

ส่วนที่ 1
ลักษณะการประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1. วิสัยทัศน์ พันธกิจ

บริษัทมีวิสัยทัศน์ และพันธกิจในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำธุรกิจข้าวโพดหวานครบวงจรด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีความเป็นสากล

พันธกิจ (Mission)

นวัตกรรม (Innovation)	: ❖ ร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนเพื่อเป็นศูนย์กลางการวิจัยข้าวโพดหวานในมิติต่างๆ เช่น ประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยจัดทำข้อมูลพื้นฐานของข้าวโพดหวานและเทคโนโลยีสำหรับกระบวนการผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่มาจากข้าวโพดหวาน การศึกษาลักษณะทางประสาทสัมผัสของผู้บริโภคข้าวโพดหวานเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
การเรียนรู้ (Knowledge)	: ❖ สร้างวัฒนธรรมในการเรียนรู้ เพื่อเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และเป็นแหล่งการเรียนรู้ทางด้านธุรกิจข้าวโพดหวานแบบบูรณาการ
ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)	: ❖ เพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการ Supply Chain ให้สามารถแข่งขันได้ เพื่อความเป็นผู้นำในการพัฒนาธุรกิจข้าวโพดหวาน ❖ สร้างเครือข่ายการตลาดและการผลิตในแหล่งที่สำคัญของโลก มุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวและยั่งยืนกับคู่ค้าทางธุรกิจ
คุณภาพ (Quality)	: ❖ เป็นผู้ผลิตที่ได้รับความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยสูง สอดคล้องกับความต้องการและกฎหมายของประเทศคู่ค้า ❖ ใส่ใจในเรื่องรสชาติ และความสะอาดในการบริโภค มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การบริการอย่างต่อเนื่องด้วยกระบวนการผลิต การจัดการที่ยืดหยุ่น รวดเร็ว
บุคลากร (Human Resources)	: ❖ สนับสนุนและพัฒนาความสามารถของพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพ สร้างคุณภาพชีวิตที่ดี และเกิดความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรในทุกระดับ พัฒนาและสรรหาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันบนเวทีโลก
บรรษัทภิบาล (CSR)	: ❖ เป็นองค์กรที่ตระหนักถึงความสำคัญและมีความสำนึกรับผิดชอบต่อแหล่งทรัพยากรด้านการเกษตร รวมถึงทรัพยากรโลกและสิ่งแวดล้อม ❖ สร้างประโยชน์ร่วมกันในระยะยาวต่อลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ผู้ร่วมทุน และชุมชน รวมถึงสร้างแบบอย่างการเป็นองค์กรที่ดีของสังคม

1.2. การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถสรุปได้ดังนี้

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
ปี 2535	- 24 สิงหาคม 2535 จัดทะเบียนก่อตั้งบริษัท เคซี เชียงใหม่อุตสาหกรรมอาหาร จำกัด โดยมีบริษัท มาลีสามพราน จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 25 เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลไม้กระป๋อง โดยมีโรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่
ปี 2539	- ดร.องอาจและครอบครัวได้ซื้อหุ้นในส่วนของบริษัท มาลีสามพราน จำกัด ถือหุ้นทั้งหมด (ร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียน)
ปี 2540	- วันที่ 25 ธันวาคม 2540 จัดทะเบียนก่อตั้งบริษัท ชันสวีท จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท เป็นการลงทุนของนางจิราพร แซ่ลิ้ม ภรรยาของดร.องอาจ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 84/1 ถนนโชตนา ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายพืชผลทางการเกษตรเช่น หอมหัวใหญ่ และผักสด สำหรับส่งออกต่างประเทศ
ปี 2543	- เดือนกุมภาพันธ์ 2543 บริษัท ชันสวีท จำกัด ย้ายที่ตั้งสำนักงานและโรงงานมาที่เลขที่ 9 หมู่ที่ 1 ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นที่ตั้งปัจจุบันของบริษัท
ปี 2545	- วันที่ 27 มีนาคม 2545 ดร.องอาจ กิตติคุณชัย ร่วมกับนักธุรกิจอีก 3 ท่านร่วมก่อตั้งบริษัท ทองทา จำกัด (ปัจจุบันคือบริษัท ชันสวีท ไปโอ เอ็นเนอจี จำกัด) ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1.00 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อดำเนินธุรกิจพลังงานทดแทนเกี่ยวกับระบบก๊าซชีวภาพ เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า (Bio Gas Power Plant) - วันที่ 16 กรกฎาคม 2545 บริษัท ชันสวีท จำกัด ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1.00 ล้านบาทเป็น 50.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 490,000 หุ้น เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนในราคาเสนอขายหุ้นละ 100 บาท เพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจ - เดือนพฤศจิกายน 2545 บริษัท ชันสวีท จำกัด เข้าซื้อทรัพย์สินที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท เคซี เชียงใหม่ อุตสาหกรรมอาหาร จำกัด โดยทรัพย์สินที่ซื้อได้แก่ ที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง และเครื่องมือ เครื่องจักร เช่น หม้อน้ำฆ่าเชื้อ เครื่องปิดฝา เครื่องบรรจุ เครื่องลวกมะเขือเทศ และชุดผลิตและบรรจุข้าวโพด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ชันสวีท จำกัด
ปี 2548	- วันที่ 29 กันยายน 2548 ครอบครัวกิตติคุณชัยก่อตั้งบริษัท เคซี เวิลด์ ฟู้ดส์ จำกัด (ปัจจุบันคือบริษัท ชันสวีท อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด) ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 100,000.00 บาท เพื่อดำเนินธุรกิจซื้อมาจำหน่ายไปผลิตภัณฑ์อาหารและผลผลิตทางการเกษตร
ปี 2550	- เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2550 บริษัท ชันสวีท จำกัด เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 50.00 ล้านบาทเป็น 100.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 500,000 หุ้น เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนในราคาเสนอขายหุ้นละ 100 บาท เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจที่มีการเติบโตขึ้นอย่างมาก - บริษัท เคซี เชียงใหม่อุตสาหกรรมอาหาร จำกัด หยุดดำเนินธุรกิจ และไม่มีรายได้จากการดำเนินงานตั้งแต่ปี 2550 - บริษัท ชันสวีท จำกัด เริ่มดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายข้าวโพดหวานแปรรูปเป็นธุรกิจหลักของบริษัท
ปี 2552	- ได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดสุดยอด SMEs แห่งชาติ ครั้งที่ 2 กลุ่มธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร (National Award 2009) จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม - เดือนสิงหาคม 2552 ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001:2004 สำหรับการผลิตสินค้าประเภทข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง - เดือนธันวาคม 2552 ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานระบบวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis & Critical Control Points: HACCP) สำหรับสินค้าประเภทข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ชูปข้าวโพดบรรจุ

	<p>กระป๋อง ข้าวโพดหวานบรรจุสุญญากาศ และข้าวโพดหวานแช่แข็ง จากสถาบัน SGS United Kingdom Ltd ประเทศอังกฤษ ภายใต้การรับรองของ United Kingdom Accreditation Service (UKAS) และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์</p> <p>- วันที่ 9 กันยายน 2552 เปลี่ยนชื่อจากบริษัท ทองทา จำกัด เป็นบริษัท ชันสวีท ไบโอ เอ็นเนอจี จำกัด</p>
ปี 2553	<p>- ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทการบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดกลาง) (The Prime Minister's Industry Award 2010) จากกระทรวงอุตสาหกรรม</p> <p>- วันที่ 22 เมษายน 2553 เปลี่ยนชื่อจากบริษัท เคซี เวิลด์ ฟู้ดส์ จำกัด เป็นบริษัท ชันสวีท อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด</p>
ปี 2554	<p>- ได้รับรางวัลผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่น (Thailand Prime Minister's Export)</p> <p>- เดือนกรกฎาคม 2554 ได้รับมาตรฐาน British Retail Consortium (BRC) สำหรับการผลิตรายการค้าปลีกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง จากสถาบัน SGS United Kingdom Ltd ประเทศอังกฤษ ภายใต้การรับรองของ United Kingdom Accreditation Service (UKAS)</p>
ปี 2555	<p>- ลงทุนตั้งโรงงานผลิตข้าวโพดหวานแช่แข็ง (Frozen) บนที่ดินเดียวกับโรงงานของบริษัทปัจจุบัน เพื่อขยายไลน์ผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทข้าวโพดหวานแช่แข็ง</p>
ปี 2556	<p>- เดือนพฤษภาคม 2556 ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานรับรองเกี่ยวกับสุขลักษณะและข้อกำหนดการผลิต (Good Manufacturing Practice :GMP) จากสถาบัน SGS United Kingdom Ltd ประเทศอังกฤษ ภายใต้การรับรองของ United Kingdom Accreditation Service (UKAS) และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตามข้อกำหนดของมาตรฐาน มกษ. 9023-2550</p>
ปี 2557	<p>- วันที่ 26 สิงหาคม 2557 ก่อตั้งบริษัท ชันสวีท จำกัด ขึ้น โดยการร่วมทุนระหว่างครอบครัวกิตติคุณชัยร่วมกับหุ้นส่วนอีก 4 ท่าน เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากข้าวโพดหวานเพื่อธุรกิจค้าปลีกในระบบแฟรนไชส์</p>
ปี 2558	<p>- เดือนมิถุนายน 2558 บริษัท ชันสวีท จำกัด ได้รับการรับรองมาตรฐาน Good Manufacturing Practice (GMP) หลักปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงคัดบรรจุ ตามข้อกำหนดของมาตรฐาน มกษ. 9035-2553 สำหรับสินค้าประเภทข้าวโพดหวานกระเจียบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง จากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์</p> <p>- เดือนตุลาคม 2558 บริษัท ชันสวีท จำกัด ได้รับการรับรองมาตรฐาน International Food Standard (IFS) สำหรับสินค้าประเภทข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ชูข้าวโพดบรรจุกระป๋อง ข้าวโพดหวานบรรจุสุญญากาศ และข้าวโพดหวานแช่แข็ง จากสถาบัน SGS-International Certification Service GmbH ประเทศเยอรมนี</p> <p>- เดือนธันวาคม 2558 บริษัท ชันสวีท จำกัด ได้รับหนังสือรับรองสถานที่ผลิตอาหาร (Certificate of Manufacturer) สำหรับผลิตภัณฑ์บรรจุและผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง</p> <p>- เดือนธันวาคม 2558 บริษัท ชันสวีท จำกัด ได้ลงนามสัญญาซื้อเครื่องจักร Hydrolock กับ Hydrolock S.A.S., France เครื่อง Hydrolock นี้เป็นเครื่องฆ่าเชื้อโรคที่อุณหภูมิสูงแบบต่อเนื่อง (Continuous Sterilizers) ที่นำมาแทนที่เครื่องฆ่าเชื้อโรคแบบเก่าที่ทำงานเป็นชุดๆ (Batch Retorts) จุดเด่นของเครื่องจักรคือการลดเวลาและพลังงานที่ใช้ในการฆ่าเชื้อโรค ซึ่งจะเป็นผลทำให้เพิ่มคุณภาพสินค้า ลดต้นทุนการผลิต มีความยืดหยุ่นในการใช้ได้กับหลายบรรจุภัณฑ์</p>
ปี 2559	<p>- บริษัทมีการจัดโครงสร้างกลุ่มบริษัท โดยบริษัท ชันสวีท จำกัด ได้เข้าซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิมใน 3 บริษัท ได้แก่ (1) บริษัท ชันสวีท อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 บริษัท ชันสวีท ไบโอ เอ็นเนอจี จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.98 และบริษัท ชันสวีท จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 เป็นผลให้ทั้ง 3 บริษัทดังกล่าว มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ชันสวีท จำกัด</p> <p>- วันที่ 26 ธันวาคม 2559 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ชันสวีท จำกัด ครั้งที่ 3/2559 ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100.00 ล้านบาทเป็น 108.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 80,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้</p>

	หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนในราคาเสนอขายหุ้นละ 100 บาท เพื่อให้ทุนจดทะเบียนของบริษัท ชันสวีท จำกัด เป็นไปตามข้อกำหนดของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
ปี 2560	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 24 เมษายน 2560 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ชันสวีท จำกัด ครั้งที่ 2/2560 มีมติอนุมัติขายหุ้นทั้งหมดที่ถืออยู่ในบริษัท ชันสวีท ไปโอเอ็นเนอจี จำกัด และบริษัท โซสวีท จำกัด ให้แก่ดร.องอาจ - วันที่ 11 พฤษภาคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 3/2560 มีมติอนุมัติวาระสำคัญดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1) อนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้น ในอัตราหุ้นละ 43.50 บาท รวมเป็นเงินจำนวน 46.98 ล้านบาท 2) อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 108.00 ล้านบาทเป็น 150.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 420,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนในราคาเสนอขายหุ้นละ 100 บาท เพื่อจัดโครงสร้างเงินทุนสำหรับการเตรียมความพร้อมในการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) - วันที่ 17 กรกฎาคม 2560 บริษัทได้ดำเนินการจำหน่ายหุ้นทั้งหมดที่บริษัท ชันสวีท จำกัด ถืออยู่ในบริษัท ชันสวีท ไปโอเอ็นเนอจี จำกัด และบริษัท โซสวีท จำกัด ให้แก่ดร.องอาจ - วันที่ 31 สิงหาคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ชันสวีท จำกัด ครั้งที่ 4/2560 มีมติอนุมัติวาระที่สำคัญดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1) อนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดและเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ชันสวีท จำกัด (มหาชน)” 2) อนุมัติการเปลี่ยนมูลค่าหุ้นที่ตราไว้และแก้ไขจำนวนหุ้นสามัญของบริษัท จากเดิมหุ้นละ 100.00 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท ภายหลังการเปลี่ยนมูลค่าที่ตราไว้ดังกล่าว บริษัท ชันสวีท จำกัดจะมีจำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระเต็มมูลค่าแล้วจำนวน 300.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท 3) อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท ชันสวีท จำกัดโดยการออกหุ้นสามัญใหม่ เพื่อเป็นการระดมทุนและเสนอขายหุ้นของบริษัทให้กับประชาชนเป็นครั้งแรกจำนวน 65.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 130.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท โดยภายหลังจากการเพิ่มทุนจดทะเบียนดังกล่าว บริษัท ชันสวีท จำกัดมีทุนจดทะเบียนเท่ากับ 215.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 430.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท 4) อนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ชันสวีท จำกัด จำนวน 130.00 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering : IPO) หรือคิดเป็นร้อยละ 30.23 ของทุนชำระแล้วทั้งหมดภายหลังการเสนอขาย IPO 5) อนุมัติให้นำหุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ - วันที่ 4 กันยายน 2560 บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพจากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด กับกระทรวงพาณิชย์ โดยใช้ชื่อว่า บริษัท ชันสวีท จำกัด (มหาชน) - วันที่ 13 พฤศจิกายน 2560 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 3/2560 มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้นสามัญเดิม (ก่อน IPO) จำนวน 300,000,000 หุ้น ในอัตราหุ้นละ 0.15 บาท รวมเป็นเงินจำนวน 45.00 ล้านบาท โดยกำหนดวันจ่ายปันผลภายในวันที่ 24 พฤศจิกายน 2560 ซึ่งบริษัทได้ชำระเงินปันผลดังกล่าวให้แก่ผู้ถือหุ้นแล้ว เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2560 - วันที่ 28 ธันวาคม 2560 บริษัท ชันสวีท จำกัด (มหาชน) หรือ SUN เข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เป็นวันแรก

1.3. ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทที่เกี่ยวข้อง

1. บริษัท ชันสวีท อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ("SI") [Sunsweet International Company Limited]

วันที่ก่อตั้ง	: วันที่ 29 กันยายน 2548
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 9 หมู่ที่ 1 ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: จัดหาและซื้อมาจำหน่ายไปซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารและผลผลิตทางการเกษตร
ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว	: 5.00 ล้านบาท
กรรมการบริษัท	: 1. นายองอาจ กิตติคุณชัย 2. นางจิราพร กิตติคุณชัย 3. นางสาวมรกต กิตติคุณชัย 4. นางศุภราภรณ์ ประสาทงามเลิศ
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	: นายองอาจ กิตติคุณชัย หรือนางจิราพร กิตติคุณชัย ลงลายมือชื่อร่วมกัน กับนางสาวมรกต กิตติคุณชัย หรือนางศุภราภรณ์ ประสาทงามเลิศ รวมเป็นสองคนและประทับตราบริษัท
ความสัมพันธ์กับบริษัท	: บริษัท ชันสวีท อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 499,998 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนของ SI และมีกรรมการร่วมกันกับบริษัท ได้แก่ (1) นายองอาจ กิตติคุณชัย (2) นางจิราพร กิตติคุณชัย (3) นางสาวมรกต กิตติคุณชัย และ (4) นางศุภราภรณ์ ประสาทงามเลิศ
โครงสร้างผู้ถือหุ้น	: บริษัทถือหุ้นจำนวน 499,998 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 นายองอาจ กิตติคุณชัย ถือหุ้นจำนวน 1 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ <0.01 นางจิราพร กิตติคุณชัย ถือหุ้นจำนวน 1 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ <0.01

