรงงานประเทศไทย
- 3 การแนะนำสินค้าแบรนด์ Nora อย่างต่อเนื่อง



ตลาดต่างประเทศอื่นๆ

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญ และมีแผนขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศอื่นๆ โดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้ส่งออก ไปกว่า 40 ประเทศทั่วโลก อาทิเช่น ประเทศอินโดนีเซีย, มาเลเซีย, ฮ่องกง และกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา, ลาว, เมียนมาร์ และเวียดนาม) โดยมีการส่งเสริมการตลาดโดยการจัดกิจกรรมทางการตลาดทั้ง Online และ Offline เพื่อสร้างการรับรู้ในกลุ่ม ประเทศเป้าหมาย ซึ่งในปี 2561 บริษัทฯ ใช้เครื่องมือ SB5 เป็นตัวแทนในการจัดกิจกรรมในประเทศต่างๆ

2.6 โรงงานและการใช้กำลังการผลิต

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีโรงงานที่ใช้ในการดำเนินการผลิตจำนวน 2 แห่ง คือ

โรงงานพวงส์ (NPW) ตั้งอยู่ที่ 12/1 หมู่ 4 ต.หน้าไม้ อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี 12140

โรงงานโรจนะ (RJN) ตั้งอยู่ที่ 55/5 หมู่ 5 ต.สามบัณฑิต อ.อุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา 13210

โดยรวมในปี 2561 มีกำลังการผลิตเต็มที่อยู่ที่ 8,144 ตัน ซึ่งอัตราการใช้กำลังการผลิตในอยู่ที่ร้อยละ 75

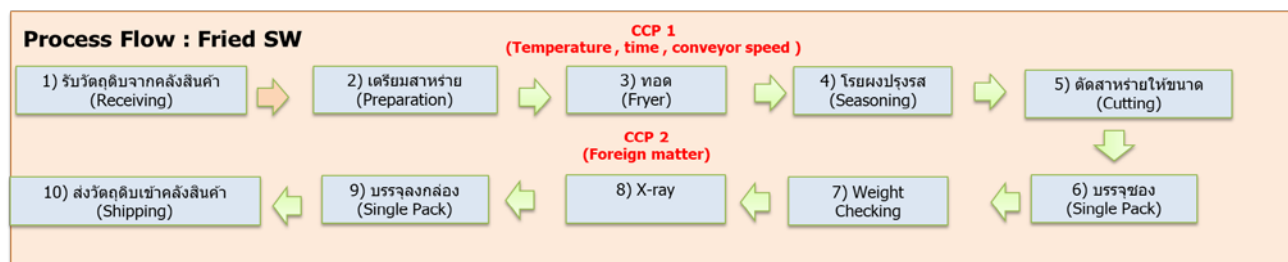
สรุปกำลังการผลิตปี 2559 ถึง ปี 2561 บริษัทฯ มีกำลังการผลิต (ตัน/ปี) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

	Maximum Capacity			Utilization			%Utilization		
	2559	2560	2561	2559	2560	2561	2559	2560	2561
สำหรับทอด	3,574	4,176	3,882	3,332	3,307	3,140	93%	79%	81%
สำหรับย่าง	1,818	2,620	3,841	1,787	2,387	2,551	98%	91%	66%
สำหรับเพิ่มปุระ	318	317	305	186	205	318	58%	65%	104%
สำหรับอบ	-	115	116	-	61	134	-	53%	116%
รวม	5,710	7,228	8,144	5,305	5,960	6,143	93%	82%	75%

หมายเหตุ : ในปี 2561 สายการผลิตสำหรับเพิ่มปุระ และสำหรับอบ มีอัตราการใช้กำลังการผลิต เกินกำลังการผลิตสูงสุด เนื่องจากมีความต้องการสินค้าประเภทดังกล่าวสูงในช่วงปลายปี (ผลิตภัณฑ์สำหรับเพิ่มปุระใช้เค็ม และสำหรับอบแล้วแต่ น้อย) ทำให้บริษัทฯ ต้องมีการเพิ่มกำลังการผลิตจากแผนกำลังการผลิตปกติ

2.7 กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตสำหรับทอดกรอบ



การผลิตสาหร่ายทอดจะเริ่มจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งวัตถุดิบต่างๆ ในกระบวนการผลิต เช่น สาหร่าย ผงปรุงรส และบรรจุภัณฑ์ มายังอาคารคลังสินค้าของบริษัท เพื่อการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจวัตถุดิบที่ได้รับว่ามีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ของทางบริษัท หรือไม่ จากนั้นวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกจัดเก็บเข้าคลังสินค้า ซึ่งฝ่ายวางแผนจะเป็นผู้ขอเบิกใช้วัตถุดิบแต่ละประเภทจากฝ่ายคลังสินค้า เพื่อจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน โดยจะมีฝ่ายผลิตและฝ่ายตรวจสอบคุณภาพดำเนินการสุ่มตรวจคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบอีกครั้งหนึ่งก่อนนำวัตถุดิบดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการผลิต เมื่อวัตถุดิบถูกส่งเข้ากระบวนการผลิตแล้ว ผู้ที่รับผิดชอบจะนำสาหร่ายมาดำเนินการปรับสภาพเพื่อให้เป็นไปตามคุณสมบัติที่กำหนดก่อน จากนั้นจึงนำสาหร่ายวัตถุดิบมาทอดในน้ำมัน แล้วโรยด้วยผงปรุงรสตามแต่ละรสชาติที่ต้องการผลิต ขั้นตอนต่อไปจะนำสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงรสแล้วเข้าสู่เครื่องตัด เพื่อบรรจุใส่ซอง โดยควบคุมน้ำหนักให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด แล้วจึงเติมก๊าซไนโตรเจนลงไปในถุงและปิดปากถุงด้วยเครื่องจักร จากนั้นจะนำสินค้าที่บรรจุเสร็จเรียบร้อยแล้วทุกชิ้นมาผ่านเข้าเครื่องเอ็กซ์เรย์ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของโลหะในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐาน HACCP สินค้าที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกนำไปบรรจุในถุงโพลีแล้วจึงนำไปบรรจุรวมใส่กล่องและทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบนแท่นรองรับบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดส่งไปยังคลังสินค้าเสร็จรูป โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้าจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้าอีกครั้ง รวมถึงตรวจสอบสภาพของตู้คอนเทนเนอร์และรถขนส่ง ว่าอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งานหรือไม่ จากนั้นฝ่ายคลังสินค้าจะลำเลียงสินค้าเข้าไปยังตู้คอนเทนเนอร์รับรถขนส่ง เพื่อจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าต่อไป

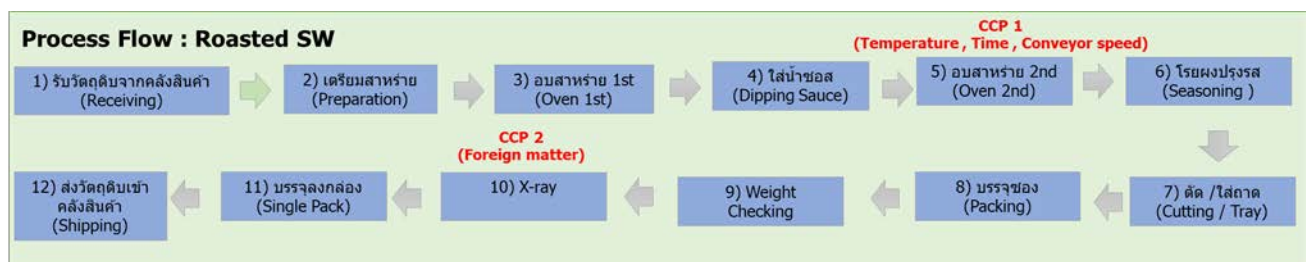
กระบวนการผลิตสาหร่ายย่าง



ลำดับ	ขั้นตอนการผลิต	รายละเอียดการผลิต
1	รับวัตถุดิบเข้าสู่ระบบ	รับวัตถุดิบผลิตเข้าที่อาคารคลังสินค้าทางคลังสินค้าทำการจัดเก็บในพื้นที่รอการตรวจสอบ
2	ตรวจสอบคุณภาพ	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบปัจจัยการผลิตที่รับเข้าตามแผนการสุ่มตัวอย่างและตรวจสอบตามข้อกำหนดการรับเข้าปัจจัยการผลิต (Raw material specification)
3	จัดเก็บ	คลังสินค้าจะทำการจัดเก็บวัตถุดิบในชั้นที่กำหนดของแต่ละพื้นที่
4	เบิกวัตถุดิบเข้าโรงงาน	ฝ่ายวางแผนจะทำการเบิกวัตถุดิบ และฝ่ายคลังสินค้าจะจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงานโดยจะมีฝ่ายผลิต และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจคุณภาพและจำนวนก่อนรับเข้าโรงงาน
5	เตรียมสาหร่ายดิบโรยผงปรุงด้วยเครื่อง	นำสาหร่ายมาโรยผงปรุงด้วยเครื่องโรย
6	ย่างสาหร่าย	นำสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงมาย่างในเตาย่าง
7	ตัดแผ่นสาหร่ายก่อนบรรจุ	นำแผ่นสาหร่ายที่ผ่านการโรยผงปรุงเข้าเครื่องตัดเพื่อบรรจุใส่ซองโดยควบคุมน้ำหนักผลิตภัณฑ์