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัท ชันสวีท จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายข้าวโพดหวานแปรรูปและผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าเกษตรอื่นๆ ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท “KC” นอกจากนี้บริษัทผลิตตามคำสั่งลูกค้าภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า ส่วนบริษัท ชันสวีท อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (SI) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ดำเนินธุรกิจจัดหาและซื้อมาจำหน่ายไปซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารและผลผลิตทางการเกษตร เช่น หอมหัวใหญ่สด แป้งมันสำปะหลัง สับปะรดบรรจุกระป๋อง น้ำมันข้าวโพด น้ำมันดอกทานตะวัน และซอสมะเขือเทศ เป็นต้น ให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้แก่กลุ่มลูกค้าซึ่งกระจายอยู่มากกว่า 50 ประเทศ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน รัสเซีย ซาอุดีอาระเบีย สวิตเซอร์แลนด์ เยอรมนี เลบานอน ตุรกี อิหร่าน เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ผ่านกระบวนการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานการรับรองสากล เช่น มาตรฐาน British Retail Consortium (BRC) มาตรฐาน International Featured Standard (IFS) มาตรฐาน Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) ทำให้ผู้บริโภคสามารถมั่นใจในคุณภาพและกรรมวิธีการผลิตที่ถูกต้องตามหลักวิธีการผลิตที่ดี (Goods Manufacturing Practices) นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในการผลิตควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามนโยบายคุณภาพ ISO 14001:2004

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อย มีลักษณะการดำเนินธุรกิจ 2 ประเภท ได้แก่

1. ธุรกิจผลิตและจำหน่ายข้าวโพดหวานแปรรูปและผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าทางเกษตรอื่นๆ:

ดำเนินการโดยบริษัท ชันสวีท จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายข้าวโพดหวานแปรรูป เช่น ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง (Canned Corn) ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ (Pouch Corn) และข้าวโพดหวานแช่แข็ง (Frozen Corn) นอกจากนี้ บริษัทยังผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรอื่นๆ เช่น ถั่วขาวในซอสมะเขือเทศ ถั่วแระแช่แข็ง เป็นต้น เพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ สำหรับผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต เช่น เปลือก ชังข้าวโพด และเศษข้าวโพด จะนำไปจำหน่ายให้แก่เกษตรกรเพื่อเป็นอาหารสัตว์ และบางส่วนบริษัทจะนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้าเพื่อใช้ในโรงงานของบริษัท

2. ธุรกิจซื้อมาจำหน่ายไป (Trading):

ดำเนินการโดยบริษัท ชันสวีท อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจจัดหาและซื้อมาจำหน่ายไปซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารและผลผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เช่น หอมหัวใหญ่สด ซอสมะเขือเทศ สับปะรดบรรจุกระป๋อง น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ มะพร้าวสด แป้งมันสำปะหลัง น้ำสลัด ข้าวหอมมะลิ น้ำมันข้าวโพด น้ำมันถั่วเหลือง และน้ำมันดอกทานตะวัน เป็นต้น

2.1 โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย

1. โครงสร้างรายได้แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์

รายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ในปี 2558 - 2560 มีดังนี้

โครงสร้างรายได้	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. รายได้ธุรกิจผลิตและจำหน่ายข้าวโพดหวานแปรรูปและผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าเกษตรอื่นๆ	1,429.69	84.10	1,589.38	92.08	1,524.13	90.34
1.1. ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน	1,428.97	84.06	1,584.83	91.82	1,519.89	90.09
- ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง	1,109.85	65.29	1,195.34	69.25	1,110.82	65.84
- ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ	105.48	6.20	135.99	7.88	161.70	9.59
- ข้าวโพดหวานแช่แข็ง	213.64	12.57	253.50	14.69	247.37	14.66
1.2. ผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าเกษตรอื่นๆ	0.72	0.04	4.55	0.26	4.24	0.25
2. รายได้ธุรกิจซื้อมาจำหน่ายไป	189.15	11.13	35.68	2.07	37.96	2.25
รายได้จากการขายสินค้า	1,618.84	95.23	1,625.06	94.15	1,562.09	92.59
รายได้จากการขายอื่น ¹	73.17	4.30	84.23	4.88	84.15	4.99
รายได้จากการขายรวม	1,692.01	99.53	1,709.29	99.03	1,646.24	97.58
รายได้อื่น ²	7.92	0.47	16.66	0.97	40.76	2.42
รายได้รวม	1,699.93	100.00	1,725.95	100.00	1,687.00	100.00

หมายเหตุ: ¹ รายได้จากการขายอื่น เช่น รายได้จากการขายเมล็ดพันธุ์และปุ๋ยยา รายได้จากการขายเศษวัสดุของเสียจากกระบวนการผลิต เป็นต้น

² รายได้อื่น เช่น ดอกเบี้ยรับ รายได้ค่าเช่าเคอการส่งออก รายได้ค่าไฟฟ้า กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน และรายได้อื่นๆ เป็นต้น

2. โครงสร้างรายได้แยกตามลักษณะการสั่งซื้อจากลูกค้า

รายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยแยกตามลักษณะการสั่งซื้อจากลูกค้า ในปี 2558 - 2560 มีดังนี้

โครงสร้างรายได้	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า	1,262.89	74.29	1,182.86	68.52	1,192.25	70.67
2. รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าบริษัท (KC Brand)	355.95	20.94	442.20	25.63	369.84	21.92
รายได้จากการขายสินค้า	1,618.84	95.23	1,625.06	94.15	1,562.09	92.59
รายได้จากการขายอื่น ¹	73.17	4.30	84.23	4.88	84.15	4.99
รายได้จากการขายรวม	1,692.01	99.53	1,709.29	99.03	1,646.24	97.58
รายได้อื่น ²	7.92	0.47	16.66	0.97	40.76	2.42
รายได้รวม	1,699.93	100.00	1,725.95	100.00	1,687.00	100.00

หมายเหตุ: ¹ รายได้จากการขายอื่น เช่น รายได้จากการขายเมล็ดพันธุ์และปุ๋ยยา รายได้จากการขายเศษวัสดุของเสียจากกระบวนการผลิต เป็นต้น

² รายได้อื่น เช่น ดอกเบี้ยรับ รายได้ค่าเช่าเคอการส่งออก รายได้ค่าไฟฟ้า กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน และรายได้อื่นๆ เป็นต้น

3. โครงสร้างรายได้แยกตามภูมิศาสตร์

รายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยแยกตามภูมิศาสตร์ ในปี 2558 - 2560 มีดังนี้

โครงสร้างรายได้	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1.รายได้จากการขายต่างประเทศ	1,391.29	81.84	1,377.19	79.79	1,364.95	80.90
1.1 เอเชีย	857.59	50.45	840.48	48.70	847.74	50.25
1.2 ตะวันออกกลาง	242.68	14.27	308.85	17.89	254.53	15.09
1.3 ยุโรป	232.32	13.67	157.03	9.10	159.05	9.42
1.4 แอฟริกา	27.00	1.59	7.78	0.45	3.72	0.22
1.5 อเมริกา	25.30	1.49	37.59	2.18	58.07	3.44
1.6 โอเชียเนีย ³	6.40	0.37	25.46	1.47	41.84	2.48
2.รายได้จากการขายในประเทศ	227.55	13.39	247.87	14.36	197.14	11.69
รายได้จากการขายสินค้า	1,618.84	95.23	1,625.06	94.15	1,562.09	92.59
รายได้จากการขายอื่น ¹	73.17	4.30	84.23	4.88	84.15	4.99
รายได้จากการขายรวม	1,692.01	99.53	1,709.29	99.03	1,646.24	97.58
รายได้อื่น ²	7.92	0.47	16.66	0.97	40.76	2.42
รายได้รวม	1,699.93	100.00	1,725.95	100.00	1,687.00	100.00

หมายเหตุ: ¹ รายได้จากการขายอื่น เช่น รายได้จากการขายเมล็ดพันธุ์และปุ๋ยยา รายได้จากการขายเศษวัสดุของเสียจากกระบวนการผลิต เป็นต้น

² รายได้อื่น เช่น ดอกเบี้ยรับ รายได้ค่าเช่าอาคารส่งออก รายได้ค่าไฟฟ้า กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน และรายได้อื่นๆ เป็นต้น

³ โอเชียเนีย ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และหมู่เกาะอื่นๆ รวม 14 ประเทศ

4. โครงสร้างรายได้แยกตามกลุ่มลูกค้า

รายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยแยกตามกลุ่มลูกค้า ในปี 2558 - 2560 มีดังนี้

โครงสร้างรายได้	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. รายได้จากกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	1,391.29	81.84	1,377.19	79.79	1,364.95	80.90
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจนำเข้ารายใหญ่ที่นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อ (Agent, Importer, Distributor)	1,311.26	77.14	1,310.24	75.91	1,273.07	75.46
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ (Retailer)	58.76	3.45	51.09	2.96	79.20	4.69
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหารและร้านอาหาร	21.27	1.25	15.86	0.92	12.68	0.75
2. รายได้กลุ่มลูกค้าในประเทศ	227.55	13.39	247.87	14.36	197.14	11.69
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจส่งออกรายใหญ่ที่นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อ (Distributor)	173.25	10.19	193.86	11.23	105.69	6.27
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ (Retailer)	19.50	1.15	23.25	1.35	50.25	2.98
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหารและร้านอาหาร	34.80	2.05	30.76	1.78	41.20	2.44
รายได้จากการขายสินค้า	1,618.84	95.23	1,625.06	94.15	1,562.09	92.59
รายได้จากการขายอื่น ¹	73.17	4.30	84.23	4.88	84.15	4.99
รายได้จากการขายรวม	1,692.01	99.53	1,709.29	99.03	1,646.24	97.58
รายได้อื่น ²	7.92	0.47	16.66	0.97	40.76	2.42
รายได้รวม	1,699.93	100.00	1,725.95	100.00	1,687.00	100.00

หมายเหตุ: ¹ รายได้จากการขายอื่น เช่น รายได้จากการขายเมล็ดพันธุ์และปุ๋ยยา รายได้จากการขายเศษวัสดุของเสียจากกระบวนการผลิต เป็นต้น

² รายได้อื่น เช่น ดอกเบี้ยรับ รายได้ค่าเช่าอาคารส่งออก รายได้ค่าไฟฟ้า กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน และรายได้อื่นๆ เป็นต้น

2.2 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายข้าวโพดหวานแปรรูปและผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าเกษตรอื่นๆ

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายข้าวโพดหวานแปรรูปและผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าเกษตรอื่นๆ โดยเน้นผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานแปรรูปเป็นหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ และข้าวโพดหวานแช่แข็ง ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท "KC" รวมทั้งยังผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรอื่นๆ เช่น ถั่วขาวในซอสมะเขือเทศ ถั่วแระแช่แข็ง เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังมีการผลิตตามคำสั่งลูกค้าภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้ดังนี้

- 1) ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง (Canned Corn)
- 2) ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ (Pouch Corn)
- 3) ข้าวโพดหวานแช่แข็ง (Frozen Corn)

(1) ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง (Canned Corn)

ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง สามารถนำไปประกอบอาหารได้หลากหลายเมนูตามต้องการ ทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน มีทั้งในรูปของเมล็ดข้าวโพด (Whole Kernel Corn) และซूपข้าวโพด (Cream Style Corn) ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องของบริษัทผ่านกระบวนการการฆ่าเชื้อแบบสเตอริไรซ์อย่างสมบูรณ์ในระดับอุตสาหกรรม (Commercial Sterilization) จึงทำให้สามารถเก็บรักษาสภาพผลิตภัณฑ์ได้นาน 36 เดือนในอุณหภูมิปกติ ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องมีจำหน่าย 5 ขนาด ได้แก่ ขนาด 8 ออนซ์ 12 ออนซ์ 15 ออนซ์ 75 ออนซ์ และ 108 ออนซ์ และมี 3 สูตร ได้แก่ สูตรน้ำตาลและเกลือ สูตรน้ำเกลือ และสูตรน้ำเปล่า



Cream Style Corn

(2) ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทาน (Pouch Corn)

บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทาน เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับประทาน โดยใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทถุงสุญญากาศซึ่งเป็นมิตรแก๊สสิ่งแวดล้อม โดยทำให้สามารถจัดเก็บหรือทำลายได้สะดวกกว่ารูปแบบกระป๋องโลหะ

ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศของบริษัทจะถูกบรรจุในรีทอร์ท เพาซ์ (Retort Pouch) ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์อาหารชนิดหนึ่งที่มีความอ่อนตัว มีความแข็งแรงสามารถทนต่อความร้อนและความดันสูงได้ ซึ่งทำให้อาหารที่ผ่านการฆ่าเชื้อสามารถเก็บรักษาได้เป็นเวลานานและพร้อมรับประทาน ช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้รีทอร์ท เพาซ์ ซึ่งมีรูปร่างลักษณะแบน จึงทำให้มีพื้นที่ถ่ายเทความร้อนได้มากและความร้อนสามารถแทรกผ่านได้ดีกว่า ส่งผลให้ใช้เวลาในการฆ่าเชือน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารปริมาณเท่ากันที่บรรจุในกระป๋อง ซึ่งจะช่วยรักษาคุณภาพด้านต่างๆ ของอาหาร เช่น สี เนื้อสัมผัส ได้ดียิ่งขึ้น

ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

(2.1) ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบถุง (Retort Pouch Whole Kernel Sweet Corn)

เป็นผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบถุงในรูปแบบเมล็ดที่ผ่านกระบวนการการฆ่าเชื้อแบบสเตอริไรซ์หรือฆ่าเชื้ออย่างสมบูรณ์ในระดับอุตสาหกรรม (Commercial Sterilization) จึงทำให้สามารถรักษาคุณภาพได้เป็นอย่างดีและสามารถเก็บรักษาได้นานกว่า 18 เดือนในอุณหภูมิปกติ ปัจจุบันมีจำหน่าย 2 สูตร ได้แก่ สูตรน้ำตาลและเกลือ และสูตรน้ำเกลือ



Retort Pouch Whole Kernel Sweet Corn

(2.2) ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบฝัก (Retort Pouch Corn on the Cob)

เป็นผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบฝัก โดยคัดเลือกข้าวโพดหวานฝักใหญ่ นำมาบรรจุในถุงสุญญากาศด้วยเทคนิค Steamed Vacuum Packed และผ่านกระบวนการการฆ่าเชื้อแบบสเตอริไรซ์หรือฆ่าเชื้ออย่างสมบูรณ์ในระดับอุตสาหกรรม (Commercial Sterilization) จึงทำให้สามารถรักษาคุณภาพได้เป็นอย่างดีและสามารถเก็บรักษาได้นาน 12 เดือนในอุณหภูมิปกติ ซึ่งผู้บริโภคสามารถนำไปรับประทานได้ทันที



Retort Pouch Corn on the Cob (Single and Twin)

สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบฝัก บริษัทมีการจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศ และมีการจัดจำหน่ายภายในประเทศผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) บางแห่ง และล่าสุดบริษัทได้เริ่มดำเนินการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายข้าวโพดหวานบรรจุถุงพร้อมรับประทานแบบฝัก ภายใต้ตราสินค้า KC สำหรับกระจายสินค้าผ่านร้านสะดวกซื้อ ซึ่งโดยในปัจจุบันมีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ ในเขตภาคเหนือตอนบนและกรุงเทพมหานคร บางสาขา รวมกว่า 2,500 สาขา สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุถุงพร้อมรับประทานแบบฝัก และผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานปิ้งเนยพร้อมรับประทานมีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ ทั่วประเทศ รวมกว่า 9,000 สาขา

ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบฝัก และผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานปิ้งเนยพร้อมรับประทานที่จัดส่งให้แก่ร้านสะดวกซื้อ จะผ่านกระบวนการผลิตและฆ่าเชื้อแบบพาสเจอร์ไรส์ (Pasteurization) โดยผ่านความร้อนประมาณ 90-95 องศาเซลเซียส เพื่อฆ่าเชื้อโรค อย่างไรก็ตาม หลังจากการฆ่าเชื้อโรคแล้วและอยู่ในช่วงการเก็บรักษาเพื่อเตรียมความพร้อมในการส่งไปจำหน่าย ก็ยังมีความจำเป็นจะต้องเก็บรักษาระดับอุณหภูมิที่ต่ำกว่าประมาณ 2-6 องศาเซลเซียส เพื่อเป็นการป้องกันมิให้เกิดเชื้อจุลินทรีย์ ทั้งในการเก็บรักษาและระหว่างการขนส่ง เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยจะสามารถเก็บรักษาสินค้าได้นานประมาณ 7 วัน



(3) ข้าวโพดหวานแช่แข็ง (Frozen)

ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานแช่แข็ง ที่ผ่านกระบวนการแช่แข็งแบบไอคิวเอฟ (Individual Quick Freezing:IQF) ที่ต้องควบคุมอุณหภูมิในห้องแช่แข็งเท่ากับ -40 องศาเซลเซียสหรือต่ำกว่า โดยเมล็ดข้าวโพดหวานแต่ละเมล็ดจะสัมผัสกับตัวกลางที่ทำให้ความเย็นโดยตรงทำให้เกิดผลึกน้ำแข็ง ขนาดเล็ก มีลักษณะแยกจากกันเป็นเมล็ดๆ ไม่เกาะกันเป็นก้อน โดยต้องเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ในอุณหภูมิที่ต่ำกว่า -18 องศาเซลเซียสตลอดเวลา เพื่อรักษาความสดใหม่ของเมล็ด รักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และป้องกันการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ อีกทั้งยังช่วยป้องกันการ

เกิดผลึกใหม่ของน้ำแข็ง ที่เป็นสาเหตุของการเสื่อมคุณภาพของอาหารจากกรณีที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิของอาหารแช่แข็งอย่างรวดเร็ว ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานแช่แข็งของบริษัทมีหลายรูปแบบ เช่น เมล็ดข้าวโพดหวานแช่แข็ง ผักข้าวโพดหวานแช่แข็ง เป็นต้น



Frozen Sweet Corn Kernel

นอกจากเหนือจากข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องแล้ว บริษัทยังผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรอื่นๆ เช่น ถั่วขาวในซอสมะเขือเทศ ถั่วแระแช่แข็ง เป็นต้น



2.2.1 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการส่งเสริมการลงทุน

บริษัทได้รับการส่งเสริมการลงทุนโดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) จำนวน 3 ฉบับ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(1) เลขที่ 1354(1)/2552 จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในการผลิตไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ ประเภท 7.1 กิจการสาธารณูปโภคและบริการพื้นฐาน เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2552 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

สิทธิประโยชน์

- ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ
- มาตรา 31 วรรค 2 ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้รับจากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม มีกำหนดเวลา 8 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น โดยบริษัทเริ่มใช้สิทธิประโยชน์ในปี 2555 และคงเหลือสิทธิประโยชน์จำนวน 3 ปี
- ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้รับจากการลงทุนในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติ มีกำหนด 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดระยะเวลาตามมาตรา 31 วรรค 2
- ให้ได้รับอนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปาสองเท่าของค่าใช้จ่ายดังกล่าว เป็นระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น
- ให้ได้รับอนุญาตให้หักเงินลงทุนในการติดตั้ง ก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกร้อยละ 25 ของเงินลงทุน นอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ

เงื่อนไข

- มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระเต็ม ไม่น้อยกว่า 100.00 ล้านบาท
- มีกำลังการผลิตไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ 1 เมกะวัตต์ (เวลาทำงาน 15 ชั่วโมง/วัน: 300 วัน/ปี) โดยผล

พลอยได้ ได้แก่ เศษหรือของเสียจากกระบวนการผลิต

- มีขนาดการลงทุน (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) ไม่น้อยกว่า 1.00 ล้านบาท
- ต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่า ภายใน 2 ปี นับแต่วันที่เปิดดำเนินการ
- ตั้งโรงงานในท้องที่จังหวัดเชียงใหม่ และภายใน 15 ปี นับตั้งแต่วันที่เปิดดำเนินการจะย้ายโรงงานไปตั้งในท้องที่อื่นมิได้

(2) เลขที่ 2209(2)/2553 จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตพืชผักผลไม้แช่แข็ง ประเภท 1.11 กิจการผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหารโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2553 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

สิทธิประโยชน์

- ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ
- ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้รับจากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม มีกำหนดเวลา 8 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น โดยรายได้ที่นำมาคำนวณให้รวมถึงรายได้จากการจำหน่ายผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต ได้แก่ เศษหรือของเสียจากกระบวนการผลิต โดยบริษัทเริ่มใช้สิทธิประโยชน์ในปี 2555 และคงเหลือสิทธิประโยชน์จำนวน 3 ปี

เงื่อนไข

- มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระเต็ม ไม่น้อยกว่า 100.00 ล้านบาท
- ชนิดผลิตภัณฑ์ คือ พืชผักผลไม้แช่แข็ง เช่น ข้าวโพดเม็ด
- กำลังการผลิต ปีละ 7,200 ตัน (เวลาทำงาน 24 ชั่วโมง/วัน: 360 วัน/ปี) โดยผลพลอยได้ ได้แก่ เศษหรือของเสียจากกระบวนการผลิต
- มีขนาดการลงทุน (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) ไม่น้อยกว่า 1.00 ล้านบาท
- ภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ได้รับการยกเว้นมีมูลค่าไม่เกิน 65.00 ล้านบาท ทั้งนี้ จะปรับเปลี่ยนตามจำนวนเงินลงทุน โดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนที่แท้จริง
- ต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่า ภายใน 2 ปี นับแต่วันที่เปิดดำเนินการ
- ตั้งโรงงานในท้องที่จังหวัดเชียงใหม่ และภายใน 15 ปี นับตั้งแต่วันที่เปิดดำเนินการจะย้ายโรงงานไปตั้งในท้องที่อื่นมิได้

(3) เลขที่ 60-0694-1-00-1-0 จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตพืชผักผลไม้บรรจุภาชนะผนึก ประเภท 1.17 กิจการผลิตหรือถนอมอาหาร เครื่องดื่ม วัตถุดิบอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2559 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

สิทธิประโยชน์

- ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ
- ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้รับจากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม มีกำหนดเวลา 5 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น โดยรายได้ที่นำมาคำนวณให้รวมถึงรายได้จากการจำหน่ายผลพลอยได้ ได้แก่ เศษหรือของเสียจากกระบวนการผลิต โดยบริษัทเริ่มใช้สิทธิประโยชน์ในปี 2560 และคงเหลือสิทธิประโยชน์จำนวน 4 ปี

เงื่อนไข

- มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระเต็ม ไม่น้อยกว่า 108.00 ล้านบาท
- ชนิดผลิตภัณฑ์ คือ พืชผักผลไม้บรรจุกาชาชนะพณี เช่น ข้าวโพดหวาน เป็นต้น
- กำลังการผลิต ปีละ 7,000 ตัน (เวลาทำงาน 24 ชั่วโมง/วัน: 360 วัน/ปี) โดยผลพลอยได้ ได้แก่ เศษหรือของเสียจากกระบวนการผลิต
- มีขนาดการลงทุน (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) ไม่น้อยกว่า 1.00 ล้านบาท
- ภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ได้รับการยกเว้นมีมูลค่าไม่เกิน 28.63 ล้านบาท ทั้งนี้ จะปรับเปลี่ยนตามจำนวนเงินลงทุน โดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนที่แท้จริง
- ต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่า ภายใน 2 ปี นับแต่วันที่เปิดดำเนินการ
- ตั้งโรงงานในท้องที่จังหวัดเชียงใหม่ และภายใน 15 ปี นับตั้งแต่วันที่เปิดดำเนินการจะย้ายโรงงานไปตั้งในท้องที่อื่นมิได้

2.2.2 กลยุทธ์การแข่งขัน

(1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและมาตรฐานการผลิตซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักในการแข่งขัน โดยเน้นการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ให้ความใส่ใจในทุกขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดหวานที่ใช้ในการเพาะปลูก มาตรฐานในการรับวัตถุดิบข้าวโพดหวานจากเกษตรกรเพื่อให้ได้วัตถุดิบข้าวโพดหวานที่มีคุณภาพดีและมีความสดใหม่ ตลอดจนการเลือกใช้เครื่องจักรที่มีคุณภาพสูงและมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากต่างประเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต รวมถึงมีทีมงานตรวจสอบคุณภาพสินค้าในทุกกระบวนการผลิต เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกไปยังลูกค้าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามที่กำหนด

บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ในด้านการผลิตและควบคุมคุณภาพสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น มาตรฐาน Hazard Analysis Critical Control Point (HAACP) มาตรฐาน British Retail Consortium (BRC) และ Good Manufacturing Practice (GMP) มาตรฐาน Halal และมาตรฐาน Kosher ซึ่งเป็นความมุ่งมั่นของบริษัทในการผลิตสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

ปัจจุบันบริษัทมีการทำการตลาดภายในตลาดสินค้าของบริษัท "KC" มากขึ้น นอกเหนือจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า โดยในปี 2558 - 2560 บริษัทมีสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า "KC" ของบริษัทเท่ากับร้อยละ 20.94 ร้อยละ 25.63 และร้อยละ 21.92 ของรายได้รวม ตามลำดับ

นอกเหนือจาก ความหลากหลายของรูปแบบสินค้าในปัจจุบันของบริษัท เช่น ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบถุงและฝัก และข้าวโพดหวานแช่แข็งแล้ว บริษัทยังมีทีมงานวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานในรูปแบบที่หลากหลายขึ้น รวมถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในการร่วมกันออกแบบผลิตภัณฑ์กับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค

(2) กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาขาย (Price)

บริษัทมีการนโยบายกำหนดราคาตามต้นทุนของผลิตภัณฑ์บวกด้วยอัตรากำไรที่เหมาะสมหรือวิธีการบวกส่วนเพิ่มจากต้นทุน (Cost plus margin) ควบคู่ไปกับการพิจารณาลักษณะผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท บริษัทมีการจัดทำ Price List สำหรับสินค้าทุกรายการ ทั้งนี้ บริษัทจะพิจารณา Price List ดังกล่าวเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนการ

ผลิต ภาวะการตลาดและการแข่งขัน และภาวะความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ส่งผลให้บริษัทสามารถควบคุม ติดตาม และบริหารจัดการอัตราค่าไของบริษัทให้อยู่ในระดับที่น่าพอใจ

(3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัท สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ การจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศ และ การจัดจำหน่ายภายในประเทศ ในปี 2558 - 2560 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายให้กับลูกค้าต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 81.84 ร้อยละ 79.79 และร้อยละ 80.90 ของรายได้รวม ตามลำดับ

สำหรับการจำหน่ายในต่างประเทศ บริษัทจะเน้นการจำหน่ายให้แก่ลูกค้ากลุ่มลูกค้าธุรกิจนำเข้ารายใหญ่ที่น่าผลิตรายใหญ่ไปจำหน่ายต่อ หรือเป็นตัวแทนผู้นำเข้า (Food Importer, Agent, Distributor) เป็นหลัก เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีมูลค่าและปริมาณการสั่งซื้อสูง โดยบริษัทมีพนักงานฝ่ายขายและการตลาดเพื่อดูแลลูกค้าต่างประเทศเป็นการเฉพาะ ซึ่งจะมีการแบ่งทีมขายเพื่อดูแลลูกค้าตามเขตการขายในแต่ละทวีป ได้แก่ เอเชีย แอฟริกา อเมริกาใต้ และยุโรป รวมทั้งตะวันออกกลาง

สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานภายในประเทศ บริษัทจะเน้นการจำหน่ายให้แก่กลุ่มลูกค้าธุรกิจส่งออกอาหารรายใหญ่ (Food Exporter, Agent, Distributor) เป็นหลัก นอกจากนี้ ตั้งแต่ช่วงปลายปี 2559 เป็นต้นมา บริษัทเริ่มมีการทำการตลาดเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) อาทิเช่น 7-Eleven, Makro มากขึ้น ภายใต้ตราสินค้า "KC" เป็นหลัก

เพื่อเป็นการสร้างแบรนด์แก่สินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น บริษัทได้ตั้งมีหน่วยงานฝ่ายพัฒนาธุรกิจทำการวิเคราะห์ตลาด และพัฒนาสินค้า เพื่อโอกาสในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศให้มากขึ้น

(4) กลยุทธ์ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ (Promotion)

บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา โดยมีกิจกรรมหรือการดำเนินการตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้เป็นที่รู้จักผ่านช่องทางหลักได้แก่ การร่วมจัดแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการเกี่ยวกับอาหาร ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จัก เพื่อเป็นการพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกิจและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม สํารวจข้อมูลคู่แข่งและภาวะตลาดในปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถติดตามสถานการณ์เพื่อปรับกลยุทธ์ในด้านการส่งเสริมการขายและการตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น รวมถึงช่วยเสริมสร้างโอกาสในการพบปะลูกค้ารายใหม่ ที่ผ่านมามีการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า เช่น

- งาน Anuga Food Fair : จัดขึ้นทุกสองปี ที่เมืองโคโลญ (Cologne) ประเทศเยอรมนี
- งาน Foodex Japan: จัดขึ้นทุกปีที่เมืองชิบะ (Chiba) ประเทศญี่ปุ่น
- งาน Prodexpo: จัดขึ้นทุกปีที่เมืองมอสโก (Moscow) ประเทศรัสเซีย
- งาน Gulf Food Dubai: จัดขึ้นทุกปีที่เมืองดูไบ (Dubai) ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
- งาน Seoul Food & Hotel : จัดขึ้นทุกปีที่เมืองโซล (Seoul) ประเทศเกาหลีใต้
- งาน THAIFEX World of Food Asia : จัดขึ้นทุกปีที่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
- งาน Food Taipei: จัดขึ้นทุกปีที่เมืองไทเป (Taipei) ประเทศไต้หวัน
- งาน SIAL China: จัดขึ้นทุกปีที่เมืองเซี่ยงไฮ้ (Shanghai) ประเทศจีน
- งาน World Food Istanbul: จัดขึ้นทุกปีที่เมืองอิสตันบูล (Istanbul) ประเทศตุรกี

- งาน Fine Food Australia : จัดขึ้นทุกปีที่เมืองเมลเบิร์น (Melbourne) และเมืองซิดนีย์ (Sydney) ประเทศออสเตรเลีย
- งาน SIAL Paris: จัดขึ้นทุกสองปีที่เมืองปารีส (Paris) ประเทศฝรั่งเศส

สำหรับการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ บริษัทจะเน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยเน้นไปที่การสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าข้าวโพดหวาน ควบคู่ไปกับการสร้างความตระหนักในตราสินค้า (Brand Awareness) สำหรับผู้บริโภค เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ บริษัทยังมีการประชาสัมพันธ์และสื่อสารตราสินค้า "KC" ของบริษัทให้กับผู้บริโภคทั่วไปผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัท (www.sunsweetthai.com) โซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น Facebook รวมถึงการแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้ผู้บริโภคทดลองรับประทาน เพื่อสร้างประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ (Consumer Experience) และเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

2.2.3 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ปัจจุบัน บริษัทมีฐานลูกค้ามากกว่า 200 รายซึ่งกระจายอยู่มากกว่า 50 ประเทศทั่วโลก เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน รัสเซีย ซาอุดีอาระเบีย สวิสเซอร์แลนด์ เยอรมนี เลบานอน ตุรกี อิหร่าน เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้าของบริษัท สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทหลัก ดังนี้

- (1) กลุ่มลูกค้าประเภทผู้นำเข้า/ส่งออกอาหารรายใหญ่ที่นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อ (Distributor หรือ Wholesaler): เป็นกลุ่มลูกค้าที่นำผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปกระจายหรือจำหน่ายต่อให้แก่ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในต่างประเทศ ในปัจจุบันกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท เนื่องจากมีมูลค่าและปริมาณการสั่งซื้อสูง
- (2) กลุ่มลูกค้าค้าปลีกขนาดใหญ่ (Retailer) และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade): เป็นกลุ่มลูกค้าที่ประกอบธุรกิจค้าปลีก เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อที่มีเครือข่ายสาขาจำนวนมาก สำหรับการจำหน่ายสินค้าในประเทศ ปัจจุบันบริษัทมีการขยายช่องทางจำหน่ายไปยังกลุ่มร้านค้าปลีกโมเดิร์นเทรดมากขึ้น เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มีเครือข่ายผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก กล่าวคือกลุ่มร้านค้าปลีกดังกล่าวมักจะมีสาขากระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค อาทิเช่น 7-Eleven, Makro เป็นต้น นอกจากนี้การจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้ากลุ่มนี้ยังเป็นการสร้างชื่อเสียงและความตระหนัก (Brand Awareness) ในตราสินค้า "KC" ของบริษัท สร้างโอกาสในการเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคในประเทศมากขึ้น
- (3) กลุ่มลูกค้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิอาหารและร้านอาหาร: เป็นกลุ่มลูกค้าที่นำข้าวโพดหวานไปเป็นวัตถุดิบหรือส่วนผสมในอาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปต่างๆ

สัดส่วนรายได้ตามประเภทกลุ่มลูกค้าและภูมิศาสตร์ สามารถแสดงได้ดังนี้

ตารางแสดงสัดส่วนรายได้ตามประเภทกลุ่มลูกค้า ปี 2558-2560

โครงสร้างรายได้	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. รายได้จากกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	1,391.29	81.84	1,377.19	79.79	1,364.95	80.90
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจนำเข้ารายใหญ่ที่นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อ (Agent, Importer, Distributor)	1,311.26	77.14	1,310.24	75.91	1,273.07	75.46
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ (Retailer)	58.76	3.45	51.09	2.96	79.20	4.69

โครงสร้างรายได้	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหารและร้านอาหาร	21.27	1.25	15.86	0.92	12.68	0.75
2. รายได้กลุ่มลูกค้าในประเทศ	227.55	13.39	247.87	14.36	197.14	11.69
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจส่งออกขายใหญ่ที่นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อ (Distributor)	173.25	10.19	193.86	11.23	105.69	6.27
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ (Retailer)	19.50	1.15	23.25	1.35	50.25	2.98
- กลุ่มลูกค้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหารและร้านอาหาร	34.80	2.05	30.76	1.78	41.20	2.44
รายได้จากการขายสินค้า	1,618.84	95.23	1,625.06	94.15	1,562.09	92.59
รายได้จากการขายอื่น ^{1/}	73.17	4.30	84.23	4.88	84.15	4.99
รายได้จากการขายรวม	1,692.01	99.53	1,709.29	99.03	1,646.24	97.58
รายได้อื่น ^{2/}	7.92	0.47	16.66	0.97	40.76	2.42
รายได้รวม	1,699.93	100.00	1,725.95	100.00	1,687.00	100.00