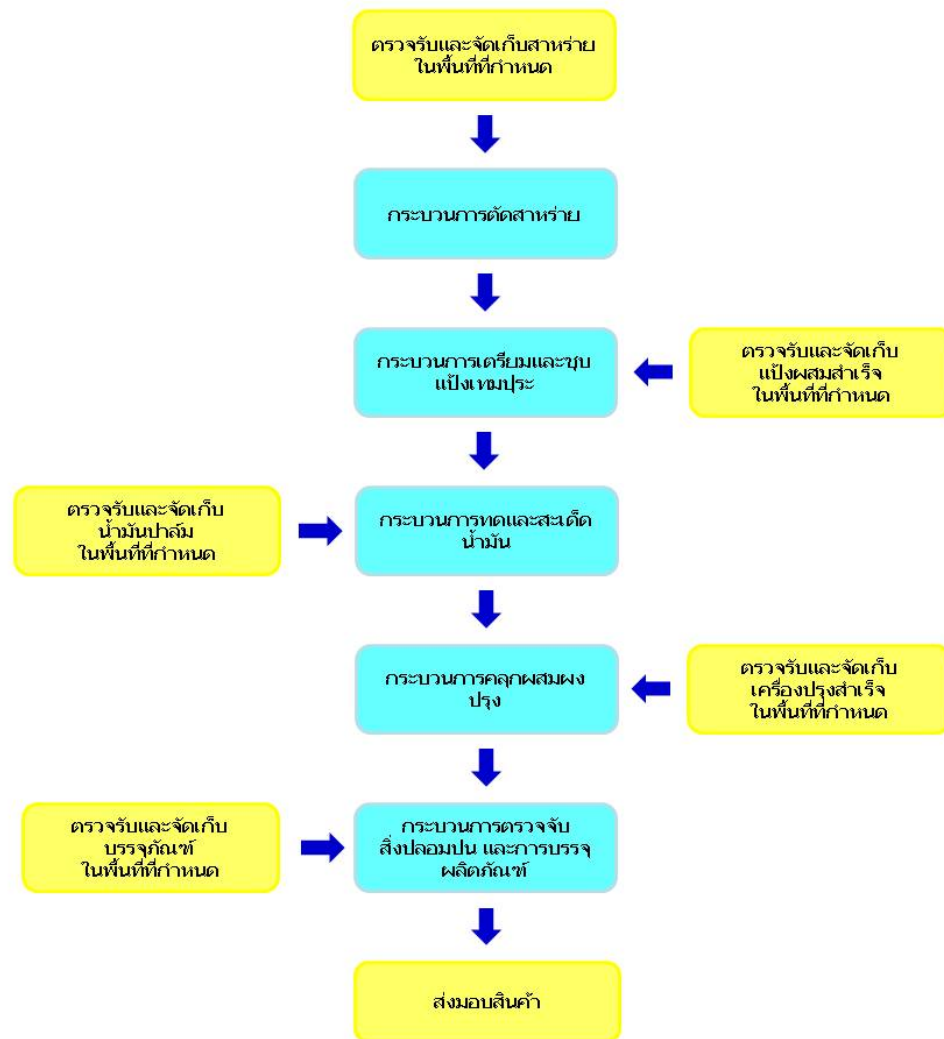
8	บรรจุใส่ช่อง	บรรจุสำหรับใส่ช่องตามน้ำหนักตามที่กำหนด
10	ซีลช่องพร้อมเติม Nitrogen gas	ปิดปากถุงด้วยเครื่องซีลพร้อมกับเติม Nitrogen gas โดยควบคุมปริมาณการเติมตาม Products specification (ผลิตภัณฑ์บางกลุ่มไม่เติม Nitrogen gas)
11	Metal detect by X-ray	ผ่านช่องสินค้าทั้งหมดเข้าเครื่อง X-Ray เพื่อตรวจหาการปนเปื้อนของโลหะ
12	บรรจุถุงโหล	ช่องที่ผ่านเครื่อง X-Ray จะนำมาบรรจุถุงโหล
13	บรรจุใส่กล่อง	นำถุงโหลที่ซีลเรียบร้อยแล้วทำการบรรจุกล่อง และทำการปิดกล่อง และจัดวางบน pallet
14	เก็บในคลังสินค้าสำเร็จรูป	ส่งสินค้ามาที่พื้นที่คลังสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรับเข้าระบบและจัดวางเพื่อรอการเบิกเพื่อจัดส่งต่อไป
15	ตรวจสอบคุณภาพ FG ก่อน Loading	ฝ่าย QA จะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้า ก่อนการ Load และมีการตรวจสอบสภาพตู้ Container ก่อนว่ามีสภาพพร้อมใช้งานหรือไม่
16	ขนส่ง	เมื่อสินค้าสำเร็จรูปผ่านการตรวจสอบแล้วทางฝ่ายคลังสินค้าจะทำการจัดส่งสินค้าเข้าตู้ Container เพื่อส่งให้ลูกค้ากรณีถ้าเป็นผู้สำหรับส่งออกจะมีการ Lock seal ตู้ให้เรียบร้อยแล้วก่อนปล่อยออก

กระบวนการผลิตสาหร่ายอบ



การผลิตสาหร่ายอบจะเริ่มจากผู้จัดทำหน้าที่วัตถุดิบจัดส่งวัตถุดิบต่างๆ ในกระบวนการผลิต เช่น สาหร่าย ผงปรุงรส และบรรจุภัณฑ์ ทำยังอาคารคลังสินค้าของบริษัท เพื่อรอการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจวัตถุดิบที่ได้รับมาว่ามีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ของทางบริษัท หรือไม่ จากนั้นวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกจัดเก็บเข้าคลังสินค้า ซึ่งฝ่ายวางแผนเป็นผู้วางแผนผลิตและทางฝ่ายผลิตจะเป็นผู้ขอเบิกใช้วัตถุดิบแต่ละประเภทจากฝ่ายคลังสินค้าเพื่อจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน โดยจะมีฝ่ายผลิตและฝ่ายตรวจสอบคุณภาพดำเนินการสุ่มตรวจคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบอีกครั้งหนึ่งก่อนนำวัตถุดิบดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการผลิตเมื่อวัตถุดิบถูกส่งเข้ากระบวนการผลิตแล้ว เมื่อสาหร่ายถูกส่งเข้าสายการผลิตจะถูกปรุงรสครั้งที่ 1 และถูกส่งต่อเข้าสู่กระบวนการอบ เมื่อทำการอบได้ตามสูตรที่กำหนด สาหร่ายที่อบแล้ว จะถูกดำเนินการปรุงรสครั้งที่ 2 ขั้นตอนต่อไปสาหร่ายที่ปรุงรสแล้วจะนำเข้าเครื่องตัดเพื่อบรรจุซอง โดยควบคุมน้ำหนักให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และปิดปากถุงด้วยเครื่องจักร จากนั้นจะนำสินค้าที่บรรจุเสร็จเรียบร้อยแล้วทุกชิ้นมาผ่านเข้าเครื่องเอ็กซเรย์ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของโลหะในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐาน HACCP สินค้าที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกนำไปบรรจุในถุงโหลแล้วจึงนำไปบรรจุรวมใส่กล่องและทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบนแท่นรองรับบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดส่งไปยังคลังสินค้าสำเร็จรูป โดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้าจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้าอีกครั้ง รวมถึงตรวจสอบสภาพของตู้คอนเทนเนอร์และรถขนส่งว่าอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งานหรือไม่ จากนั้นฝ่ายคลังสินค้าจะลำเลียงสินค้าเข้าไปยังตู้คอนเทนเนอร์บนรถขนส่งเพื่อจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าต่อไป

กระบวนการผลิตสาหร่ายทะเล



ลำดับ	ขั้นตอนการผลิต	รายละเอียดการผลิต
1	รับวัตถุดิบเข้าสู่ระบบ	ผู้จำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งปัจจัยการผลิตเข้าที่อาคารคลังสินค้าทางคลังสินค้าทำการจัดเก็บในพื้นที่รอการตรวจสอบ
2	ตรวจสอบคุณภาพ	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบปัจจัยการผลิตที่รับเข้าตามแผนการสุ่มตัวอย่างและตรวจสอบตามข้อกำหนดการรับเข้าปัจจัยการผลิต (Raw material specification)
3	จัดเก็บ	คลังสินค้าจะทำการจัดเก็บวัตถุดิบในชั้นที่กำหนดของแต่ละพื้นที่
4	เบิกวัตถุดิบเข้าโรงงาน	ฝ่ายวางแผนจะทำการเบิกวัตถุดิบและฝ่ายคลังสินค้าจะจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงานโดยจะมีฝ่ายผลิต (Production) และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบคุณภาพและจำนวนก่อนรับเข้าโรงงาน
5	ตัดสาหร่ายดิบก่อนทอด	นำแผ่นสาหร่ายผ่านเครื่องตัดโดยการตัดแผ่นขึ้นตามมาตรฐานกำหนด
6	เตรียมแป้ง	ปั้นแป้งและตรวจสอบโดยฝ่ายควบคุมคุณภาพ

ลำดับ	ขั้นตอนการผลิต	รายละเอียดการผลิต
8	ทอดสาหร่าย	พนักงานนำแผ่นสาหร่ายชุบด้วยแป้งแล้วนำสาหร่ายที่ชุบแป้งแล้วมาทำการทอดในน้ำมัน
9	สะเด็ดน้ำมันและคัดเลือกแผ่น	นำเทมปุระที่ทอดแล้วมาสะเด็ดน้ำมันและตรวจสอบคุณภาพ
10	คลุกผงปรุง	นำแผ่นสาหร่ายที่ผ่านการทอดแล้วเทลงในถังผสมและเทผงปรุงลงไปเพื่อคลุกด้วยผงปรุง
11	บรรจุใส่ช่อง	บรรจุสาหร่ายใส่ช่องตามน้ำหนักที่กำหนด
12	ซีลช่องพร้อมเติม Nitrogen gas	ปิดปากถุงด้วยเครื่องซีลพร้อมกับเติม Nitrogen gas โดยควบคุมปริมาณการเติมตาม Products specification
13	Metal detect by X-ray	ผ่านช่องสินค้าเข้าเครื่อง X-Ray เพื่อตรวจหาการปนเปื้อนของโลหะ โดยสินค้าทุกช่องต้องผ่านเครื่อง X-Ray ทั้งหมด
14	บรรจุถุงโหล	ช่องที่ผ่านเครื่อง X-Ray จะนำมาบรรจุถุงโหลโดยควบคุมจำนวนและวิธีการบรรจุตาม Products specification
15	บรรจุใส่กล่อง	นำถุงโหลที่ซีลเรียบร้อยแล้วทำการบรรจุใส่กล่อง และทำการปิดกล่องด้วยเทปและจัดวางบน pallet
16	เก็บในคลังสินค้าสำเร็จรูป	ส่งสินค้าที่จัดวางและตรวจสอบส่งมาที่พื้นที่คลังสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรับเข้าระบบและจัดวางเพื่อรอการเบิกเพื่อจัดส่ง
17	ตรวจสอบคุณภาพ FG ก่อน Loading	ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจสอบสภาพสินค้า ก่อนการ Load และมีการตรวจสอบสภาพตู้คอนเทนเนอร์ก่อนว่ามีสภาพพร้อมใช้งานหรือไม่
18	ขนส่ง	เมื่อสินค้าสำเร็จรูปผ่านการตรวจสอบแล้ว ทางฝ่ายคลังสินค้าจะทำการจัดส่งสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์เพื่อส่งให้ลูกค้ากรณีถ้าเป็นตู้สำหรับส่งออกจะมีการ Lock seal ตู้ให้เรียบร้อยก่อนปล่อยออก

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

2.8 การจัดหาวัตถุดิบ

1. สาหร่าย

สาหร่ายเป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิตของบริษัท โดยบริษัท จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจากต่างประเทศ เสนอราคาเข้ามาประมาณ 2-3 ราย จากนั้นบริษัท จะเข้าทำสัญญาสั่งซื้อสาหร่ายจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายปี ซึ่งเงื่อนไขในสัญญาจะกำหนดระดับคุณภาพของสาหร่าย ราคา และปริมาณรวมทั้งปีที่บริษัท จะสั่งซื้อ ทั้งนี้ บริษัท จะเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ที่ระบุปริมาณที่จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจัดส่งให้ในแต่ละครั้ง ก่อนที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะจัดส่งสาหร่ายให้แก่บริษัทฯ ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะนำตัวอย่างสาหร่ายส่งมาให้บริษัทฯ ตรวจสอบคุณภาพก่อนว่าเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนดไว้หรือไม่ หากตัวอย่างสาหร่ายที่ส่งมานั้นมีคุณสมบัติครบถ้วน บริษัทฯ จะให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจัดส่งสาหร่ายครั้ง

นั้นๆ มาให้แก่บริษัทฯ ซึ่งผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะให้ Credit Term แก่บริษัทฯ ประมาณ 45-60 วัน โดยปัจจุบันบริษัทฯ สั่งซื้อสาร่ายจากผู้ผลิตและจำหน่ายในประเทศเกาหลีเป็นหลัก

2. น้ำมันปาล์ม

การจัดหาทางผู้ขายดำเนินการส่งตัวอย่างมาให้ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ (Quality Assurance : QA) ทำการตรวจสอบคุณภาพ เมื่อผลตรวจผ่าน จะให้ทำการเสนอราคาเปรียบเทียบราคา 2-3 รายขึ้นไป เมื่อคัดเลือกผู้ขายได้แล้วจะทำสัญญา ระบุราคาและจำนวนส่งมอบ โดยจะทำสัญญาจองการซื้อล่วงหน้าเป็นช่วงๆ ตามสถานการณ์ตลาด และจะมีการเปิดใบสั่งซื้อ (PO) ไปยังผู้ขาย ซึ่งในปัจจุบันทางบริษัทฯ มีการซื้อขายน้ำมันปาล์มกับผู้ขายรายใหญ่ 3 ราย เนื่องจากมีการเสนอราคาที่เหมาะสมและน้ำมันปาล์มที่ผ่านมีคุณภาพ โดยผู้ขายรายดังกล่าวให้ Credit Term แก่บริษัทฯ ประมาณ 30 วัน ด้านราคาน้ำมันปาล์มมีการปรับขึ้นลงตลอดระหว่างปีตามกลไกราคาตลาด ทางบริษัทฯ จึงมีการป้องกันความเสี่ยงจากการปรับราคา โดยใช้วิธีการทำสัญญาจองซื้อน้ำมันปาล์มในราคาที่เหมาะสม และอยู่ในเกณฑ์ที่ต้นทุนสินค้ารับได้ โดยสัญญาอาจมีอายุ 3-6 เดือน แล้วแต่สถานะการปรับราคาในขณะนั้น

3. ผงปรุงรส

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

4. บรรจุภัณฑ์

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

5. วัตถุดิบหลักอื่น

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

6. การขนส่งสินค้า

ในส่วนของการขนส่งสำเร็จรูป บริษัทฯ ได้ใช้บริการจากผู้ให้บริการขนส่งภายนอก (Outsource) เนื่องจากบริษัทฯ ต้องการให้การขนส่งสินค้าไปยังลูกค้ามีความถูกต้องครบถ้วน โดยมีหลักเกณฑ์การจัดหาและจัดจ้างบริษัทขนส่งภายนอกดังนี้

ขั้นตอนการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่ง บริษัทฯ ทำการเปิดให้มีการประมูลเป็นประจำทุกปี โดยใช้หลักเกณฑ์ คือ ต้นทุนค่าขนส่ง จำนวนรถใน Fleet ประสิทธิภาพที่ให้บริการ ความครอบคลุมเส้นทางการให้บริการ การประกันสินค้า รวมถึงการบริการและ Service mind ทั้งนี้ทางบริษัทฯ จะคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งที่ผ่านเกณฑ์จำนวน 3-4 ราย เพื่อบริหารความเสี่ยงในเรื่องการขนส่งสินค้า

สัญญาว่าจ้างขนส่ง ประกอบด้วย เอกสารสัญญา 2 ชุด (ต้นฉบับและคู่ฉบับ) และเอกสารแนบท้ายสัญญา (ใบราคาค่าเที่ยว) (ต้นฉบับและคู่ฉบับ)ทางบริษัทฯ จะเป็นผู้ดำเนินการออกสัญญาและส่งให้ทางบริษัทขนส่งลงนามในสัญญา พร้อมกับ

เอกสารแนบท้ายสัญญาเป็นฝ่ายแรก และส่งกลับบริษัทฯ เพื่อให้ผู้มีอำนาจลงนามเป็นลำดับต่อไป หลังจากสัญญาและเอกสารแนบท้ายลงนามครบถ้วนทั้ง 2 ฝ่าย ทางบริษัทขนส่งจะสามารถเริ่มให้บริการได้ อีกทั้งบริษัทฯ มีขั้นตอนในการจัดการเรื่องขนส่งสินค้า โดยคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยง และความถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้การขนส่งสินค้าสำเร็จรูปไปยังผู้บริโภคมีความถูกต้อง ครบถ้วน และตรงตามกำหนด