ตารางแสดงสัดส่วนรายได้ตามประเภทภูมิศาสตร์ ปี 2558 - 2560

โครงสร้างรายได้	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. รายได้จากการขายต่างประเทศ	1,391.29	81.84	1,377.19	79.79	1,364.95	80.90
1.1 เอเชีย	857.59	50.45	840.48	48.70	847.74	50.25
1.2 ตะวันออกกลาง	242.68	14.27	308.85	17.89	254.53	15.09
1.3 ยุโรป	232.32	13.67	157.03	9.10	159.05	9.42
1.4 แอฟริกา	27.00	1.59	7.78	0.45	3.72	0.22
1.5 อเมริกา	25.30	1.49	37.59	2.18	58.07	3.44
1.6 โอเชียเนีย ^{3/}	6.40	0.37	25.46	1.47	41.84	2.48
2. รายได้จากการขายในประเทศ	227.55	13.39	247.87	14.36	197.14	11.69
รายได้จากการขายสินค้า	1,618.84	95.23	1,625.06	94.15	1,562.09	92.60
รายได้จากการขายอื่น ^{1/}	73.17	4.30	84.23	4.88	84.15	4.99
รายได้จากการขายรวม	1,692.01	99.53	1,709.29	99.03	1,646.24	97.58
รายได้อื่น ^{2/}	7.92	0.47	16.66	0.97	40.76	2.42
รายได้รวม	1,699.93	100.00	1,725.95	100.00	1,687.00	100.00

2.2.4 ภาวะอุตสาหกรรม

ข้าวโพดหวาน (Zea mays saccharata) เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่นิยมนำไปแปรรูปและจำหน่ายเพื่อการบริโภคเป็นหลัก ข้าวโพดหวานเป็นพืชผลทางการเกษตรที่มีต้นกำเนิดจากทางตอนกลางของทวีปอเมริกามามากกว่า 1,000 ปี ซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นพืชที่นิยมปลูกในหลากหลายประเทศทั่วโลก เนื่องจากเป็นพืชที่ปลูกไม่ยาก และมีอัตราการให้ผลตอบแทนต่อพื้นที่สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับพืชผลทางการเกษตรบางชนิด

ภาพรวมด้านการผลิตข้าวโพดหวาน

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในหลายๆ ประเทศที่นิยมปลูกข้าวโพดหวาน เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบทางธรรมชาติที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก กล่าวคือประเทศไทยมีสภาพอากาศระหว่างฤดูที่ไม่แตกต่างกันมาก

นัก ปริมาณแสงแดดอยู่ในระดับที่เหมาะสมตลอดปี ทำให้สามารถปลูกข้าวโพดหวานได้เกือบตลอดทั้งปี นอกจากนี้พัฒนาการทางเทคโนโลยีด้านการเพาะปลูกในปัจจุบันส่งผลให้ผู้ปลูกสามารถควบคุมคุณภาพ สร้างผลผลิตและผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานใหม่ๆ ได้ตรงตามความต้องการมากขึ้น ในขณะที่แนวโน้มการบริโภคข้าวโพดหวานทั่วโลกก็สูงขึ้น เพราะข้าวโพดหวานเป็นอาหารที่มีรสชาติหวานแบบธรรมชาติ อีกทั้งสังคมเริ่มตระหนักถึงการดูแลสุขภาพด้านอาหารการกิน ด้วยเหตุผลดังกล่าวประเทศไทยจึงนิยมปลูกข้าวโพดหวาน จนกลายเป็นสินค้าเกษตรทางเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศ

ข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ระบุว่า ในปี 2556 ปี 2557 และปี 2558 ปริมาณการเพาะปลูกข้าวโพดหวานเท่ากับ 385,691 ตัน 459,490 ตัน และ 434,453 ตัน ตามลำดับ พื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่อยู่ที่ภาคเหนือ ซึ่งมีปริมาณการเพาะปลูกเท่ากับ 169,846 ตัน 195,096 ตัน และ 204,971 ตัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.04 ร้อยละ 42.46 และร้อยละ 47.18 ของปริมาณการเพาะปลูกรวมภายในประเทศ ตามลำดับ

ภาพรวมมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานทั่วโลก

รายงานจากศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) ระบุว่ามูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวาน พิกัด 07104000 ข้าวโพดหวานแบบสดหรือแบบแปรรูป (ดิบหรือทำให้สุกโดยการนึ่งหรือต้ม) แช่เย็นจนแข็ง ในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 เท่ากับ 402.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 392.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 396.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด 3 อันดับแรกในปี 2558 ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (81.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) อังกฤษ (59.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และเบลเยียม (34.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ตามลำดับ ส่วนปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานพิกัด 07104000 ทั่วโลก ใน ปี 2556 ปี 2557 และปี 2558 เท่ากับ 320,159 ตัน 369,912 ตัน และ 454,747 ตัน ตามลำดับ โดยประเทศที่มีปริมาณการส่งออก 3 ลำดับแรก ได้แก่ อินโดนีเซีย (79,165 ตัน) อังกฤษ (70,962 ตัน) และสหรัฐอเมริกา (69,713 ตัน)

สำหรับการส่งออกข้าวโพดหวาน พิกัด 20058000 ข้าวโพดหวาน พันธุ์ Zea Mays var. Saccharata ที่ปรุงแต่งหรือทำให้ไม่ให้เกิดเสียโดยวิธีอื่น นอกจากใช้น้ำส้มสายชูหรือกรดอะซิติก ไม่ได้แช่เย็นจนแข็ง ในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 เท่ากับ 1,023.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 849.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 873.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด 3 อันดับแรกในปี 2559 ได้แก่ ประเทศไทย (196.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) อังกฤษ (185.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และฝรั่งเศส (140.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ตามลำดับ ส่วนปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานพิกัด 20058000 ทั่วโลก ในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 เท่ากับ 757,130 ตัน 707,775 ตัน และ 745,705 ตัน ตามลำดับ โดยประเทศที่มีปริมาณการส่งออก 3 ลำดับแรก ในปี 2559 ได้แก่ ประเทศไทย (209,251 ตัน) อังกฤษ (179,779 ตัน) และฝรั่งเศส (97,264 ตัน)

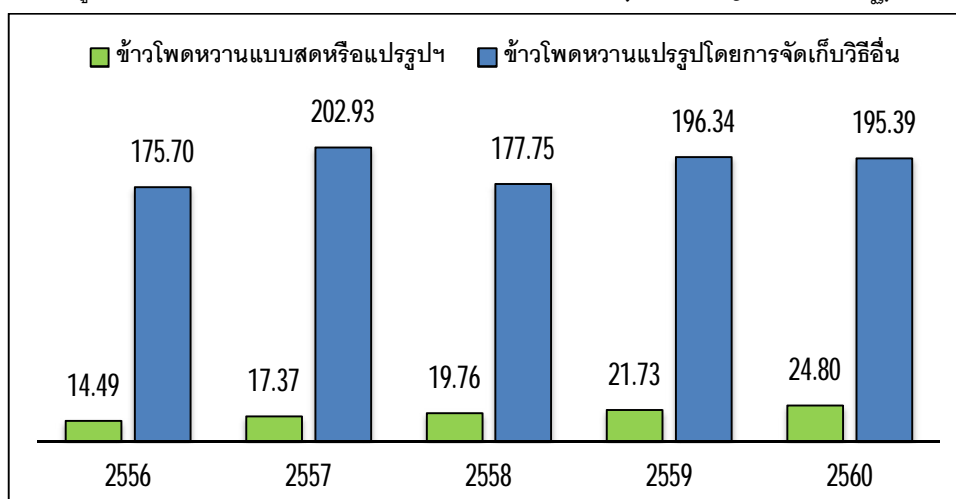
เพื่อความเข้าใจในพิกัดสินค้าของข้าวโพดหวานตามที่กล่าว ซึ่งมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ พิกัด 07104000 หมายถึงข้าวโพดหวานที่ใช้การแช่เย็นเพื่อรักษาสภาพของข้าวโพดหวานแบบสดและแบบแปรรูป หลังจากผ่านกระบวนการด้วยความร้อน ส่วนพิกัด 20058000 นั้นหมายถึงข้าวโพดหวานที่ใช้การปรุงแต่งรูปแบบอื่นๆ ที่ไม่ใช้การแช่แข็ง แต่จะใช้ เกลือ หรือสารปรุงแต่งอื่นๆ (ยกเว้นน้ำส้มสายชู) การส่งออกผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทจะเป็นข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องที่ไม่ได้ผ่านการแช่แข็ง แต่จะใช้เกลือเป็นส่วนประกอบในการผลิตเพื่อคงสภาพของสินค้าข้าวโพดหวานไว้ไม่ให้เสีย จึงถูกจัดอยู่ในพิกัด 20058000 โดยมียอดขายคิดเป็น ร้อยละ 84.29 ของยอดขายผลิตภัณฑ์จากข้าวโพดหวานทั้งหมดของบริษัท ส่วนการส่งออกสินค้าภายใต้พิกัด 07104000 ซึ่งเป็นข้าวโพดแบบแช่เย็นจัดจนแข็ง มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 15.71 ของยอดขายผลิตภัณฑ์จากข้าวโพดหวานทั้งหมดของบริษัท

ภาพรวมตลาดข้าวโพดหวานของประเทศไทย

ประเทศไทยถือว่าเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก ทั้งด้านปริมาณและมูลค่า หากพิจารณาเฉพาะเจาะจงลงไปในตลาดข้าวโพดหวาน โดยอ้างอิงข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) พบว่า ในปี 2557 - ปี 2559 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานแบบสดหรือแปรรูปฯ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงระยะเวลาดังกล่าว โดยในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 มีมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานแบบสดหรือแบบแปรรูป (ดิบหรือทำให้สุกโดยการนึ่งหรือต้ม) แซ่เย็นจนแข็ง เท่ากับ 17.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 19.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 21.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ส่วนปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวาน ในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 เท่ากับ 14,702 ตัน 17,494 ตัน และ 19,241 ตัน ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนปริมาณการส่งออกเท่ากับร้อยละ 5 ของปริมาณการส่งออกรวมทั่วโลก

สำหรับการส่งออกข้าวโพดหวานแปรรูปโดยผ่านการความร้อนด้วยไอน้ำ หรือการต้มในน้ำ หรือแบบแช่เยือกแข็ง ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นผู้ส่งออกที่ใหญ่ที่สุดของโลก ทั้งในด้านมูลค่าและด้านปริมาณ โดยในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 ประเทศไทยได้ส่งออกข้าวโพดหวานในกลุ่มนี้ มูลค่าเท่ากับ 206.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 180.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 196.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ส่วนปริมาณการส่งออกในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 เท่ากับ 200,044 ตัน 186,060 ตัน และ 209,251 ตัน ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวโพดหวาน¹จากประเทศไทย (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)²



¹ข้อมูลมูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานจากสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร

²อ้างอิงการคำนวณจากอัตราแลกเปลี่ยนกลางของแต่ละปีโดยธนาคารแห่งประเทศไทย

ตารางแสดงมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวาน¹ แบ่งตามประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ 10 ลำดับแรก (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
1. สหรัฐอเมริกา	69.39	64.55	82.02	81.41	97.98
2. อังการี	65.02	63.19	79.29	59.13	58.28
3. เบลเยียม	28.60	30.96	30.22	34.33	29.34
4. แคนาดา	20.65	19.25	19.40	27.42	22.38
5. จีน	27.02	25.31	23.68	21.95	22.72
6. ฝรั่งเศส	31.46	29.16	24.76	20.23	20.07
7. ไทย	14.99	14.70	17.55	19.74	21.76
8. อินโดนีเซีย	0.80	0.99	6.35	18.90	No Data

ประเทศ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
9. สเปน	12.31	13.42	19.71	18.10	19.76
10. นิวซีแลนด์	18.29	17.59	18.38	16.02	14.31

¹ข้อมูลมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานจาก ศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) เป็นไปตามเลขพิกัด 07104000 “ข้าวโพดหวาน แบบสด หรือแบบแปรรูปโดยผ่านการความร้อนด้วยไอน้ำ หรือการต้มในน้ำ หรือแบบแช่เยือกแข็ง”

ตารางแสดงมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวาน²แบ่งตามประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ 10 ลำดับแรก (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
1. ไทย	183.88	178.69	206.35	180.02	196.00
2. อังกฤษ	178.58	220.71	228.73	179.31	185.02
3. ฝรั่งเศส	215.26	207.61	210.36	149.82	140.10
4. สหรัฐอเมริกา	125.17	129.35	118.29	114.10	107.87
5. จีน	42.70	57.41	58.90	54.93	75.46
6. สเปน	44.75	41.62	44.61	41.55	41.06
7. เบลเยียม	40.22	49.78	44.79	33.09	31.54
8. บราซิล	10.04	13.23	10.36	10.14	12.03
9. รัสเซีย	11.66	17.53	13.44	9.58	11.58
10. เยอรมนี	6.14	6.60	8.79	11.47	10.84

²ข้อมูลมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานจาก ศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) เป็นไปตามเลขพิกัด 20058000 “ข้าวโพดหวาน พันธุ์ “Zea Mays var. Saccharata” แปรรูปโดยการจัดเก็บโดยไม่ใช้ น้ำส้มสายชู หรือกรดน้ำส้ม (และไม่รวมการแช่แข็ง)”

ตารางแสดงปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวาน³แบ่งตามประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ 10 ลำดับแรก (ตัน)

ประเทศ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
1. อินโดนีเซีย	707	817	19,999	79,165	N.A.
2. อังกฤษ	62,442	58,911	75,397	70,962	73,534
3. สหรัฐอเมริกา	56,977	53,252	70,637	69,713	84,415
4. เบลเยียม	21,831	22,020	21,352	31,684	26,075
5. จีน	32,939	32,087	30,398	27,993	28,981
6. แคนาดา	16,698	16,112	17,462	26,969	19,778
7. ฝรั่งเศส	28,176	24,973	20,080	21,939	21,454
8. สเปน	14,490	13,266	17,683	19,964	20,500
9. ไทย	11,742	11,846	14,702	17,494	19,241
10. โปแลนด์	9,771	13,006	15,550	16,979	16,460

³ข้อมูลปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานจาก ศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) เป็นไปตามเลขพิกัด 07104000 “ข้าวโพดหวาน แบบสด หรือแบบแปรรูปโดยผ่านการความร้อนด้วยไอน้ำ หรือการต้มในน้ำ หรือแบบแช่เยือกแข็ง”

ตารางแสดงปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวาน⁴แบ่งตามประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ 10 ลำดับแรก (ตัน)

ประเทศ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
1. ไทย	172,188	167,025	200,044	186,060	209,251
2. อังกฤษ	136,142	179,041	176,329	163,455	179,779

ประเทศ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
3. ฝรั่งเศส	122,233	113,563	115,011	102,334	97,264
4. สหรัฐอเมริกา	111,411	102,992	94,688	92,543	91,047
5. จีน	36,578	46,653	44,862	39,537	45,133
6. สเปน	26,109	21,560	24,350	24,975	22,999
7. เบลเยียม	23,291	27,939	23,824	21,294	20,744
8. บราซิล	8,740	10,776	8,599	10,686	13,268
9. รัสเซีย	7,746	11,544	8,849	7,830	10,136
10. เยอรมนี	4,333	4,337	5,954	8,756	8,112

⁴ข้อมูลปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานจากศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) เป็นไปตามเลขพิกัด 20058000 “ข้าวโพดหวาน พันธุ์ “Zea Mays var. Saccharata” แปรรูปโดยการจัดเก็บโดยไม่ใช้ น้ำส้มสายชู หรือกรดน้ำส้ม (และไม่รวมการแช่แข็ง)”

นโยบายสนับสนุนภาคการเกษตรจากรัฐบาล

รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญทางเศรษฐกิจจากภาคการเกษตร ซึ่งถือเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดของประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศเกษตรกรรม ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายที่จะทบทวนและประกาศแผนพัฒนาภาคเกษตรกรรมทุก ๆ 5 ปี เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา นอกจากนี้ ด้วยความตระหนักถึงความสำคัญในภาคเกษตรกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้กำหนดคตพจน์ประจำกระทรวง ไว้ว่า “ภาคเกษตรก้าวไกลด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลาดนำการผลิต ชีวิตเกษตรมีคุณภาพ ทรัพยากรการเกษตรมีความสมดุลและยั่งยืน”

แผนพัฒนาภาคการเกษตรล่าสุดจากรัฐบาลสำหรับปี 2560 - ปี 2564 มีจุดมุ่งหมายหลัก ๆ ในการพัฒนาภาคเกษตรกรรมของประเทศ ดังนี้

- เพื่อพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร รัฐบาลมีแผนที่จะมุ่งเน้นไปที่การสร้าง ความมั่นคงทางด้านอาชีพและความสามารถในการแก่เกษตรกร ผ่านการถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกร เพื่อพัฒนาความเป็นมืออาชีพมากขึ้น และการสร้างกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการอาชีพเกษตรกร เพื่อสร้างความปึกแผ่นของเกษตรกร และ/หรือองค์กรด้านการเกษตรที่เกี่ยวข้อง
- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการผลผลิต รัฐบาลมีแผนที่จะมุ่งเน้นไปที่การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) เพื่อสนับสนุนการผลิตสินค้าที่มีมาตรฐาน ลดต้นทุนการผลิต พร้อมกับการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตรให้สูงขึ้น
- เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รัฐบาลมีแผนที่จะสนับสนุนการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตร และจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสารสนเทศด้านการเกษตรเพื่อเป็นฐานแหล่งข้อมูลแห่งการเรียนรู้ให้เกษตรกร
- สร้างความมั่นคงยั่งยืนในด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รัฐบาลมีนโยบายที่จะสนับสนุนการทำเกษตรกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างระบบการจัดสรรพื้นที่ทางการเกษตรให้เหมาะสม เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในอุตสาหกรรมเกษตรให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