2.9 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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

1. การบำบัดน้ำเสีย

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในส่วนดังกล่าวเนื่องจากทางบริษัทฯ ตระหนักว่าโรงงานตั้งอยู่ในพื้นที่เกษตรกรรมซึ่งน้ำเสียมีผลการทบโดยตรงต่อชุมชน ทางบริษัทฯ จึงจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสีย อยู่ภายใต้เกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด และจัดทำระบบหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อไม่ให้เกิดการทิ้งน้ำออกจากโรงงาน

2. การกำจัดกลิ่น

เนื่องจากทางบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตอาหารจึงอาจมีกลิ่นรบกวนชุมชนโดยรอบได้ ทางบริษัทฯ จึงได้มีการติดตั้งระบบกำจัดกลิ่นระบบแบบเปียก เพื่อลดผลกระทบดังกล่าวกับชุมชนโดยรอบและชุมชนใกล้เคียง และจัดให้มีการทำชุมชนสัมพันธ์เพื่อให้เสริมสร้างความสัมพันธ์ต่อกัน

3. การกำจัดขยะมูลฝอย

บริษัทฯ ได้มีระบบการจัดการคัดแยกขยะ และส่งให้แก่ผู้รับจ้างที่ได้รับอนุญาตดำเนินการกำจัดต่อไป

ทั้งนี้ในปี 2561 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ เกิดค่าปรับอันเนื่องจากการจ้างผู้รับเหมาในการกำจัดขยะจากโรงงาน แต่ได้ดำเนินการไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด จึงถูกเรียกค่าปรับมูลค่า 21 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการแก้ไขให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดเรียบร้อยแล้ว พร้อมทั้งทบทวนนโยบายบริหารความเสี่ยง เพื่อป้องกันความเสียหายในเรื่องอื่นๆ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจประกอบไปด้วย

ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจ

- การจัดการความเสี่ยงด้านการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่
- การจัดการความเสี่ยงด้านการจำหน่ายในประเทศจีน
- การจัดการความเสี่ยงการแข่งขันในอุตสาหกรรม
- การจัดการความเสี่ยงจากการดำเนินงานหยุดชะงักเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัย
- การจัดการความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่อสัญญาเช่าที่ดินที่สำนักงานพวงศ์

ความเสี่ยงจากการผลิต

- การจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของวัตถุดิบหลัก (สาหร่าย)
- การจัดการความเสี่ยงด้านการผลิต และคุณภาพสินค้า
- การจัดการความเสี่ยงด้านแรงงาน
- การจัดการความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้า

ความเสี่ยงด้านการเงิน และสิทธิของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

- การจัดการความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
- การจัดการความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิการลงทุนของผู้ถือหุ้น

ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจ

การจัดการความเสี่ยงด้านการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่

บริษัทฯ มีการขายสินค้าให้กับลูกค้ารายใหญ่ในประเทศจำนวน 2 ราย ซึ่งมียอดขายมากกว่า 10% ของยอดขายในประเทศ ได้แก่

1. ร้านสะดวกซื้อ 1 ราย
2. ผู้แทนจำหน่าย 1 ราย

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) มาโดยตลอดตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจ มีการส่งผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมอบรมในโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการเข้าร่วมในกิจกรรมและสนับสนุนเกื้อกูลกันมาอย่างยาวนาน และยังได้มีการเรียนเชิญผู้บริหารระดับสูงจากคู่ค้ามาให้ความรู้กับบริษัทฯ ในโครงการนำพาไปสู่ TQA (THAILAND QUALITY AWARD) อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีแผนในการกระจายความเสี่ยงโดยการเพิ่มสัดส่วนคู่ค้ารายอื่นๆ เช่น ในช่องทางไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยมีการจัดทำแผนงานการส่งเสริมธุรกิจร่วมกัน JBP (Joint Business Program)

การจัดการความเสี่ยงด้านการจำหน่ายในประเทศจีน

เนื่องจากปัจจุบันสัดส่วนการขายไปยังตลาดจีนของบริษัทฯ สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2561 มีสัดส่วนการขายประมาณร้อยละ 40 ของยอดขายทั้งหมด ซึ่งทำให้มีความเสี่ยงหากบริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในประเทศจีน บริษัทฯ จึงมีแนวทางในการจัดการความเสี่ยงดังกล่าวดังนี้

1. กำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของภาพรวมตลาดส่งออกโดยทุกรายการ ความเสี่ยงกำหนดให้มีมาตรการเชิงรุกเน้นบริหารจัดการเพื่อลดโอกาสเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยง ได้มีมาตรการเชิงรับหากเกิดความเสี่ยงเกิดขึ้นเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายขององค์กร มีการจัดทำแผนบริหารรองรับสถานการณ์ต่างๆ

2. มีการขยายช่องทางทางการค้าใหม่ๆ โดยบริษัทเป็นผู้ควบคุมและดูแลอย่างใกล้ชิด เช่น ช่องทางออนไลน์ ช่องทางขาย

3 มีการเพิ่มตัวแทนจำหน่ายให้สอดคล้องกับความชำนาญและเชี่ยวชาญในช่องทางขายต่างๆของตัวแทนแต่ละเจ้า เพื่อให้สามารถมุ่งเน้นและรองรับยอดที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องได้

4 บริหารจัดการในเรื่องของราคาให้มีความเหมาะสมในแต่ละช่องทาง

5 มีการทำการตลาดเพิ่มขึ้นทั้งส่วนออนไลน์ และออฟไลน์ โดยใช้ช่องทางโซเชียลมีเดีย ดิจิทัลมีเดียในการสื่อสาร โปรโมชั่นทางการตลาดและกิจกรรมต่างๆที่จะเล่นร่วมกับผู้บริโภคได้โดยตรง โดยการให้ความสำคัญกับความเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งของสินค้าในประเภทเดียวกันทางบริษัทมีความตั้งใจทุ่มเทที่จะทำให้ปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ในปี 2561 ได้รับการบริหารจัดการจนสามารถควบคุมได้และอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับ ไม่กระทบต่อผลประโยชน์ภาพรวม และส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรของเก่าแก่น้อย

การจัดการความเสี่ยงการแข่งขันในอุตสาหกรรม

บริษัทได้มีนโยบายบริหารและจัดการความเสี่ยงโดยแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1.) ความเสี่ยงเกี่ยวกับตัวสินค้า ได้แก่

กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสาหร่าย ทางบริษัทฯ เน้นพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์รสชาติและรูปแบบใหม่ๆ ออกมาอย่างสม่ำเสมอ โดยศึกษาจากงานวิจัยและการสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน และเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่สาหร่าย เนื่องจากบริษัทฯ ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้ทราบความเปลี่ยนแปลง และกระแสของตลาดอย่างสม่ำเสมอ และทางบริษัทฯ ยังมีการจัดตั้งฝ่ายพัฒนาธุรกิจ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดตลอดเวลา เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ในผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในช่องทางใหม่ๆ และขยายกลุ่มลูกค้าให้กับบริษัทฯ

2.) ความเสี่ยงจากการสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์สาหร่ายของบริษัทฯ ได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่มผู้บริโภคมาอย่างยาวนานทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทสาหร่ายแปรรูป ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันการสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด บริษัทฯ จึงดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความนิยมชมชอบในกลุ่มผู้บริโภค และสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่จากสินค้าที่มีอยู่ทั้งหมด เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าต่อไป

การจัดการความเสี่ยงจากการดำเนินงานหยุดชะงักเนื่องมาจากเหตุสุทธวิสัย

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

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ จึงได้วางแผนหนทางในการป้องกันและลดผลกระทบจากการดำเนินงานหยุดชะงักเนื่องมาจากเหตุสุทธวิสัย ด้วยการวิเคราะห์ความเสี่ยงในการผลิตทั้งกระบวนการและควบคุมดูแลด้านอาชีวอนามัยในบริเวณโรงงานให้เป็นไปอย่างเหมาะสม โดยมีการจัดตั้งตัวแทนฝ่ายบริหารระบบคุณภาพ (Quality Management Representative : QMR) เพื่อทำหน้าที่เป็นทีมที่ปรึกษาให้คำแนะนำและตรวจสอบตามกระบวนการบริหารคุณภาพ และควบคุมระบบคุณภาพให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งจัดให้มีการตรวจสอบอาคารโรงงานและระบบไฟฟ้าเป็นประจำทุกปี รวมถึงการทำ Big Cleaning เพื่อลดความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุสุทธวิสัยดังกล่าวขึ้น นอกจากนี้ ปัจจุบันบริษัทยังมีฐานการผลิต 2 แห่งทั้งโรงงานหลวงและโรจนะ เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต และกระจายความเสี่ยงจากโรงงานหลวง ประกอบกับทางสวนอุตสาหกรรมโรจนะ มีระบบป้องกันภัยธรรมชาติโดยเฉพาะน้ำท่วม ทำให้มั่นใจได้ว่าธุรกิจของบริษัทสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีกรมธรรม์ประกันภัยกับสถาบันประกันภัยที่มีฐานะการเงินที่มั่นคง และมีประสบการณ์ในการรับประกันภัยให้แก่องค์กรธุรกิจต่างๆ ทั้งนี้ประเภทของการประกันภัยหลักที่บริษัทฯ จัดทำไว้ประกอบไปด้วย การประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินแบบพิเศษ ซึ่งครอบคลุมถึงความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยเนื่องมาจาก การปล้นทรัพย์สิน ภัยธรรมชาติหรือเหตุสุทธวิสัยอื่นๆ และความรับผิดชอบตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอกอันเป็นผลมาจากอุบัติเหตุจากการประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งการประกันภัยคุ้มครองความรับผิดในการบริหารจัดการของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ จะได้รับค่าชดเชยหากเกิดเหตุดังกล่าวขึ้น

ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่อสัญญาเช่าที่ดินที่สำนักงานพวงศ

เนื่องจากโรงงานพวงศซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงงานของบริษัท ตั้งอยู่บนที่ดินเช่าหลายแปลง หากบริษัท ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าที่ดินดังกล่าวได้ไม่ว่าจะทุกแปลงหรือบางแปลง ก็อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของบริษัท หยุดชะงัก ซึ่งอาจทำให้บริษัท สูญเสียรายได้และชื่อเสียง

การบริหารความเสี่ยง บริษัท ได้เจรจาต่ออายุสัญญาเช่าสำหรับที่ดินส่วนใหญ่ที่เป็นที่ดินผืนหลักรวมถึงได้รับคำมั่นในการต่ออายุสัญญาอีกเป็นระยะเวลา 9 - 12 ปีนับจากปี 2563 นอกจากนี้บริษัท ได้สร้างโรงงานแห่งที่สองขึ้นที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ เรียบร้อยแล้วและสามารถขยายเพิ่มเติมเพื่อรองรับกำลังการผลิตในอนาคตได้ ซึ่งหากมีความจำเป็นที่จะต้องย้ายโรงงานไปยังโรงงานที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ บริษัท สามารถที่จะย้ายเครื่องจักรจากโรงงานพวงศไปยังโรงงานโรจนะ รวมทั้งบริษัท ยังมีที่ดินที่ลาดบัวหลวง ซึ่งหากมีความจำเป็นในการย้ายหรือขยายโรงงานเพิ่มเติม บริษัท ก็สามารถพัฒนาที่ดินแปลงดังกล่าวให้เป็นโรงงานอีกแห่งได้ จึงยังไม่มีความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ในระยะสั้นนี้

ทั้งนี้ หากสิ้นอายุสัญญาเช่าดังกล่าวแล้วกรรมสิทธิ์ในอาคารและส่วนต่อเติมอาคารจะตกเป็นของผู้ให้เช่า โดย บริษัท ไม่มีการต้องรับผิดชอบค่ารื้อถอนอาคาร

ความเสี่ยงจากการผลิต

การจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของวัตถุดิบหลัก (สำหรับ)

วัตถุดิบหลักในการผลิตของบริษัท คือ สำหรับ โดยมากกว่าร้อยละ 90 จัดซื้อจากประเทศเกาหลี ทั้งนี้สำหรับพันธุ์ที่เป็นวัตถุดิบหลักนั้นมีแหล่งผลิตหลักๆ มาจาก 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศเกาหลี, ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น โดยฤดูกาลเพาะปลูกสำหรับจะเริ่มในช่วงที่อากาศเย็นในช่วงเดือน พฤศจิกายน ถึง มีนาคม ของทุกปี

เนื่องจากสำหรับเป็นสินค้าเกษตรซึ่งสามารถเกิดความผันผวนของราคาได้ อันเนื่องมาจากปริมาณผลผลิตในแต่ละปีที่สูงอยู่กึ่งปัจจัยทางภูมิอากาศ และความสามารถในการผลิต บริษัท จึงได้มีการป้องกันความเสี่ยงโดยการคัดเลือกผู้ผลิตสำหรับที่มีความน่าเชื่อถือ มีเทคโนโลยีในการเพาะเป็นมาตรฐาน และจัดทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าในลักษณะปีต่อปี และทยอยส่งเข้าโรงงานเพื่อผลิต โดยในแต่ละรอบการส่งจะมีการตรวจสอบคุณภาพของสำหรับทุกครั้ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านการขาดช่วงของวัตถุดิบ บริษัท จึงมีการจัดเก็บวัตถุดิบสำหรับให้เพียงพอต่อการผลิตอย่างน้อย 60 วัน โดยปกติหากเก็บรักษาในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมวัตถุดิบสำหรับจะสามารถเก็บได้สูงสุดถึง 2 ปี

นอกจากนี้บริษัท ยังมีทีมงานในการติดตามความต้องการสำหรับในตลาดโลก รวมทั้งปริมาณผลผลิตสำหรับอย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนอีกด้วย

การจัดการความเสี่ยงด้านแรงงาน

เนื่องจากบริษัท เป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าขนมขบเคี้ยวประเภทสำหรับแปรรูป ซึ่งผลิตภัณฑ์บางประเภทยังมีความจำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีทักษะในการผลิต ทั้งนี้บริษัท ได้ป้องกันความเสี่ยงโดยการว่าจ้างบริษัทภายนอกให้เข้ามาทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการจัดหาแรงงานให้แก่บริษัท เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และลดภาระในการจัดหาแรงงานรายวัน เนื่องจากแรงงานประเภทดังกล่าวมีอัตราการหมุนเวียนเข้าออกงานค่อนข้างสูง อีกทั้งบริษัท ได้เข้าทำสัญญาว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญในการจัดระบบและบริหารงานด้านบุคลากรให้เข้ามาดูแลรับผิดชอบประเมินผลและจ่ายค่าตอบแทนให้แก่แรงงานแต่ละส่วนร่วมกับหัวหน้างานฝ่ายต่างๆ โดยตรง เพื่อให้การจัดการด้านทรัพยากรบุคคลเป็นไปอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัท ได้กำหนดอัตราค่าแรงให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ มีการให้สวัสดิการและผลตอบแทนที่สูงใจ เพื่อให้สามารถจัดหาแรงงานใหม่เข้ามาร่วมงานกับบริษัท และสามารถรักษาแรงงานที่มีฝีมือและประสบการณ์เอาไว้ได้ และยังมีกรมองหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต เช่น เครื่องจักรในการบรรจุ, อุปกรณ์ควบคุมอุณหภูมิเตาทอด หรือการปรับสภาพแวดล้อมในการทำงานในสายการผลิต

ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและสุขภาพ

บริษัทมีการนำระบบการจัดการความปลอดภัยและสุขภาพ ที่เป็นระบบมาตรฐานสากล เข้ามาใช้ในบริษัท ได้แก่ มาตรฐาน ISF22000 , มาตรฐานการจัดการชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHSAS 18001) รวมถึงขยายแนวทางการจัดการด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ไปยังคู่ค้าของบริษัทด้วย

การจัดการความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้า

ในการจัดการความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้า บริษัทฯ เนื่องจากสินค้าของบริษัทฯ เป็นสินค้ากลุ่มขนมขบเคี้ยว ที่มีอายุการจัดเก็บเฉลี่ยประมาณ 12 เดือน ทางบริษัทฯ จึงมีการควบคุมการผลิตและการจัดเก็บในปริมาณที่เหมาะสมตามความต้องการของตลาดในแต่ละช่วงเวลา โดยการดำเนินการผลิตทางฝ่ายวางแผนจะทำงานร่วมกับฝ่ายขายและการตลาดเพื่อกำหนดปริมาณการผลิตในแต่ละเดือน และมีการปรับการผลิตเป็นรายสัปดาห์ เพื่อให้สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า และมีสินค้าคงคลังเหลือในปริมาณที่เหมาะสม หากในกรณีที่สินค้าคงคลังที่มีแนวโน้มจะมีอายุสูงทาง ฝ่ายคลังสินค้าจะดำเนินการประสานงานทางฝ่ายขายและการตลาดเพื่อเร่งดำเนินการขายสินค้าดังกล่าว

การดำเนินการส่วนงานคลังสินค้า ดำเนินการจ่ายสินค้า แบบ FIFO ควบคุมโดยระบบ SAP เพื่อลดความเสี่ยง ปัญหาการหมดอายุและลดปัญหาการเสื่อมสภาพของสินค้า และ มีการตรวจสอบสินค้าคงคลัง เป็นประจำเพื่อความถูกต้องแม่นยำ