ภาพรวมด้านการบริโภคข้าวโพดหวาน

ข้อมูล จาก USDA National Nutrient Database รายงานว่า ปัจจุบัน เนื่องด้วยภาวะทางสังคมมีความตระหนักถึงเรื่อง การดูแลสุขภาพมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความต้องการในการเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งข้าวโพดหวานถือได้ว่าเป็นหนึ่งในอาหารตัวเลือกของคนรักสุขภาพ เพราะข้าวโพดหวานเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง อาทิเช่น มีกากอาหาร

วิตามิน และสารต้านอนุมูลอิสระ นอกจากนี้ ข้อมูลจากองค์การวิจัยทางการตลาดอิสระภายใต้ชื่อ **Euromonitor International** และ **Nielson Global Health and Wellness Report 2015** ได้คาดการณ์ว่า มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารด้านสุขภาพ จะขยับสูงถึง 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี 2560 โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งมีแนวโน้มที่นิยมใช้จ่ายมากขึ้นเพื่อบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ

ภาพรวมการนำเข้าข้าวโพดหวานของประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่

ข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) ชี้ให้เห็นปริมาณความต้องการบริโภคข้าวโพดหวานที่มีนัยสำคัญ สำหรับข้าวโพดหวานแบบสดหรือแบบแปรรูป (ดิบหรือทำให้สุกโดยการนึ่งหรือต้ม) แะเย็นจนแข็ง ญี่ปุ่นถือเป็นประเทศที่มีความต้องการบริโภคข้าวโพดหวานมากที่สุด ด้วยมูลค่าการนำเข้าสินค้าข้าวโพดหวานแบบสดหรือแปรรูปฯ สูงถึง 66.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2558 ตามมาด้วยสหราชอาณาจักรซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าข้าวโพดหวานสูงถึง 51.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2558 และอันดับ 3 คือประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าข้าวโพดหวานสูงถึง 36.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนการนำเข้าสินค้าข้าวโพดหวานแปรรูปโดยผ่านการความร้อนด้วยไอน้ำ หรือการต้มในน้ำ หรือแบบแช่เยือกแข็งไปที่สหราชอาณาจักรถือได้ว่าเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ที่สุดในเชิงมูลค่า ซึ่งสูงถึง 88.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2559 ตามด้วยญี่ปุ่นซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าข้าวโพดหวานสูงถึง 86.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ ประเทศเยอรมนี ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าข้าวโพดหวาน 84.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

หากพิจารณาในด้านปริมาณการนำเข้าข้าวโพดหวานแบบสดหรือแปรรูปฯ จะพบว่าสหราชอาณาจักรเป็นผู้นำเข้าข้าวโพดหวานสูงที่สุดในปี 2558 ด้วยปริมาณการนำเข้าถึง 51,966 ตัน รองลงมาได้แก่ญี่ปุ่น ซึ่งมีปริมาณการนำเข้าในปี 2558 เท่ากับ 43,878 ตัน และอันดับสาม ได้แก่เบลเยียม ซึ่งมีปริมาณการนำเข้าเท่ากับ 36,404 ตัน สำหรับสินค้าข้าวโพดหวานแปรรูปโดยผ่านการความร้อนด้วยไอน้ำ หรือการต้มในน้ำ หรือแบบแช่เยือกแข็งไปยังประเทศเยอรมนีถือได้ว่าเป็นผู้นำเข้าข้าวโพดหวานในรูปแบบนี้ ด้วยปริมาณมากที่สุดสูงถึง 71,278 ตันในปี 2559 ตามด้วย สหราชอาณาจักรด้วย 67,662 ตัน และ ญี่ปุ่น ด้วย 56,117 ตัน

ตารางแสดงมูลค่าการนำเข้าข้าวโพดหวาน⁵แบ่งตามประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ 10 ลำดับแรก (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
1. ญี่ปุ่น	75.45	74.26	65.02	66.79	72.36
2. สหราชอาณาจักร	55.31	52.50	59.31	51.96	42.06
3. สหรัฐอเมริกา	28.90	27.95	27.18	36.45	32.89
4. เบลเยียม	33.82	38.80	44.62	33.88	34.38
5. จีน	18.85	16.17	16.30	16.96	16.22
6. เยอรมนี	13.92	16.34	18.29	15.79	14.96
7. ชาอุดีอาระเบีย	14.24	15.04	12.63	12.47	No Data
8. ออสเตรเลีย	15.21	13.42	13.26	11.41	9.70
9. เม็กซิโก	6.03	7.41	8.42	9.12	10.68
10. รัสเซีย	9.52	8.64	9.44	9.10	8.24

⁵ข้อมูลมูลค่าการนำเข้าข้าวโพดหวานจาก ศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) เป็นไปตามเลขพิกัด 07104000 "ข้าวโพดหวาน แบบสด หรือแบบแปรรูปโดยผ่านการความร้อนด้วยไอน้ำ หรือการต้มในน้ำ หรือแบบแช่เยือกแข็ง"

ตารางแสดงมูลค่าการนำเข้าข้าวโพดหวาน⁶แบ่งตามประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ 10 ลำดับแรก (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
1. สหราชอาณาจักร	94.85	94.14	100.59	80.75	88.24
2. ญี่ปุ่น	98.20	92.42	91.64	91.30	86.65
3. เยอรมนี	97.11	107.46	106.21	86.88	84.10
4. สเปน	76.62	76.48	70.24	65.97	58.66
5. เกาหลีใต้	39.99	34.50	33.71	38.77	43.69
6. เบลเยียม	43.52	50.92	54.48	42.29	36.68
7. ฝรั่งเศส	49.26	53.89	58.05	30.22	31.23
8. ไต้หวัน	29.20	28.90	28.48	28.06	30.99
9. สวีเดน	30.20	26.57	34.86	28.90	30.33
10. อิตาลี	34.64	34.80	36.87	30.85	30.19

⁶ข้อมูลมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานจาก ศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) เป็นไปตามเลขพิกัด 20058000 “ข้าวโพดหวาน พันธุ์ “Zea Mays var. Saccharata” แปรูปโดยการจัดเก็บโดยไม่ใช้ น้ำส้มสายชู หรือกรดน้ำส้ม (และไม่รวมการแช่แข็ง)”

ตารางแสดงปริมาณการนำเข้าข้าวโพดหวาน⁷แบ่งตามประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ 10 ลำดับแรก (ตัน)

ประเทศ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
1. สหราชอาณาจักร	47,522	44,929	50,265	51,996	47,170
2. ญี่ปุ่น	47,790	46,616	41,216	43,878	49,026
3. เบลเยียม	32,014	35,216	41,256	36,404	40,451
4. สหรัฐอเมริกา	21,121	21,054	22,076	32,482	25,930
5. เยอรมนี	11,936	12,911	13,613	14,942	13,899
6. รัสเซีย	12,116	10,887	12,177	13,983	12,549
7. จีน	15,609	12,641	12,695	12,960	12,675
8. ซาอุดีอาระเบีย	10,188	11,456	9,474	10,770	No Data
9. ออสเตรเลีย	10,581	9,644	10,080	10,137	8,643
10. สเปน	6,139	5,451	6,602	9,039	6,666

⁷ข้อมูลปริมาณการนำเข้าข้าวโพดหวานจาก ศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) เป็นไปตามเลขพิกัด 07104000 “ข้าวโพดหวาน แบบสด หรือแบบแปรรูปโดยผ่านการความร้อนด้วยไอน้ำ หรือการต้มในน้ำ หรือแบบแช่เยือกแข็ง”

ตารางแสดงปริมาณการนำเข้าข้าวโพดหวาน⁸แบ่งตามประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ 10 ลำดับแรก (ตัน)

ประเทศ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
1. เยอรมนี	71,043	74,222	74,000	71,589	71,278
2. สหราชอาณาจักร	58,471	56,438	58,832	56,724	67,662
3. ญี่ปุ่น	58,928	54,482	55,013	55,400	56,117
4. เกาหลีใต้	35,376	30,455	32,683	37,848	45,265
5. สเปน	43,516	40,992	43,035	44,130	29,911

ประเทศ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
6. ใต้หวัน	24,170	23,926	24,405	25,151	28,246
7. เบลเยียม	31,164	32,913	33,076	31,966	26,774
8. รัสเซีย	46,027	44,807	47,463	23,638	26,375
9. ฝรั่งเศส	33,166	34,415	37,957	24,193	25,869
10. อิตาลี	20,384	19,306	19,565	21,576	22,341

^๑ข้อมูลมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานจาก ศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) เป็นไปตามเลขพิกัด 20058000 “ข้าวโพดหวาน พันธุ์ “Zea Mays var. Saccharata” แปรรูปโดยการจัดเก็บโดยไม่ใช้ น้ำส้มสายชู หรือกรดน้ำส้ม (และไม่รวมการแช่แข็ง)”

สำหรับสินค้าข้าวโพดหวานที่ประเทศไทยส่งออกนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือข้าวโพดหวานแช่แข็ง (เลขพิกัด 10160202 ตามหลักการของกรมศุลกากร ซึ่งตรงกับข้าวโพดหวานแบบสดหรือแปรรูปฯ ของข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ) และ ข้าวโพดหวานกระป๋องแปรรูป (เลขพิกัด 204020000 ตามหลักการของกรมศุลกากร ซึ่งตรงกับข้าวโพดหวานแปรรูปโดยผ่านการความร้อนด้วยไอน้ำ หรือการต้มในน้ำ หรือแบบแช่เยือกแข็งของข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ) โดยประเทศที่นำเข้าข้าวโพดแช่แข็งจากประเทศไทยมากที่สุดคือ ประเทศญี่ปุ่น ด้วยมูลค่า 460.10 ล้านบาทในปี 2560 ตามด้วย ประเทศอิหร่าน ด้วยมูลค่า 313.96 ล้านบาท และได้หวัน ด้วยมูลค่า 20.65 ล้านบาท สำหรับข้าวโพดหวานกระป๋องแปรรูป

ตารางแสดงมูลค่าและการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานแช่แข็งจากประเทศไทย
แบ่งตามประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ 10 ลำดับแรก

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราขยายตัว (%)		
	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
1. ญี่ปุ่น	407.60	461.16	460.10	18.16	13.14	(0.23)
2. อิหร่าน	227.61	261.31	313.96	53.05	14.80	20.15
3. ใต้หวัน	12.22	22.39	20.65	-	83.32	(7.79)
4. จีน	4.87	5.10	18.45	(41.94)	4.70	262.07
5. เนเธอร์แลนด์	-	2.10	7.52	-	-	258.69
6. เกาหลีใต้	2.78	3.47	7.29	70,602.01	24.80	110.28
7. สหราชอาณาจักร	0.08	0.02	3.03	16.23	(70.77)	13,393.62
8. สหรัฐอเมริกา	2.97	1.44	2.80	40.93	(51.66)	94.78
9. มาเลเซีย	4.52	2.60	2.66	(39.22)	(42.45)	2.06
10. ซีเรีย	1.23	1.49	1.45	-	21.58	(2.77)

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ตารางแสดงมูลค่าและการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานกระป๋องแปรรูปจากประเทศไทย
แบ่งตามประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ 10 ลำดับแรก

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราขยายตัว (%)		
	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
1. ญี่ปุ่น	1,169.82	1,375.59	1,451.02	8.09	17.59	5.48
2. เกาหลีใต้	603.93	779.73	748.19	2.22	29.11	(4.04)
3. ใต้หวัน	517.54	637.92	504.50	12.50	23.26	(20.91)

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราขยายตัว (%)		
	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
4. ฟิลิปปินส์	252.56	442.89	370.30	(25.56)	75.36	(16.39)
5. ชาอุดีอาระเบีย	197.65	262.67	253.16	(4.54)	32.90	(3.62)
6. สหราชอาณาจักร	274.24	257.86	241.27	(27.00)	(5.98)	(6.43)
7. ออสเตรเลีย	251.34	239.40	236.98	9.34	(4.75)	(1.01)
8. นอร์เวย์	174.65	173.90	222.59	(11.26)	(0.43)	28.00
8. เลบานอน	206.82	215.60	219.24	4.17	4.25	1.69
10. รัสเซีย	145.32	150.65	173.31	(62.92)	3.67	15.04

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

2.2.5 ภาวะการแข่งขัน

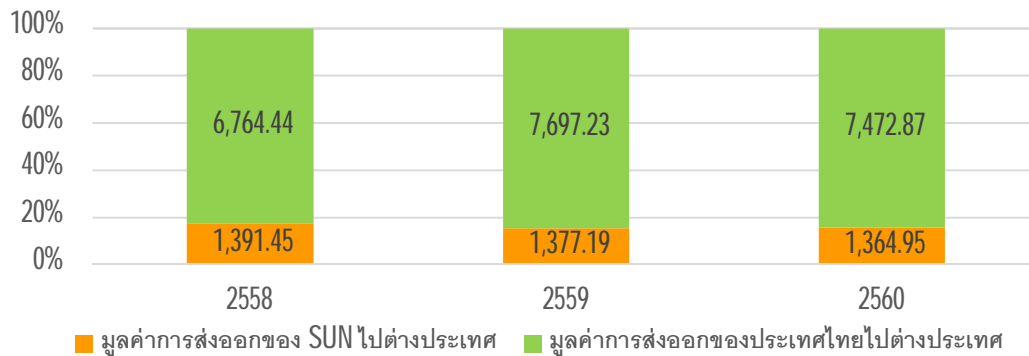
ภาวะการแข่งขันภายในประเทศ

ในประเทศไทยมีผู้ผลิตข้าวโพดหวานแปรรูปเพียงไม่กี่รายที่มีความสามารถผลิตสินค้าข้าวโพดหวานคุณภาพสูงได้ ทำให้ตลาดนี้มีผู้ขายน้อยราย (oligopoly) โดย 5 บริษัทที่มีความสามารถในการผลิตข้าวโพดหวานแปรรูปคุณภาพสูงได้แก่:

- (1) บริษัท ริเวอร์แคว อินเตอร์เนชั่นแนล อุตสาหกรรมอาหาร จำกัด
- (2) บริษัท กาญจน์คอร์น จำกัด
- (3) บริษัท ชันสวีท จำกัด (มหาชน)
- (4) บริษัท มาเจสติก อุตสาหกรรมอาหาร จำกัด
- (5) บริษัท ช้างอวอดส์ (1959) จำกัด

เมื่อเทียบรายได้การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานแปรรูปของบริษัท ชันสวีท จำกัด (มหาชน) (ข้อมูลจากบริษัท) กับมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของประเทศไทย พิกัด 07104000 และ 20058000 (ข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร) ระหว่างปี 2558 ถึง ปี 2560 แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานของบริษัทได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยในปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 มูลค่าการส่งออกของบริษัทเท่ากับ 1,391.45 ล้านบาท 1,377.19 ล้านบาท และ 1,365.97 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 20.57 ร้อยละ 17.89 และร้อยละ 18.28 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานทั้งหมดของประเทศไทย ตามลำดับ

สัดส่วนการส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานของ SUN
เมื่อเทียบกับการส่งออกข้าวโพดหวานของประเทศไทย



	2558 (ล้านบาท)	2559 (ล้านบาท)	2560 (ล้านบาท)
มูลค่าการส่งออกของ SUN ไปต่างประเทศ	1,391.45	1,377.19	1,364.95
มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยไปต่างประเทศ	6,764.44	7,697.23	7,472.87
สัดส่วนการส่งออกของ SUN เทียบกับการส่งออกข้าวโพดหวานของทุกประเทศ	20.57%	17.89%	18.28%

ภาวะการแข่งขันในต่างประเทศ

ในต่างประเทศ คู่แข่งสำคัญของบริษัทมีหลายราย รวมถึงบริษัทข้ามชาติรายใหญ่ เช่น **Bonduelle S.A.** จากประเทศฝรั่งเศสที่มีประวัติการจำหน่ายมายาวนานกว่าร้อยปี และมีความเชี่ยวชาญในการผลิตผักแปรรูปนานาชนิด รวมถึงข้าวโพดหวาน ทั้งในแบบกระป๋องและแช่แข็ง อีกทั้งบริษัทคู่แข่งดังกล่าวยังสามารถจำหน่ายในเขตสหภาพยุโรปในราคาที่สูงได้ โดยไม่มีการคิดภาษีเพิ่มเติม ในฐานะเป็นผู้ผลิตที่อยู่ในเขตสหภาพยุโรป

ทั้งนี้ ในระหว่าง ปี 2557 จนถึง ปี 2559 ข้อมูลจาก **International Trade Centre** โดยสัดส่วนการส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานในพิกัด **0710400** และ **20058000** ระหว่างประเทศของบริษัท เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกของทั้งโลกนั้นเพิ่มขึ้น โดยในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกของบริษัทเท่ากับ ร้อยละ 2.74 ร้อยละ 3.27 และร้อยละ 3.08 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวโพดหวานทั้งหมดของทั่วโลก ตามลำดับ

	2558 (ล้านบาท)	2559 (ล้านบาท)
มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานของบริษัท	1,391.46	1,377.19
มูลค่าการส่งออกข้าวโพดหวานของทุกประเทศ	42,507.19	44,771.88
สัดส่วนการส่งออกของ SUN เทียบกับการส่งออกข้าวโพดหวานของทุกประเทศ	3.27%	3.08%

2.2.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

(1) การจัดหาวัตถุดิบ- ข้าวโพดหวาน

วัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้าของบริษัท ได้แก่ ข้าวโพดหวาน ซึ่งใช้ในการผลิตสินค้าหลักทุกประเภทของบริษัท โดยบริษัทมีการจัดซื้อวัตถุดิบทั้งหมดภายในประเทศ บริษัทมีมาตรฐานเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบ และมีการบริหารจัดการเพื่อรองรับความเสี่ยงพ้องต่อความต้องการของโรงงานและตลาด