ความเสี่ยงด้านการเงิน และสิทธิของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

การจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ ต้องเผชิญความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เนื่องมาจากบริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบประเภทสสารหายากจากต่างประเทศและมีการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ ทั้งนี้ในสัญญาสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐและสัญญาส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศบางส่วนจะกำหนดไว้เป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ เช่นกัน

การบริหารความเสี่ยง เนื่องมาจากบริษัทฯ ได้มีการกำหนดราคาส่งออกสินค้าไปขายยังต่างประเทศบางส่วนเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ และสกุลเงินต่างประเทศอื่น ดังนั้น ในกรณีที่ค่าเงินบาทแข็งขึ้นย่อมส่งผลให้ส่วนหนึ่งของรายได้จากการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีจำนวนลดลง ขณะเดียวกันต้นทุนค่าสสารหายากที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทฯ ก็ลดลงไปด้วย และในทางกลับกัน กรณีที่ค่าเงินบาทอ่อนตัวจะทำให้รายได้จากการขายและต้นทุนค่าวัตถุดิบประเภทสสารหายากปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ การที่ต้นทุนค่าวัตถุดิบประเภทสสารหายาก และราคาจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถรักษากำไรส่วนกำไรขั้นต้นจากการดำเนินธุรกิจให้มีเสถียรภาพได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ใช้เครื่องมือทางการเงินในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวร่วมด้วย เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยได้เข้าทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับสถาบันการเงินภายในประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุสัญญาไม่เกิน 1 ปี โดยวิธีการดังกล่าวสามารถช่วยลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไปได้ในระดับหนึ่ง และส่งผลให้ความเสี่ยงดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ รวมถึงการติดต่อขอข้อมูลความเคลื่อนไหวของสกุลเงินต่างๆกับธนาคารอย่างต่อเนื่องและใกล้ชิด

ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2561 กลุ่มพีระเดชาพันธ์ถือหุ้นในบริษัทฯ จำนวน 845,706,370 ล้านหุ้น คิดเป็นร้อยละ 61.28 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวจะทำให้กลุ่มพีระเดชาพันธ์สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่กลุ่มนี้เสนอให้ที่ประชุมพิจารณา

การบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ ได้แต่งตั้งกรรมการอิสระรวมจำนวน 3 ท่าน จากคณะกรรมการรวมทั้งสิ้น 8 ท่าน โดยปัจจุบันทั้ง 3 ท่าน ได้เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบ ซึ่งคอยทำหน้าที่เข้าตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทฯ ดังนั้นจึงมีการถ่วงดุลอำนาจในการบริหารจัดการในระดับที่เหมาะสม เพื่อความโปร่งใสของการบริหารจัดการและเพื่อให้มีระบบที่สามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีสายงานตรวจสอบภายในที่ปฏิบัติงานเป็นอิสระตามความเหมาะสมและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่หลักในการดูแลระบบการควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายใน

4. สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

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

หน่วย : ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี			กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	ณ 31 ธันวาคม 2559	ณ 31 ธันวาคม 2560	ณ 31 ธันวาคม 2561		
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน					
1.1. สำนักงานเมืองทองธานี					
ที่ดินเนื้อที่ 88 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ เมืองทองธานี	17.83	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	0.80	0.57	27.89	เช่า	ไม่มี
รวม	93.11	92.88	120.20		
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร					
2.1. อาคารสำนักงานเมืองทองธานี	41.77	39.41	37.09	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
2.2. โรงงานหลวงค้,NCP,TKN China	116.35	143.66	105.35	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
2.3 อาคารโกดังที่เทพพนม	1.93	1.81	2.43	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
2.4 อาคารโกดังบางบัวทอง	1.23	1.13	1.04	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
2.5 โรงงานโรจนะ		418.19	427.99		
2.6 อาคารสำนักงาน TKN China			2.15		
รวม	161.29	604.20	576.04		

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี			กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	ณ 31 ธันวาคม 2559	ณ 31 ธันวาคม 2560	ณ 31 ธันวาคม 2561		
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์ - นพวงศ์	81.31	93.95	115.73	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
4. เครื่องจักรและอุปกรณ์-โรจนะ		52.22	112.34	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
5. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน-นพวงศ์	26.56	27.18	40.47	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
6. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน-โรจนะ		13.07	27.19	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
7. ยานพาหนะ	15.70	26.20	22.93	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
8. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง - นพวงศ์	504.10	98.44	57.73	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
9. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง - โรจนะ	-	105.29	64.50	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
10. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน-TKN China			0.19		
รวม	627.66	416.36	441.09		
รวมมูลค่าทรัพย์สินถาวร	882.05	1,113.44	1,137.33		
ด้อยค่าทางบัญชี			(19.52)		
รวมมูลค่าทรัพย์สินถาวร-สุทธิ	882.05	1,113.44	1,117.81		

4.2 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

รายการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนไม่มีการเปลี่ยนแปลงในปี 2561 มีมูลค่า 39.75 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2561

4.3 สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เครื่องหมายการค้า

บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายขนมขบเคี้ยวให้แก่ลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้เครื่องหมายการค้าในการดำเนินธุรกิจดังนี้

เครื่องหมายการค้าในประเทศ

บริษัท และบริษัทย่อย ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจและได้รับการจดทะเบียนเรียบร้อยแล้วจำนวน **176** เครื่องหมาย และยังเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าอื่นๆ ที่ได้ยื่นคำขอ ณ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์แล้ว แต่ยังไม่ได้รับการจดทะเบียน จำนวนทั้งสิ้น **35** เครื่องหมาย

เครื่องหมายการค้าต่างประเทศ

บริษัท และบริษัทย่อย ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจจำนวน **400** เครื่องหมายการค้า พร้อมรูปภาพเครื่องหมายการค้าในแบบต่างๆ ในประเทศต่างๆ ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเครื่องหมายการค้าบางส่วนได้ได้รับการจดทะเบียนเรียบร้อยแล้วจำนวน **234** เครื่องหมายการค้า และยังมีบางส่วนยังอยู่ระหว่างการยื่นคำขอจำนวน **166** เครื่องหมายการค้า โดยได้จดทะเบียนไว้จำนวน 26 ประเทศ

ทรัพย์สินทางปัญญา

ตั้งแต่เปิดดำเนินการ บริษัทฯ มีการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัททั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการรักษาสិทธิและได้รับความคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาตามกฎหมายรวมถึงบริษัทได้จดลิขสิทธิ์ในตัวการ์ตูนที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ในหลากหลายรูปแบบและทำทางอีกด้วย

ทั้งนี้เครื่องหมายการค้าของบริษัทมีความแพร่หลายเป็นที่ยอมรับและอยู่ในใจผู้บริโภคมาอย่างยาวนานจากความสำเร็จในการสร้างความรับรู้และความนิยมในตราและเครื่องหมายการค้าของบริษัท บริษัทจึงไม่มีนโยบายและความจำเป็นใด ๆ ในการละเมิดเครื่องหมายการค้าและทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่นใด

สัญญาหลักที่ใช้ในการดำเนินงานปัจจุบัน

1. สัญญาขายสินค้าภายในประเทศ

คู่สัญญา	ผู้ขาย : บริษัทฯ ผู้ซื้อ : ผู้จัดจำหน่ายในประเทศ
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	- ผู้ขายตกลงว่าจะขายและจัดส่งผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทยให้แก่ผู้จัดจำหน่าย - ผู้จัดจำหน่ายตกลงว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ขายเพียงแห่งเดียว และจะขายผลิตภัณฑ์ต่อไปให้แก่ผู้ค้าภายในประเทศไทย โดยจะไม่ขายผลิตภัณฑ์ให้แก่บุคคลใดนอกประเทศไทย หรือขายให้แก่บุคคลใดในประเทศไทยที่ผู้จัดจำหน่ายทราบว่าจะมีความตั้งใจจะขายผลิตภัณฑ์นอกประเทศไทย - คู่สัญญามีสิทธิร่วมกันตกลงให้เพิ่มหรือยกเลิกผลิตภัณฑ์ออกจากรายการที่ระบุไว้ในสัญญา - ผู้จัดจำหน่ายมีหน้าที่จะต้องรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่นใดที่ผู้ขายมีความประสงค์จะให้จัดจำหน่ายภายในประเทศ โดยมีเงื่อนไขว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นจะต้องอยู่ในสายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ของผู้จัดจำหน่าย - ผู้จัดจำหน่ายจะต้องรับผิดชอบการขาย การส่งเสริมการขาย การจัดวางสินค้า การครอบคลุมพื้นที่จัดจำหน่าย และการเก็บรักษาสินค้า รวมทั้งจัดส่งรายงานการขายและข้อมูลอื่นๆ ตามที่ผู้ขายร้องขอ

	ผู้ขายจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายสำหรับการโฆษณาและส่งเสริมการขาย รวมทั้งค่าใช้จ่ายและต้นทุนการตลาดทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์
อายุสัญญา	1 ปี และขยายเวลาออกไปโดยอัตโนมัติครั้งละ 1 ปี จนกว่าคู่สัญญาฝ่ายใดจะได้ออกกล่าวให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบความประสงค์ที่จะไม่ต่ออายุสัญญาเป็นเวลาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนวันครบกำหนดเวลาที่ต่ออายุสัญญา
การยกเลิกสัญญา	- คู่สัญญาฝ่ายใดมีหนี้สินล้นพ้นตัวหรือตกเป็นบุคคลล้มละลาย เลิกบริษัทหรือชำระบัญชี หรือกระทำความผิดสัญญานี้ หรือไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ของตนตามสัญญานี้ และไม่ทำการแก้ไขการผิดสัญญาหรือไม่ปฏิบัติตามหน้าที่นั้นให้เสร็จสิ้นภายใน 30 วัน หลังจากได้รับหนังสือร้องเรียนจากคู่สัญญาอีกฝ่าย คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที - คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเป็นลายลักษณ์อักษรที่จะยกเลิกสัญญา
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	- ราคาผลิตภัณฑ์ที่ผู้ขายจะส่งไปแจ้งหนี้ถึงผู้จัดจำหน่ายให้เป็นไปตามราคาที่มีผลอยู่ในเดือนที่มีการเบิกผลิตภัณฑ์จากกองสินค้าของผู้ผลิตเพื่อขายให้แก่ลูกค้า - ผู้ขายจะต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาให้ผู้จัดจำหน่ายทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 2 เดือน - ผู้จัดจำหน่ายจะต้องชำระเงินให้แก่ผู้ขายภายใน 60 วัน นับจากวันสุดท้ายของสัปดาห์ตามใบแจ้งหนี้ของผู้ขาย

2. สัญญาขายสินค้าในต่างประเทศ

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

	● การทำการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์ใดที่มีนัยสำคัญจะต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ขายก่อน โดยผู้ขายจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการทำการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวที่ได้รับอนุญาตเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ● ผู้ขายจะช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและการส่งเสริมการขายให้แก่ผู้ซื้อ รวมทั้งค่าธรรมเนียมบางส่วนที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ซื้อนำสินค้าของบริษัทฯ เข้าไปจำหน่ายในร้านค้าปลีกตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา
อายุสัญญา	1 ปี และอายุสัญญาจะมีผลบังคับต่อเนื่องไปอีก 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 30 วัน ● ผู้ซื้อจะต้องชำระเงินให้แก่ผู้ขายตามเงื่อนไขการชำระเงินที่ระบุในสัญญา โดยชำระตามยอดจำนวนเงินที่ระบุไว้ในใบเรียกเก็บเงินด้วยวิธีการที่กำหนดไว้ในสัญญาก่อนที่จะขนถ่ายสินค้าเพื่อจัดส่งไปยังผู้ซื้อ ● ในกรณีที่ผู้ซื้อปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาอย่างเคร่งครัด ผู้ขายอาจพิจารณาให้เงื่อนไขในการชำระหนี้ทางการค้า (Credit term)

3. สัญญาเช่าที่ดิน

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัทฯ ผู้ให้เช่า : บุคคลธรรมดาหลายบุคคล
สถานที่ตั้ง	สำนักงานพวงค์ เลขที่ 12/1 หมู่ 4 หน้าไม้ ลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	● ผู้ให้เช่าตกลงให้เช่าและผู้เช่าตกลงเช่าที่ดินเพื่อใช้ประกอบกิจการ ● ห้ามมิให้ผู้เช่านำสถานที่เช่าให้บุคคลอื่นเช่าช่วง หรือโอนจำหน่ายก่อนภาระผูกพันต่อสิทธิการเช่า และห้ามขุดหน้าดิน เพื่อทำการจำหน่ายหรือออกภายนอกบริเวณ ทำให้เกิดความเสียหายต่อพื้นที่ ● ผู้เช่าจะเป็นผู้ชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ และภาษีที่เกี่ยวข้อง

	● ผู้ให้เช่าไม่เรียกค่าเสียหายจากการรื้อถอนสิ่งปลูกสร้างใดๆ ที่มีใช้โครงสร้างหลักของผู้ให้เช่าจากผู้เช่า ● ในกรณีที่ผู้ให้เช่าประสงค์จะขายทรัพย์สินที่เช่า ผู้ให้เช่าจะต้องให้สิทธิแก่ผู้เช่าที่จะซื้อเป็นรายแรกในราคาที่เสนอขายนั้น โดยให้เวลาผู้เช่าพิจารณา 15 วัน หากผู้เช่าปฏิเสธ หรือพ้นกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ผู้ให้เช่าจึงจะเสนอให้กับบุคคลอื่นได้
การยกเลิกสัญญา	หากผู้เช่ามีความประสงค์จะบอกเลิกสัญญาเช่าก่อนครบกำหนดสัญญาเช่า นับแต่วันทำสัญญาเช่า หรือผู้เช่าประพฤติดังสัญญา ผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่า ริบเงินประกันทั้งหมดได้ทันทีโดยมิต้องบอกกล่าวล่วงหน้าพร้อมยกเลิกสัญญาตามกฎหมายเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งต่อผู้เช่า
การกำหนดราคาและการชำระเงิน	ชำระค่าเช่าล่วงหน้าเป็นรายเดือน
การต่ออายุสัญญา	ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาแห่งการเช่า หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินและอาคารต่อไป จะต้องทำหนังสือแจ้งความประสงค์ขอต่อสัญญาถึงผู้ให้เช่า ทราบล่วงหน้าก่อนจะครบกำหนดไม่น้อยกว่า 3 เดือน นอกจากนี้ สำหรับในส่วนที่ดินซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของอาคาร 1 อาคาร 3 และอาคาร 4 ผู้ให้เช่าตกลงให้ค้ำประกันแก่ผู้เช่าในการต่ออายุสัญญาออกไปไม่เกินคราวละ 3 ปี โดยระยะเวลาเช่าที่ต่อออกไปจะไม่เกิน 9 – 12 ปี
เงื่อนไขอื่น	ผู้เช่าจะไม่ทำการตัดแปลง ต่อเติม ทำลาย ส่วนหนึ่งส่วนใดเกี่ยวกับที่ดินเช่า โดยมีได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่าก่อน ทั้งนี้ เว้นแต่เป็นการปรับปรุง ตัดแปลง ต่อเติม เพื่อความสวยงาม หรือเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการตามวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในสัญญา ทั้งนี้ การตัดแปลง ต่อเติม ตกแต่งใดๆ ที่ผู้เช่าได้ทำขึ้นและมีลักษณะตรงตรงเข้ากับที่ดินเช่าทั้งที่ได้รับอนุญาตหรือไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ให้เช่าก็ตาม ผู้เช่าตกลงยินยอมให้ทรัพย์สินส่วนที่ตรงตรงนั้นเป็นส่วนหนึ่งของที่ดินเช่าและตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่าทันที

4. สัญญาเช่าคลังเอกสาร

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัทฯ ผู้ให้เช่า : คุณอิทธิพัทธ์ พิระเดชาพันธ์ คุณอรพัทธ์ พิระเดชาพันธ์ และคุณณัชชัชพงศ์ พิระเดชาพันธ์
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	ผู้เช่าตกลงเช่าบ้านเลขที่ 93/5-7 หมู่ที่ 5 ตำบลบางรักน้อย อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
อัตราค่าเช่าและการชำระเงิน	ผู้เช่าตกลงชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนเดือนละ 10,000 บาท ให้แก่ผู้ให้เช่า แต่ละรายจำนวน 3 ราย รวมเป็นค่าเช่าเดือนละ 30,000 บาท โดยจะชำระในวันที่ 10 ของทุกเดือน
อายุสัญญา	3 ปี (นับแต่วันที่ 1 เม.ย. 2561 ถึง 31 มี.ค. 2564)

การยกเลิกสัญญา	ถ้าคู่สัญญาฝ่ายใดมีความประสงค์ต้องการเลิกสัญญาก่อนที่จะครบกำหนดสัญญา ให้ฝ่ายดังกล่าวทำหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน
----------------	--

5. สัญญาสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์

ผู้ขอสินเชื่อ	บริษัทฯ
ประเภทสินเชื่อ	เลตเตอร์ออฟเครดิต (Letter of Credit) และ/หรือ ทรัสต์รีซีพ (Trust Receipt) และ/หรือ Packing Credit และ/หรือ วงเงินเบิกเกินบัญชี (OD)
วงเงินสินเชื่อ	2,530.0 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	อ้างอิงอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารเรียกเก็บจากลูกค้าสำหรับการกู้ ณ วันที่ผู้ขอสินเชื่อเบิกใช้วงเงิน
เงื่อนไขสำคัญอื่น	ผู้ขอสินเชื่อจะต้องปฏิบัติ ดังนี้ 1. จัดส่งงบการเงินประจำปีที่ได้รับการรับรองจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้วให้ธนาคารใน 150 วันนับจากวันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชีของผู้ขอสินเชื่อ 2. รักษาใบอนุญาตใดๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินการของผู้ขอสินเชื่อให้มีผลใช้บังคับได้ตลอดเวลา 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