วัตถุดิบข้าวโพดหวานที่นำเข้ามาผลิตในโรงงานจะต้องผ่านขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพ ตามมาตรฐานคุณภาพวัตถุดิบข้าวโพดหวานสำหรับผู้ปลูกข้าวโพดหวานที่บริษัทกำหนด บริษัทมีการกำหนดสายพันธุ์ข้าวโพดที่บริษัทจะรับซื้อ คุณลักษณะและคุณภาพของขนาดฝักข้าวโพด เช่น ลักษณะของฝักเป็นฝักตรง ยาว ไม่คดงอ เมล็ดสมบูรณ์เรียงเป็นระเบียบ สีเมล็ดสม่ำเสมอ ไม่มีสีอื่นเจือปน ปราศจากตำหนิจากการเข้าทำลายของศัตรูพืชหรือสาเหตุอื่น มีการกำหนดระดับความอ่อน-แก่ โดยกำหนดอายุการเก็บเกี่ยว ขนาดและน้ำหนักของฝักต้องได้มาตรฐานตามที่บริษัทกำหนด รวมถึงต้องมีการปลูกและปฏิบัติตามระบบคุณภาพเกษตรกรที่ดีเหมาะสมสำหรับข้าวโพดหวาน (GAP: Good Agricultural Practice) เป็นต้น

ปัจจุบันบริษัทจัดหาวัตถุดิบข้าวโพดหวานจากบริเวณภาคเหนือตอนบนและตอนล่างรวม 13 จังหวัด โดยบริษัทมีวิธีการจัดหาวัตถุดิบข้าวโพดหวาน 3 วิธี ได้แก่ การจัดหาผ่านผู้รวบรวมวัตถุดิบ (Broker) การจัดหาผ่านเกษตรกรที่บริษัทส่งเสริมผ่านโครงการสมาร์ทฟาร์ม (Smart Farming) และการจัดหาผ่านเกษตรกรโดยการส่งเสริมตรง (Contact Farming) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1.1) ผู้รวบรวมวัตถุดิบ (Broker) :

บริษัทมีการทำสัญญากับผู้รวบรวมวัตถุดิบ ซึ่งทำหน้าที่รวบรวมข้าวโพดหวานสดจากไร่ (วัตถุดิบ) จากเกษตรกรในท้องถิ่นและบริเวณใกล้เคียงมาส่งมอบให้กับโรงงาน ในคุณภาพ ปริมาณและราคาตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญา ผู้รวบรวมวัตถุดิบแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

- (1.1.1) ผู้รวบรวมรายใหญ่ เป็นผู้รวบรวมที่รวบรวมวัตถุดิบจากพื้นที่ปลูกมากกว่า 300 ไร่ และมีการปลูกต่อเนื่อง 6-8 เดือน โดยบริษัทและผู้รวบรวมรายใหญ่มีการทำสัญญาระยะยาวเป็นรายปีและมีการวางแผนการปลูกร่วมกัน เพื่อให้สามารถจัดส่งวัตถุดิบข้าวโพดหวานให้แก่บริษัทตามที่ตกลงกัน
- (1.1.2) ผู้รวบรวมรายกลาง เป็นผู้รวบรวมที่รวบรวมวัตถุดิบจากพื้นที่ปลูกมากกว่า 100 ไร่ขึ้นไป โดยบริษัทและผู้รวบรวมรายกลางจะทำสัญญาเป็นรายเดือน
- (1.1.3) ผู้รวบรวมรายย่อย เป็นผู้รวบรวมที่รวบรวมวัตถุดิบจากพื้นที่ปลูกต่ำกว่า 100 ไร่ โดยบริษัทและผู้รวบรวมรายย่อยจะทำสัญญาเป็นรายเดือน

บริษัทจะพิจารณาทำสัญญาจะซื้อจะขายวัตถุดิบกับผู้รวบรวมรายใหญ่และจะมีการประชุมจัดทำประมาณการส่งวัตถุดิบให้บริษัทตามที่ตกลงกันในสัญญา สำหรับผู้รวบรวมรายกลางและรายย่อยนั้น บริษัทจะพิจารณาปริมาณวัตถุดิบเป็นรายเดือน โดยบริษัทมีกระบวนการในการคัดเลือกและประเมินผู้รวบรวมที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ โดยราคาซื้อขายจะเป็นไปตามที่ตกลงกันตามสัญญา

บริษัทและผู้รวบรวม (Broker) จะมีการวางแผนการปลูกร่วมกัน โดยผู้รวบรวมมีหน้าที่กระจายการปลูกให้เกษตรกรในสังกัด ให้ได้ผลผลิตเป็นไปตามแผนการปลูกที่ได้ตกลงไว้ในสัญญาจะซื้อจะขายวัตถุดิบกับบริษัท โดยทีมส่งเสริมของบริษัทจะร่วมสำรวจพื้นที่และให้ความรู้แก่เกษตรกรเป็นครั้งคราว นอกจากนี้ผู้รวบรวมจะต้องส่งข้อมูลการผลิต เช่น ข้อมูลการปลูกพื้นที่ที่ปลูก ประวัติเกษตรกร ให้แก่บริษัทเป็นรายสัปดาห์เพื่อประมวลผลและวางแผนในการรับวัตถุดิบต่อไป

ในปีฤดูกาลผลิต 2559/2560 (ช่วงเดือนตุลาคม 2559- กันยายน 2560) บริษัทจัดหาข้าวโพดผ่านผู้รวบรวมวัตถุดิบ ซึ่งจะจัดหาข้าวโพดหวานจากเกษตรกรบนพื้นที่ที่กระจายกันอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย คิดเป็นพื้นที่เพาะปลูกรวมทั้งหมดเท่ากับ 72,901 ไร่ และสามารถแยกเป็นรายจังหวัดได้ตามนี้

จังหวัด	พื้นที่ปลูกข้าวโพดหวาน ปีฤดูกาลผลิต 2559/2560 (ตุลาคม 2559- กันยายน 2560) (ไร่)	สัดส่วนของพื้นที่รวม (ร้อยละ)
เชียงใหม่	22,984	31.53
เชียงราย	16,933	23.23
ลำปาง	8,472	11.62
จังหวัดอื่นๆ	24,512	33.62
รวม	72,901	100.00

(1.2) เกษตรกรที่บริษัทส่งเสริมการเพาะปลูกผ่านโครงการสมาร์ทฟาร์ม (Smart Farming):

บริษัทได้เริ่มเปิดโครงการ Smart Farming ของบริษัทขึ้นเมื่อเดือนธันวาคม 2555 เป็นต้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเทคโนโลยีการผลิตมาช่วยในการพัฒนาการปลูกข้าวโพดหวานให้แก่เกษตรกรผู้ปลูก ในการส่งเสริมผ่านโครงการ Smart Farming บริษัทจะส่งเสริมเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ตั้งแต่การนำดินในพื้นที่ปลูกมาวิเคราะห์ธาตุอาหารในดิน การปลูกโดยใช้วิธีย่ำกล้ำเพื่อให้ได้จำนวนต้นต่อไร่มากขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด การวางระบบน้ำหยดในแปลงปลูกเพื่อให้ต้นข้าวโพดได้รับความชื้นที่เหมาะสมและสามารถให้ปุ๋ยทางระบบน้ำหยด รวมถึงการให้ความรู้ทางด้านวิชาการแก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่อง การตรวจติดตามอย่างใกล้ชิดตั้งแต่ในช่วงการเพาะปลูกจนถึงช่วงเก็บเกี่ยวข้าวโพดและนำมาจำหน่ายให้แก่โรงงานได้ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพและปริมาณตามต้องการ เป็นการช่วยลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร

การส่งเสริมเกษตรกรผ่านโครงการ Smart Farming นี้จะเป็นลักษณะการทำสัญญาโดยตรงระหว่างเกษตรกรกับบริษัท โดยเกษตรกรจะนำวัตถุดิบข้าวโพดหวานมาจำหน่ายให้แก่บริษัทในราคาประกัน ตามที่ตกลงไว้ในสัญญา

ในปีฤดูกาลผลิต 2559/2560 (ช่วงเดือนตุลาคม 2559- กันยายน 2560) ที่ผ่านมา บริษัทได้ทำสัญญาส่งเสริมกับเกษตรกรเป็นจำนวน 50 ราย คิดเป็นพื้นที่เพาะปลูกรวมทั้งหมดเท่ากับ 2,181 ไร่ โดยสามารถแบ่งตามพื้นที่เพาะปลูก ได้ดังนี้

จังหวัด	พื้นที่ปลูกข้าวโพดหวาน ปีฤดูกาลผลิต 2559/2560 (ตุลาคม 2559- กันยายน 2560) (ไร่)	สัดส่วนของพื้นที่รวม (ร้อยละ)
เชียงใหม่	1,819	83.40
ลำพูน	314	14.40
แม่ฮ่องสอน	48	2.20
รวม	2,181	100.00

บริษัทให้ความสำคัญกับการสนับสนุนและส่งเสริมเกษตรกรในการปลูกข้าวโพดหวาน โดยได้ริเริ่มโครงการส่งเสริมพื้นที่ปลูกข้าวโพดหวานในรูปแบบ Smart Farming รอบโรงงาน ในรัศมีประมาณ 50-100 กิโลเมตร เช่น อำเภอแม่วาง อำเภอสันป่าตอง จ.เชียงใหม่ รวมถึงบางพื้นที่ในจ.ลำพูน การปลูกข้าวโพดหวานในรูปแบบ Smart Farming จะเน้นการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการควบคุมการปลูกข้าวโพด เช่น การควบคุมระบบน้ำภายในแปลงปลูก ซึ่งจะทำได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และผลผลิตมีความสม่ำเสมอ สามารถเพาะปลูกผลผลิตได้ 2-3 รอบต่อปี ซึ่งการทำเกษตรแบบ Smart Farming ให้

ผลผลิตประมาณ 3 ตันต่อไร่ ขณะที่การปลูกข้าวโพดแบบปกติให้ผลผลิต 1.5 - 2 ตันต่อไร่ ดังนั้นการส่งเสริมเกษตรกรผ่านโครงการ **Smart Farming** จะมุ่งเน้นการเพิ่มผลผลิตข้าวโพดหวานต่อไร่ ลดต้นทุนการผลิต ลดความเสี่ยงในด้านคุณภาพของวัตถุดิบ รวมถึงยกระดับมาตรฐานสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ นอกจากนี้เกษตรกรจะได้รับการส่งเสริมความรู้ทางวิชาการ ทักษะ และเทคนิคในการปลูกข้าวโพดหวาน และพัฒนาระบบการปลูกข้าวโพดหวานให้เป็นแบบอุตสาหกรรม บริษัทจะช่วยดูแลการบริหารจัดการการเพาะปลูกตั้งแต่ขั้นตอน วิธีการ และการปฏิบัติทางการเกษตรอย่างถูกต้อง รวมทั้งวางแผนช่วงระยะเวลาการผลิตและการเก็บเกี่ยวให้สอดคล้องกับแผนการผลิตและจำหน่ายสินค้าของบริษัท

กระบวนการพิจารณาให้การสนับสนุนแก่เกษตรกรผ่านโครงการ Smart Farming

บริษัทมีกระบวนการพิจารณาสนับสนุนเกษตรกรผ่านโครงการ **Smart Farming** ดังนี้

- (1) เกษตรกรติดต่อฝ่ายส่งเสริมเกษตรกรของบริษัท เพื่อขอรับการส่งเสริมจากบริษัท
- (2) บริษัทจัดส่งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมลงสำรวจพื้นที่ที่เพาะปลูก และคุณสมบัติของเกษตรกรแต่ละราย เพื่อดูความเหมาะสมของพื้นที่สำหรับการปลูกข้าวโพดหวาน โดยมีปัจจัยสำคัญเช่น ความมีตัวตนของเกษตรกร สภาพดินควรเป็นดินร่วนปนทราย มีแหล่งน้ำใกล้เคียงพื้นที่ปลูกเพื่อควบคุมการให้น้ำอย่างเหมาะสม เป็นต้น
- (3) เมื่อผ่านการพิจารณาคุณสมบัติของเกษตรกรเรียบร้อยแล้ว บริษัทจะดำเนินการทำสัญญาและข้อตกลงกับเกษตรกร รวมถึงหลักประกันที่เกษตรกรต้องนำมาให้ทางบริษัท เช่น โฉนดที่ดิน ทะเบียนรถยนต์ ทะเบียนรถไถ เป็นต้น หรือให้บุคคลที่เกี่ยวข้องของเกษตรกรร่วมค้ำประกันด้วย หลังจากเกษตรกรทำสัญญากับบริษัทเรียบร้อยแล้ว บริษัทจะให้การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด หรือสารเคมีที่จำเป็นต่อการเพาะปลูก
- (4) บริษัทมีการจัดเก็บข้อมูลของเกษตรกรอย่างละเอียดเพื่อใช้ในการดูแล และตรวจสอบการเพาะปลูก รวมถึงจัดเก็บประวัติการส่งมอบข้าวโพดเพื่อใช้ในการติดตามดูแลการเพาะปลูกข้าวโพด และสำหรับเก็บเป็นข้อมูลเพื่อพิจารณาการสัญญาส่งเสริมในอนาคต

รูปแบบในการให้การสนับสนุนเกษตรกร

การให้การสนับสนุนเกษตรกรเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความมั่นคงทางด้านวัตถุดิบและการขยายธุรกิจของบริษัท เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรเพาะปลูกข้าวโพดให้ได้ผลผลิตที่ดีและมีคุณภาพ ในทางกลับกันยังเป็นการเพิ่มความมั่นคงด้านรายได้ให้กับเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ บริษัทมีรูปแบบการให้การสนับสนุนการเพาะปลูกไปยังเกษตรกร ดังนี้

1.2.1 การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด

เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเพาะปลูกข้าวโพด เนื่องจากผลผลิตมีโอกาสผันแปรสูงตามปัจจัยที่มีผลกระทบ เช่น สภาพอากาศ สิ่งแวดล้อม ปุ๋ย โดยผลกระทบจากปัจจัยเหล่านี้ สามารถบริหารจัดการได้โดยการเลือกพันธุ์ข้าวโพดที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูก ทั้งนี้ ข้าวโพดแต่ละสายพันธุ์มีความเหมาะสมกับพื้นที่และให้ผลผลิตที่ต่างกันไป ดังนั้นการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวโพด การศึกษาดินและปุ๋ยอินทรีย์เคมีที่ใช้และการศึกษาทางเกษตรอื่นๆ จึงมีความสำคัญอย่างมาก บริษัทมีการให้การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์แก่เกษตรกรและผู้รวบรวมวัตถุดิบโดยจะมีการหักชำระค่าเมล็ดพันธุ์เมื่อเกษตรกรหรือผู้รวบรวมนำผลผลิตข้าวโพดหวานมาจำหน่ายแก่โรงงานในราคาที่ตกลงกันไว้ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการกำหนดสายพันธุ์ข้าวโพดที่บริษัทรับซื้อไว้ ในกรณีที่เกษตรกรหรือผู้รวบรวมจัดหาเมล็ดพันธุ์ในการเพาะปลูกเอง

1.2.2 การให้ความรู้ในการปลูกข้าวโพดและการใช้เครื่องมือทางการเกษตร

เพื่อช่วยให้เกษตรกรสามารถเพาะปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทมีการจัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูกและการใช้เครื่องมือทางการเกษตรให้แก่เกษตรกร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเพาะปลูก ซึ่งการให้ความรู้แก่เกษตรกรก่อให้เกิดผลดีต่อทั้งบริษัทและเกษตรกร กล่าวคือเกษตรกรจะสามารถสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพและ

ได้ผลผลิตที่เพียงพอตามที่ได้ตกลงกันไว้ ทำให้เกษตรกรมีรายได้ที่มั่นคงมากขึ้น ในขณะที่บริษัทก็สามารถควบคุมและรักษาระดับคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบได้อย่างสม่ำเสมอ เพราะมีพนักงานฝ่ายส่งเสริมของบริษัทคอยให้คำแนะนำและช่วยตรวจสอบติดตาม การเพาะปลูกตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงช่วงเก็บเกี่ยวข้าวโพดหวาน



(1.3) เกษตรกรภายใต้การทำสัญญาส่งเสริมโดยตรง (Contract Farming)

บริษัทมีการทำสัญญาซื้อขาย/ส่งเสริมโดยตรงกับเกษตรกรในท้องถิ่นและบริเวณใกล้เคียงที่มีพื้นที่ปลูกเป็นของตนเองซึ่งพื้นที่โดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 3-5 ไร่ ความแตกต่างระหว่างเกษตรกรภายใต้การทำสัญญาส่งเสริมตรง และเกษตรกรจาก Smart Farming คือ การทำสัญญากับเกษตรกรภายใต้การทำสัญญาส่งเสริมโดยตรงเป็นการทำสัญญาปลูกรายครั้ง บริษัทมีการให้ความรู้พื้นฐานแก่เกษตรกรในการเพาะปลูกข้าวโพดให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ โดยเกษตรกรจะนำผลผลิตมาจำหน่ายให้แก่บริษัทในราคาประกัน และบริษัทยังคงใช้มาตรฐานการตรวจรับวัตถุดิบข้าวโพดจากเกษตรกรภายใต้การทำสัญญาส่งเสริมโดยตรงเทียบเท่ากับวัตถุดิบข้าวโพดหวานจากผู้รวมรวมวัตถุดิบและเกษตรกรในโครงการ Smart Farming

ปัจจุบันบริษัทมีการทำเกษตรแบบพันธสัญญา (Contract Farming) กับเกษตรกรที่มีเครือข่ายมากกว่า 20,000 ราย ครอบคลุมพื้นที่ทางภาคเหนือตอนบนและล่าง จำนวน 50,000 – 100,000 ไร่ต่อปี ผ่านการรับซื้อจาก 3 แหล่งที่สำคัญ โดยสัดส่วนวัตถุดิบข้าวโพดหวานรับเข้าจากแหล่งวัตถุดิบของบริษัท ปี 2558 – 2560 มีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ตัน	%	ตัน	%	ตัน	%
ผู้รวบรวมวัตถุดิบ	79,288	94.77	90,680	94.08	94,934	96.13
รายใหญ่	49,476	59.14	52,697	54.67	59,207	59.95
รายกลาง	25,734	30.76	23,179	24.05	20,344	20.60
รายย่อย	4,078	4.87	14,804	15.36	15,383	15.58
Smart Farming	3,020	3.61	3,441	3.57	119	0.12
ส่งเสริมตรง	1,353	1.62	2,267	2.35	3,705	3.75
รวม	83,661	100.00	96,388	100.00	98,758	100.00

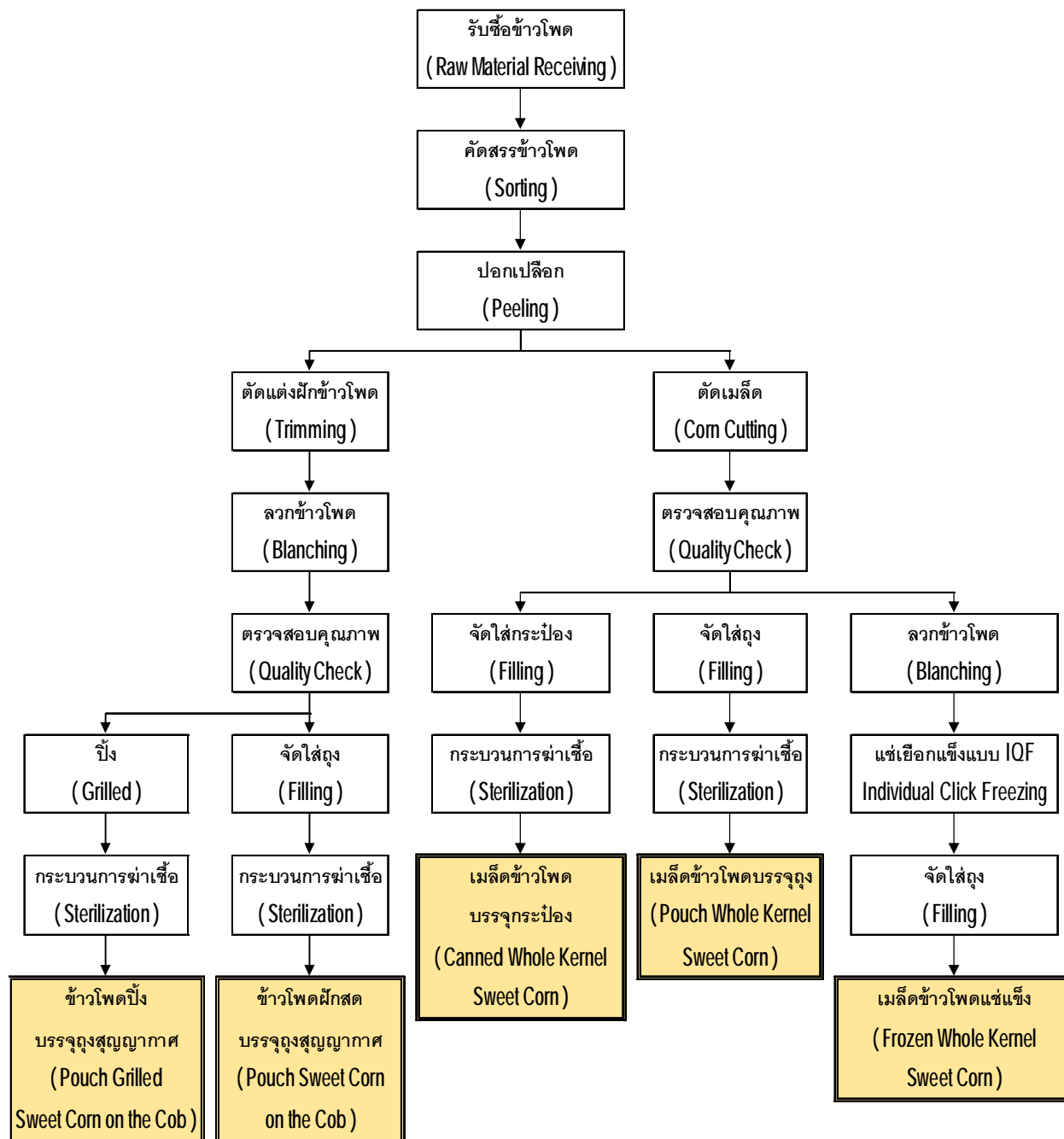
หมายเหตุ: ในปี 2560 บริษัทมีปริมาณรับเข้าวัตถุดิบข้าวโพดหวานผ่านโครงการ Smart Farming ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจาก บริษัทอยู่ระหว่างการปรับปรุงและพัฒนาระบบงานส่งเสริมในรูปแบบ Smart Farming ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

(2) กระบวนการผลิตและกำลังการผลิต

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานผลิตจำนวน 1 แห่ง มีกำลังการผลิตประมาณ 150,000 ตัน/ปี ตั้งอยู่เลขที่ 9 หมู่ที่ 1 ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ บนเนื้อที่ทั้งหมด 62-2-90 ไร่

กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์

กระบวนการผลิตครอบคลุมตั้งแต่การจัดลำดับการรับเข้าวัตถุดิบข้าวโพดหวานของเกษตรกรหรือผู้รวบรวมมาส่งที่โรงงาน การเตรียมวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต ตลอดจนการบรรจุสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่ลูกค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้



ขั้นตอนที่ 1 การรับเข้าวัตถุดิบข้าวโพดหวาน (Raw Material Receiving)

เนื่องจากข้าวโพดหวานเป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ทุกชนิดของบริษัท ดังนั้นจะมีการรับข้าวโพดหวานจากแหล่งเพาะปลูกที่หลากหลาย โดยมีนำวัตถุดิบเข้ามาส่งในพื้นที่โรงงานอย่างต่อเนื่องทุกวัน บริษัทจึงต้องมีการวางแผนการรับวัตถุดิบจากผู้รวบรวมและเกษตรกรล่วงหน้า เพื่อบริหารจัดการวัตถุดิบและลดระยะเวลาการรอคอยในการเข้าสู่กระบวนการผลิต เนื่องจากการปล่อยผักข้าวโพดหวานสดที่เก็บเกี่ยวจากไร่ เป็นระยะเวลานานจะทำให้ความหวานของข้าวโพดหวานลดลง โดยขั้นตอนการรับวัตถุดิบข้าวโพดหวาน บริษัทจะสุ่มตรวจสอบคุณภาพของข้าวโพดหวานก่อนนำเข้าสู่กระบวนการผลิต

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมข้าวโพดหวานเข้าสู่กระบวนการผลิต (Raw Material Preparation)

หลังจากที่ผ่านขั้นตอนการสุ่มตรวจและรับผักข้าวโพดหวานมาเรียบร้อยแล้ว บริษัทจะดำเนินการคัดสรรข้าวโพด (Sorting) บนพื้นที่ด้านหน้าโรงงาน โดยผักข้าวโพดที่สมบูรณ์เต็มฝักจะถูกคัดแยกและปอกเปลือกโดยแรงงานคน เพื่อส่งเข้าสู่โรงงานเพื่อผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุประเภทถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบถู (Pouched Sweet Corn on the Cob) โดยตรง ส่วนผักข้าวโพดส่วนที่เหลือจะถูกตัดส่วนที่ไม่สมบูรณ์ออก และเข้าสู่กระบวนการให้ความร้อนเพื่อให้เปลือกข้าวโพดอ่อนตัวก่อนเข้าสู่กระบวนการปอกเปลือก (Peeling) กระบวนการตัดเมล็ด (Corn Cutting) และคัดแยกเมล็ดที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน โดยใช้เครื่องจักร หลังจากนั้นเมล็ดที่มีคุณภาพจะถูกส่งต่อไปยังกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง (Canned Whole Kernel Sweet Corn) ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบถู (Pouched Whole Kernel Sweet Corn) และข้าวโพดหวานแช่แข็ง (Frozen Sweet Corn Kernel) สำหรับเมล็ดที่ไม่ได้คุณภาพจะถูกรวบรวมเป็นเศษวัตถุดิบจากกระบวนการผลิต เพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการผลิตและบรรจุผลิตภัณฑ์ (Filling)

ก่อนการบรรจุเมล็ดข้าวโพดหวานลงบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ บริษัทจะดำเนินการคัดแยกขนาดเมล็ด แบ่งเป็นขนาดใหญ่และขนาดปกติ และหลังจากนั้นจะนำไปบรรจุและเติมน้ำตามสูตรที่ต้องการ เช่น สูตรไม่มีน้ำตาล สูตรน้ำเกลือ จากนั้นจะผ่านการซังน้ำหนักเพื่อให้ได้น้ำหนักตามมาตรฐาน ผ่านขั้นตอนการปิดฝาและผนึก เพื่อเตรียมเข้าสู่กระบวนการต่อไป

สำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานแช่แข็ง เมล็ดข้าวโพดจากกระบวนการตัดเมล็ด จะถูกแยกและนำไปเข้าสู่หน่วยงานผลิตข้าวโพดหวานแช่แข็ง โดยจะมีการตรวจสอบและนำไปล้างน้ำอีกครั้งหนึ่ง ก่อนลวกด้วยไอน้ำเพื่อเป็นการยับยั้งเอนไซม์ไม่ให้เจริญเติบโต หลังจากนั้นจะผ่านกระบวนการลดอุณหภูมิ (Cooling) และเข้าสู่กระบวนการ Individual Quick Freezing (IQF) ที่อุณหภูมิติดลบ 40 องศาเซลเซียส เมื่อผ่านขั้นตอนดังกล่าวแล้ว จะผ่านการคัดเลือกเมล็ดโดยพนักงานอีกครั้งหนึ่งเพื่อแยกเมล็ดที่ไม่ได้มาตรฐานออกไป ขั้นตอนสุดท้ายก็จะนำไปบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ตามขนาดและน้ำหนักที่ต้องการ ปิดผนึกปากถุงและบรรจุลงกล่องและจะถูกเก็บในห้องแช่เย็น เพื่อรักษาความเย็นไว้ที่มีอุณหภูมิติดลบ 18 องศาเซลเซียส

สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบฝัก หลังจากผักข้าวโพดสมบูรณ์ที่ถูกส่งมาที่สายการผลิตเฉพาะ จะถูกตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมในการทำเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบฝักอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นจะผ่านไปยังเครื่องตัดเพื่อให้ผักข้าวโพดมีขนาดตามมาตรฐาน ผ่านการกำจัดไหมข้าวโพด ลวกน้ำเพื่อให้สุกในระดับหนึ่ง ก่อนผ่านการลดอุณหภูมิ (Cooling) ซึ่งผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานปิ้งบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานแบบถู จะผ่านกระบวนการบึ่งก่อนที่จะไปสู่ขั้นตอนถัดไป คือกระบวนการผ่านเครื่องตรวจจับโลหะเพื่อตรวจสอบคุณภาพ และขั้นสุดท้ายผักข้าวโพดจะถูกบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ เติมน้ำ ปิดผนึกบรรจุภัณฑ์และดูอากาศให้ภายในถุงเป็นสุญญากาศ

ขั้นตอนที่ 4 กระบวนการฆ่าเชื้ออย่างสมบูรณ์ในระดับอุตสาหกรรม (Commercial Sterilization)

สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องและข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทาน ที่ถูกบรรจุในบรรจุภัณฑ์แล้วจะผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อแบบสเตอริไรซ์หรือฆ่าเชื้ออย่างสมบูรณ์ในระดับอุตสาหกรรม (Commercial Sterilization) เพื่อให้สามารถรักษาคุณภาพได้เป็นอย่างดีและเก็บรักษาไว้ได้เป็นเวลานาน ทั้งนี้ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศพร้อมรับประทานยังสามารถผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อแบบพาสเจอร์ไรซ์ (Pasteurization) ได้อีกด้วย แต่จะรักษาคุณภาพของสินค้าได้ไม่เกิน 7 วัน โดยวิธีการเก็บรักษาที่อุณหภูมิที่ 2 - 6 องศาเซลเซียส

ขั้นตอนที่ 5 กระบวนการติดฉลากและบรรจุภัณฑ์ (Labeling and Packaging)

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการบรรจุและกระบวนการฆ่าเชื้อเรียบร้อยแล้ว จะผ่านการยิงโค้ดข้อมูลการผลิตและจะถูกเก็บไว้ในคลังสินค้า อย่างน้อย 7-14 วันเพื่อทำการสุ่มตรวจว่ามีเชื้อจุลินทรีย์ในผลิตภัณฑ์หรือไม่ อีกครั้งจนแน่ใจ และเมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ผลิตภัณฑ์นี้จะถูกเบิกจากคลังสินค้าเพื่อติดฉลาก (Labeling) และบรรจุใส่กล่อง (Packaging) ตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ

กำลังการผลิตของบริษัทสามารถแสดงได้ดังนี้

ประเภทสินค้า	หน่วย	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องและข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ				
กำลังการผลิตเต็มที่ (Full Capacity)	ตันฝักเขียว	150,000	150,000	150,000
ปริมาณการผลิต (Utilization)	ตันฝักเขียว	76,379	76,599	86,436
อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)	%	50.92	51.07	57.62
ข้าวโพดหวานแช่แข็ง				
กำลังการผลิตเต็มที่ (Full Capacity)	ตันฝักเขียว	16,200	16,200	16,200
ปริมาณการผลิต (Utilization)	ตันฝักเขียว	12,569	14,662	15,296
อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)	%	77.59	90.51	94.41

นอกจากนี้ บริษัทมีการบริหารจัดการภายในโรงงาน ด้วยการใช้พลังงานหมุนเวียนจากวัตถุดิบส่วนที่เหลือ พลังงานส่วนเกิน และของเสียจากกระบวนการผลิต เช่น การนำพลังงานไอน้ำที่ได้จากเครื่องกำเนิดไอน้ำในกระบวนการต้มข้าวโพด นำมาเป็นพลังงานหมุนเวียนเพื่อใช้ในโรงงาน ตลอดจนมีการนำขังข้าวโพด เปลือกข้าวโพดและส่วนอื่นๆ ของข้าวโพด มาทำเป็นเชื้อเพลิงชีวมวล (Biomass) รวมถึงมีการจัดการน้ำเสียด้วยการนำไปใช้เพื่อผลิตก๊าซชีวภาพ (Biogas) เพื่อผลิตเป็นกระแสไฟฟ้าสำหรับใช้ในโรงงานบางส่วนและส่วนที่เหลือสามารถจำหน่ายไปยังการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้

กระบวนการผลิตเชื้อเพลิงชีวมวล (Biomass) และก๊าซชีวภาพ (Biogas) มีรายละเอียดดังนี้

กระบวนการผลิตเชื้อเพลิงชีวมวล (Biomass) และก๊าซชีวภาพ (Biogas)

- (1) ขังข้าวโพดที่เหลือจากกระบวนการผลิตจะถูกผสมกับกะลาปาล์มและเชื้อเพลิงชีวมวลอัดแท่ง (Wood Pallet) และถูกนำไปเผาใช้เป็นเชื้อเพลิงเพื่อผลิตไอน้ำ โดยไอน้ำที่ผลิตได้จะถูกส่งไปใช้เป็นเชื้อเพลิงในกระบวนการผลิตในโรงงานต่อไป

- (2) ชั่งข้าวโพดอีกส่วน จะถูกนำไปบีบน้ำออกและนำน้ำที่บีบน้ำไปผ่านกระบวนการหมักผสมรวมกับน้ำเสียจนเกิดปฏิกิริยาเคมีจนได้ก๊าซมีเทนที่มีคุณภาพเพียงพอสำหรับการผลิตกระแสไฟฟ้า ซึ่งบริษัทจะนำกลับมาใช้ในโรงงาน ส่วนที่เหลือจากการใช้ภายในโรงงานจะขายให้แก่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย (กฟผ.)