6 สัญญาเช่าพื้นที่ร้านค้าแก่น้อยแลนด์

คู่สัญญา	ผู้เช่า : TKNRF ผู้ให้เช่า : ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต และเจ้าของพื้นที่ภาคเอกชนอื่นๆ
เงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา	● ผู้ให้เช่าตกลงให้เช่าและผู้เช่าตกลงเช่าพื้นที่ส่วนหนึ่งของอาคารตามที่ระบุไว้ในสัญญา เพื่อจำหน่ายขนมขบเคี้ยว อาหาร ● ผู้เช่าจะต้องชำระค่าภาษีโรงเรือน ค่าอากรแสตมป์ หรือภาษีอากรอื่นใด อันเกี่ยวกับการเช่าสถานที่เช่าตามสัญญานี้ และสัญญาที่เกี่ยวข้องตามที่ทางราชการเรียกเก็บตลอดอายุการเช่า ● ผู้ให้เช่าเป็นผู้เอาประกันวินาศภัยและอัคคีภัย รวมทั้งการประกันภัยระหว่างตกแต่ง โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้กำหนดวงเงินประกันและเป็นผู้รับผลประโยชน์แต่เพียงผู้เดียว และผู้เช่าจะต้องชำระค่าเบี้ยประกันดังกล่าวตามอัตราส่วนของพื้นที่เช่า ● ผู้เช่าจะต้องเปิดและปิดกิจการตามเวลาที่ผู้ให้เช่ากำหนดไว้ และในกรณีที่ผู้เช่าเปิดล่าช้า ปิดกิจการก่อนเวลาที่กำหนด หรือไม่เปิดกิจการโดยไม่มีเหตุอันสมควร ผู้ให้เช่ามีสิทธิคิดค่าปรับเป็นรายวัน ● หากมีความจำเป็นผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะติดตั้งเครื่องมือ เครื่องใช้ หรืออุปกรณ์ต่างๆ รวมทั้ง ปรับปรุง ซ่อมแซม หรือตกแต่งบริเวณสถานที่ให้เช่า ซึ่งผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะปิดบริเวณสถานที่เช่าในส่วนนั้นๆ โดยจะคำนึงถึงการรบกวนผู้เช่าให้น้อยที่สุด และผู้ให้เช่าไม่ต้องรับผิดชอบต่อความไม่สะดวกใดๆ ของผู้เช่าจากการดำเนินการดังกล่าว
อายุสัญญา	3 ปี ทั้งนี้ ผู้ให้เช่าและผู้เช่าอาจตกลงทำสัญญาเช่ากันใหม่ โดยผู้เช่าจะต้องแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กำหนดก่อนครบอายุสัญญาเช่า ซึ่งเงื่อนไขของสัญญาใหม่จะต้องตกลงกันและทำสัญญาเช่าพร้อมวางเงินประกันให้แล้วเสร็จก่อนสัญญาเช่านี้จะสิ้นสุดลง
การยกเลิกสัญญา	● ผู้เช่าประพฤติดิตสัญญาหรือสัญญาบริการและสัญญาบริการสาธารณูปโภค ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้ หรือสถานที่เช่าถูกยึดหรือถูกอายัดตามคำสั่งศาล หรือผู้เช่าถูกศาลพิพากษาถึงที่สุดให้ล้มละลาย ● ในกรณีที่ผู้เช่าผิดนัดชำระแต่ผู้ให้เช่ายังไม่ได้บอกเลิกสัญญา ผู้เช่าจะต้องเสียค่าปรับร้อยละ 15 ต่อปีของเงินที่ค้างชำระนับแต่วันที่ผิดนัดไปจนกว่าจะชำระให้ครบถ้วน ● เมื่อสัญญาสิ้นสุดลง ผู้เช่าจะต้องขนย้ายทรัพย์สินออกและส่งมอบคืนสถานที่เช่าในสภาพที่ดี ซึ่งในส่วน of สิ่งตกแต่งหรือสิ่งที่ดีกับสถานที่เช่า ผู้ให้เช่ามีสิทธิให้ผู้เช่ารื้อถอนหรือคงไว้ตามเห็นสมควร หากกรณีที่ผู้ให้เช่าไม่สามารถกลับเข้าครอบครองสถานที่เช่าได้ ผู้เช่าจะต้องชดเชยค่าเสียหายปรับเป็นรายวัน

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

4.4 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดประโยชน์ และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ เช่น เป็นแหล่ง หรือช่องทางการจำหน่ายสินค้า เป็นหน่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น และในส่วนของนโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมดังกล่าว บริษัทฯ จะส่งผู้แทนเข้าร่วมเป็นกรรมการหรือพนักงานระดับสูง ตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทนั้นๆ เพื่อควบคุมในเรื่องการกำหนดนโยบายทางการเงิน และการดำเนินงานของบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด และบริษัทฯ ควรมีสิทธิคัดค้าน (Veto Right) ในเรื่องที่สำคัญๆ ที่จะดำเนินการโดยบริษัทย่อยนั้นๆ โดยการลงทุนในบริษัทดังกล่าวจะต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการของบริษัทฯ ก่อน และในกรณีที่เป็นการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันจะต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบอีกด้วย

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

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัทย่อย คือ บริษัท แก้วแก่น้อย เรสเตอรองท์ แอนด์ เฟรนไชส์ จำกัด, บริษัท เอ็นซีพี เทรตติ้ง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด, บริษัท แก้วแก่น้อย แคร์ จำกัด และ Taokaenoi USA Inc.

4.5 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ได้ประเมินราคาทรัพย์สิน ซึ่งประเมินโดย บริษัท เยนเนอร์ล แวลูเอชัน แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด โดยราคาประเมินมีมูลค่าสูงกว่าราคาตามบัญชี บริษัทฯ ไม่ได้นำมูลค่าประเมินที่เพิ่มขึ้นของทรัพย์สินมารู้ไว้ในงบแสดงฐานะการเงิน อย่างไรก็ตาม ทุก ๆ 3 ปี บริษัทฯ จะมีการประเมินมูลค่าทรัพย์สินเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาการต่ออายุของ สิทธิบัตรตามมาตรฐานการบัญชี และบริษัทฯ มีนโยบายการบัญชีแสดงรายการสินทรัพย์ในราคาทุนหักด้วย ค่าเสื่อมราคาสะสม

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 31 ธันวาคม 2560 และ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลพื้นฐานสำหรับนักลงทุน

ชื่อบริษัท	:	บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) Taokaenoi Food & Marketing Public Company Limited
ชื่อย่อ	:	TKN
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายอาหารรายแปรรูป
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107556000337

ที่ตั้งโรงงาน / สำนักงาน

1. สำนักงานเมืองทองธานี

337 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
โทรศัพท์ 0 2108 6888 โทรสาร 0 2108 8708

2. โรงงานพวงศ

12/1 หมู่ 4 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี 12140
โทรศัพท์ 0 2108 6888 โทรสาร 0 2108 8704

3. โรงงานโรจนะ

55/5 หมู่ 5 ตำบลสามบัณฑิต อำเภอกุทัย พระนครศรีอยุธยา 13210

4. Taokaenoi USA Inc.

13767 Milroy Place Santa Fe Springs, California United States

5. โทรศัพท์ +1 562 404 9888

เว็บไซต์	:	www.taokaenoi.co.th
ทุนจดทะเบียน	:	345,000,000 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	:	345,000,000 บาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	:	หุ้นสามัญ หุ้นละ 0.25 บาท
หุ้นบุริมสิทธิ	:	- ไม่มี -
กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่	:	ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2561 กลุ่มครอบครัวพระเดชพินธ์ ถือหุ้นร้อยละ 61.28 ที่เหลือเป็นการถือหุ้นโดยสถาบันและ นักลงทุนทั่วไป
ข้อมูลสำคัญอื่น	:	- ไม่มี -

ข้อมูลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก
แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ 0 2009 9999 โทรสาร 0 2009 9991

นายทะเบียนหุ้นกู้

- ไม่มี -

ผู้สอบบัญชี

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

นางสาววิสสุตา จรรย์นากร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3853

193/136-7 ชั้น 33 อาคารเลครัชดา ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่

แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ 0 2264 9090 โทรสาร 0 2264 0789-90

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท กุดั่น แอนด์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด

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 #316 โทรสาร 0 2094 0118