ตารางแสดงข้อมูลการผลิตไฟฟ้า ในปี 2558-2560

	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้ (กิโลวัตต์)	493,590	445,080	745,460
ปริมาณไฟฟ้าที่นำกลับมาใช้ภายในโรงงาน (กิโลวัตต์)	383,966	392,823	685,732
ปริมาณไฟฟ้าที่จำหน่าย (กิโลวัตต์)	89,880	34,454	29,910
ปริมาณไฟฟ้าที่จำหน่าย (บาท)	369,574	140,755	117,222

(3) มาตรฐานระบบคุณภาพและผลิตภัณฑ์

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะรักษาและพัฒนามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องตามหลักสากล โดยบริหารจัดการและควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การจัดหา การตรวจรับวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพระหว่างการผลิตและระหว่างขนส่ง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่ลูกค้าได้กำหนดไว้ ปัจจุบัน บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ที่สำคัญ ดังนี้

(3.1) มาตรฐานระบบคุณภาพ

บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environment Management System) ตามนโยบายมาตรฐาน ISO 14001:2004 จากสถาบัน Registra of Systems (URC) ภายใต้การรับรองของ United Kingdom Accreditation Service (UKAS) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์กรมีความตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการดูแลและพัฒนาสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการพัฒนาธุรกิจ

(3.2) มาตรฐานผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น

❖ มาตรฐาน British Retail Consortium (BRC)

เป็นมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหารของสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแห่งสหราชอาณาจักร ซึ่งครอบคลุมด้านระบบ Hazard Analysis & Critical Control Points (HACCP) ระบบบริหารคุณภาพ มาตรฐานการควบคุมสภาพแวดล้อมของสถานประกอบการ การควบคุมผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และบุคลากร โดย BRC บังคับใช้กับผู้ประกอบการที่ต้องการส่งสินค้าให้กับองค์กรค้าปลีกในสหราชอาณาจักรที่ใช้ตราสินค้าของตนเอง โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าวจากสถาบัน SGS United Kingdom Ltd ประเทศอังกฤษ ภายใต้การรับรองของ United Kingdom Accreditation Service (UKAS)

❖ มาตรฐาน International Food Standard (IFS) เป็นหลักเกณฑ์มาตรฐานสำหรับการผลิตอาหารที่ดีมีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยผู้ค้าปลีกแห่งสหพันธ์ สาธารณรัฐเยอรมนี และผู้ค้าปลีก-ค้าส่งแห่งสาธารณรัฐฝรั่งเศส เพื่อกำหนดคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัยของอาหารสำหรับผู้ค้าปลีก มีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยประเมินความปลอดภัยของอาหารจากผู้ผลิตให้มีคุณภาพสอดคล้องตามมาตรฐาน ซึ่ง

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าวจากสถาบัน SGS-International Certification Service GmbH ประเทศเยอรมนี

- ❖ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล (HALAL) เป็นการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าได้ดำเนินการตามกรรมวิธีอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามฮาลาล ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถจำหน่ายให้กับผู้บริโภคที่เป็นชาวมุสลิมในแต่ละประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
- ❖ มาตรฐานรับรองเกี่ยวกับสุขลักษณะและข้อกำหนดการผลิต (Good Manufacturing Practice :GMP) เป็นมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศที่รับรองเกี่ยวกับหลักเกณฑ์วิธีการ และการควบคุมที่ดีในการผลิตอาหาร เพื่อให้ผลิตอาหารได้อย่างปลอดภัย โดยเน้นการป้องกันและขจัดความเสี่ยงที่อาจทำให้อาหารเป็นพิษ เป็นอันตราย หรือเกิดความไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการรับรองจากสถาบัน SGS United Kingdom Ltd ประเทศอังกฤษ ภายใต้การรับรองของ United Kingdom Accreditation Service (UKAS) และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ❖ มาตรฐานระบบวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis&Critical Control Points: HACCP) เป็นระบบการจัดการด้านความปลอดภัย โดยมีการควบคุมกระบวนการผลิตอาหารที่ปราศจากอันตรายจากเชื้อจุลินทรีย์ สารเคมี และสิ่งแปลกปลอมต่างๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการรับรองจากสถาบัน SGS United Kingdom Ltd ประเทศอังกฤษ ภายใต้การรับรองของ United Kingdom Accreditation Service (UKAS) และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ❖ มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practice: GAP) ซึ่งเป็นแนวทางในการทำการเกษตร เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดีตรงตามมาตรฐานที่กำหนด ได้ผลผลิตสูงคุ้มค่าการลงทุน และกระบวนการผลิตจะต้องปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค มีการใช้ทรัพยากรที่เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืนทางการเกษตรและไม่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม โดยหลักการนี้ได้รับการกำหนดโดยองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) โดยในประเทศไทย กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการตรวจรับรองระบบการจัดการคุณภาพ และได้กำหนดข้อกำหนด กฎเกณฑ์และวิธีการตรวจประเมิน ซึ่งเป็นไปตามหลักการที่สอดคล้องกับ GAP ตามหลักการสากล

(4) การจัดหาบรรจุภัณฑ์และวัตถุดิบอื่น

นอกเหนือจากวัตถุดิบข้าวโพดหวานแล้ว วัตถุดิบอื่นที่สำคัญในการผลิต ได้แก่

(4.1) บรรจุภัณฑ์

บริษัทสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องเหล็ก และฝากระป๋อง รวมถึงถุงสุญญากาศ จากผู้ผลิตในประเทศ เพื่อใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 50 ของยอดซื้อวัตถุดิบทั้งหมดของบริษัท ซึ่งบริษัทมีการวางแผนการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์เป็นรายปีตามแผนการผลิตประจำปี โดยจะสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์จากผู้จำหน่ายในประเทศจำนวน 2-3 ราย โดยใช้ใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ซึ่งมีการระบุราคาซื้อขายและจำนวนที่แน่นอนล่วงหน้า ทั้งนี้ บริษัทมียอดซื้อกระป๋องเหล็กจากผู้จัดหาวัตถุดิบในประเทศรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 10 คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 30.24 ร้อยละ 26.91 และร้อยละ 29.26 ของยอดซื้อรวมในปี 2558 - 2560 ตามลำดับ

(4.2) ส่วนผสม

ส่วนผสมที่สำคัญในการผลิต ได้แก่ น้ำตาล โดยบริษัทได้จัดทำสัญญาซื้อขายน้ำตาลทรายรายปีกับโรงงานผลิตน้ำตาลทรายในประเทศ โดยมีการกำหนดปริมาณและราคาล่วงหน้า โดยบริษัทผู้ผลิตจะส่งมอบสินค้าเป็นระยะๆ ตามที่ได้ตกลงกันไว้และภายใต้สิทธิที่ผู้ขายได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย (สอน.) ทั้งนี้ หากทางหน่วยงานราชการที่ควบคุมดูแลมีการปรับเปลี่ยนราคาจำหน่ายควบคุมหรือปรับฐานภาษีมูลค่าเพิ่ม ทั้งสองฝ่ายจะตกลงราคากันใหม่ เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบประกาศและข้อกำหนดที่มีการแก้ไข

สัดส่วนยอดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของบริษัท ปี 2558 - 2560 มีรายละเอียดดังนี้

ยอดซื้อวัตถุดิบ	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
วัตถุดิบข้าวโพดหวาน	411.07	50.90	476.31	54.38	461.95	48.60
บรรจุภัณฑ์	385.97	47.79	388.15	44.32	471.42	49.59
ส่วนผสม	10.62	1.31	11.38	1.30	17.21	1.81
รวม	807.66	100.00	875.84	100.00	950.58	100.00

2.2.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นอกเหนือจากการให้ความสำคัญด้านคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์แล้ว บริษัทได้ให้ความสำคัญในการดูแลและรักษาสีสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001: 2004 ซึ่งเป็นมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental management System) เป็นการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกับการพัฒนาธุรกิจ และเน้นเรื่องของการป้องกันมลพิษและรักษาสีสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงลดต้นทุนการผลิตในธุรกิจ

บริษัทได้ทำการตรวจสอบผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อที่จะตั้งมาตรการป้องกัน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้มีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญอิสระเพื่อทำการตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่ออากาศ น้ำเสีย และเสียง ซึ่งจากรายงานผลการตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อม จัดทำโดยบริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 24-25 พฤศจิกายน 2559 พบว่าบริษัทอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานไม่ก่อให้เกิดปัญหาใดๆ ต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้น ที่ผ่านมาบริษัทก็ไม่มีข้อพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ และไม่เคยได้รับการตักเตือนหรือเสียค่าปรับในเรื่องดังกล่าว เนื่องจากบริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัดมาโดยตลอด

สำหรับน้ำเสียจากกระบวนการผลิต จะถูกนำไปผ่านการบำบัดน้ำเสีย และใช้สำหรับการผลิตกระแสไฟฟ้าเพื่อสามารถนำกลับมาใช้ในโรงงาน หรือจำหน่ายให้แก่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย (กฟผ.) โดยน้ำเสียจะไม่ถูกปล่อยออกสู่ภายนอกโรงงาน

ในส่วนของผลพลอยได้จากการผลิต ได้แก่ ชังข้าวโพดหรือเปลือกข้าวโพดที่เหลือ บริษัทก็จะจำหน่ายให้แก่เกษตรกรสำหรับเป็นอาหารสัตว์ และบางส่วนบริษัทจะนำมาใช้เป็นผลิตเชื้อเพลิงชีวมวล (Biomass) และก๊าซชีวภาพ (Biogas) ตามที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น ดังนั้น จึงไม่มีของเสียจากเศษวัตถุดิบที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของการประกอบธุรกิจโรงไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ บริษัทก็ได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม การที่โรงไฟฟ้าของบริษัทมีกำลังการผลิตต่ำกว่า 10 เมกะวัตต์ จึงไม่มีความจำเป็นต้องจัดทำรายงานประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม ตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.2.8 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

2.3 ธุรกิจซื้อมาจำหน่ายไป

2.3.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทจะเน้นการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปยังลูกค้าที่อยู่ในต่างประเทศกว่า 50 ประเทศเป็นหลัก ส่วนผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ บริษัทจะให้บริษัท ชันสวีท อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (SI) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยดำเนินการเป็นหลักในการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆ สามารถแบ่งประเภทสินค้าได้ ดังนี้

สินค้าที่ SI ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ SI จะดำเนินการจัดหาผลิตภัณฑ์จากทั้งในและต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ที่ SI จำหน่าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารและผลผลิตทางการเกษตร เช่น หอมหัวใหญ่สด สับปะรดบรรจุกระป๋อง ข้าวโพดอ่อนบรรจุกระป๋อง น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ (Refined Sugar) มะพร้าวสด แป้งมันสำปะหลัง น้ำสลัด ข้าวหอมมะลิ น้ำมันข้าวโพด น้ำมันถั่วเหลือง และน้ำมันดอกทานตะวัน เป็นต้น



หอมหัวใหญ่สด



สับปะรดบรรจุกระป๋อง



ข้าวโพดฝักอ่อนบรรจุกระป๋อง

นอกจากนี้ SI ยังมีสินค้าที่จัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า "KC" เช่น



ข้าวหอมมะลิ



น้ำมันข้าวโพด และน้ำมันดอกทานตะวัน



มะพร้าวสด



น้ำสลัด

สินค้าที่ SI นำเข้าจากต่างประเทศ ในปัจจุบัน SI มีการนำเข้าน้ำมันพืชจากดอกทานตะวันและข้าวโพด ตราสินค้า SUNAR จากประเทศตุรกี และซอสมะเขือเทศจากประเทศจีนเป็นหลัก เพื่อนำมาจัดจำหน่ายให้แก่ลูกค้าภายในประเทศ



น้ำมันพืชจากดอกทานตะวันและข้าวโพด ตราสินค้า SUNAR



ซอสมะเขือเทศ

2.3.2 กลยุทธ์การแข่งขัน

(1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

SI มีนโยบายที่จะเน้นการจัดหาสินค้าทางการเกษตรที่มีความหลากหลายนอกเหนือไปจากผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าของบริษัท และในความหลากหลายของสินค้าก็จะต้องมีคุณภาพและมาตรฐานในระดับเดียวกันกับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของบริษัท

SI ยังมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรต่างๆ ภายใต้ตราสินค้า KC เช่นกัน อาทิเช่น ข้าวสาร น้ำมันดอกทานตะวัน น้ำมันข้าวโพด ซอสมะเขือเทศ หัวยหอมใหญ่สด และสับปะรดกระป๋อง เป็นต้น SI ได้ว่าจ้างเจ้าของกิจการที่มีโรงงานที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือในการผลิตสินค้าทางการเกษตรอื่นๆ ที่นอกเหนือจากข้าวโพดหวาน ให้กับ SI โดย SI ยังคงเน้นการควบคุมคุณภาพสินค้าตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบไปจนถึงกระบวนการผลิต เพื่อสร้างและรักษาความน่าเชื่อถือของตราสินค้า KC ในทุกๆ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท

(2) กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาขาย (Price)

SI มีนโยบายที่จะตั้งราคาสินค้าโดยการคำนวณต้นทุนบวกกำไรขั้นต้น (Cost Plus Method) ในระดับที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ และให้ความสำคัญในการจัดหาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่หลากหลายเพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าที่ต้องการนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน เพื่อแสดงถึงศักยภาพและความเป็นศูนย์กลางในด้านผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่หลากหลายของกลุ่มบริษัท

(3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายของ SI โดยส่วนใหญ่จะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเช่นเดียวกับช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ SI จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆ ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่ ลูกค้าต่างประเทศที่เป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ที่นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อ (Distributor หรือ Wholesaler) ที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่หลากหลายอยู่แล้ว ดังนั้น SI จึงสามารถใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านกลุ่มลูกค้าที่กล่าวได้ โดยไม่มีความจำเป็นที่จะต้องโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ ทำให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้

(4) กลยุทธ์ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ (Promotion)

ในด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์สำหรับธุรกิจซื้อมาจำหน่ายไปของ SI จะมีการดำเนินการควบคู่ไปกับการตลาดและประชาสัมพันธ์ของบริษัทเป็นส่วนใหญ่ ที่ผ่านมา SI จะเข้าร่วมงานแสดงสินค้าร่วมกับบริษัท และนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆ ให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทไปพร้อมกัน

2.3.3 ลักษณะลูกค้า กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

(1) กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ

กลุ่มลูกค้าหลักในต่างประเทศของ SI ส่วนใหญ่คือลูกค้ากลุ่มเดียวกับลูกค้าของบริษัทที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานอยู่แล้ว กลุ่มลูกค้าต่างประเทศของบริษัทส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ที่นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อ (Distributor หรือ Wholesaler) ซึ่งมีความต้องการผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่หลากหลายอยู่แล้ว

(2) กลุ่มลูกค้าในประเทศ

SI ยังมีการนำเข้าสินค้าซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจากต่างประเทศ มาขายให้กับลูกค้าในประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารและร้านอาหารที่ต้องใช้สินค้าคุณภาพสูงจากต่างประเทศ เช่น น้ำมันเมล็ดทานตะวัน และซอสมะเขือเทศ เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารจะนำสินค้าไปใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอาหารประเภทอื่นต่อไป เช่น อาหารทะเลกระป๋อง หรือ อาหารกึ่งสำเร็จรูป เป็นต้น

2.3.4 ภาวะอุตสาหกรรม

(1) การส่งออกสินค้าภาคการเกษตรในส่วนของผัก ผลไม้สดและที่แปรรูปของทั่วโลก

จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าการส่งออกสินค้าภาคการเกษตรทุกประเภทของศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre: ITC) ปรากฏว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าและนำเข้าภาคการเกษตรในส่วนของผักและผลไม้สดและแปรรูปทั่วโลก ระหว่างปี 2555 ถึง 2559 เปรียบเทียบกับประเทศไทยมีรายละเอียดดังนี้

มูลค่าการส่งออกสินค้าภาคการเกษตรในส่วนของผัก ผลไม้สดและที่แปรรูป (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)				
ปี	มูลค่าการส่งออก จากทุกประเทศ	การเติบโต(%)	มูลค่าการส่งออก ของประเทศไทย	การเติบโต(%)
2555	115,877.76	N/A	3,270.08	N/A
2556	127,279.34	9.84%	3,566.97	9.08%
2557	128,437.20	0.91%	3,900.57	9.35%

มูลค่าการส่งออกสินค้าภาคการเกษตรในส่วนของผัก ผลไม้สดและที่แปรรูป (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)				
ปี	มูลค่าการส่งออก จากทุกประเทศ	การเติบโต(%)	มูลค่าการส่งออก ของประเทศไทย	การเติบโต(%)
2558	124,142.56	-3.34%	4,003.72	2.64%
2559	128,817.66	3.77%	3,755.18	-6.21%

จากตารางการส่งออกสินค้าภาคการเกษตรในส่วนของผัก ผลไม้สดและที่แปรรูป ของโลกนั้นมีความผันผวนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งมูลค่าการส่งออกของโลกในปี 2555 ปี 2556 ปี2557 ปี2558 ปี2559 มีมูลค่าเท่ากับ 115,877.76 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 127,279.31ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 128,437.20ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 124,142.56ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ และ 128,817.66 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยมีอัตราการเติบโตสูงสุดในช่วงปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 9.84 และมีอัตราการเติบโตต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ -3.34 ในปี 2558

จากตารางการส่งออกสินค้าภาคการเกษตรในส่วนของผัก ผลไม้สดและที่แปรรูปของประเทศไทยนั้น มีมูลค่าในปี 2555 ปี 2556 ปี2557 ปี2558 ปี2559 มีมูลค่าเท่ากับ 3,270.28 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 3,566.97 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 3,900.57 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 4,003.72 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ และ 3,755.18 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ มีการเติบโตอย่างมากในปี 2556 ถึง 2557 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 9.08 และ 9.35 แต่มีการเติบโตที่ลดลงในภายหลังซึ่งต่ำสุดในปี 2559 โดยคิดเป็นร้อยละ -6.21

(2) การนำเข้าสินค้าภาคการเกษตรในส่วนของผัก ผลไม้สดและที่แปรรูปของทั่วโลก

มูลค่าการนำเข้าสินค้าภาคการเกษตรผัก ผลไม้สดและที่แปรรูป (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)				
ปี	มูลค่าการนำเข้าของ ทั่วโลก	การเติบโต(%)	มูลค่าการนำเข้าของ ประเทศไทย	การเติบโต(%)
2555	117,725.40	N/A	656.13	N/A
2556	127,215.52	8.06%	701.25	6.88%
2557	128,516.44	1.02%	686.33	-2.13%
2558	123,700.77	-3.75%	870.01	26.76%
2559	127,807.98	3.32%	1,032.76	18.71%

จากตารางการนำเข้าสินค้าภาคการเกษตรในส่วนของผัก ผลไม้สดและที่แปรรูปของโลก แสดงให้เห็นว่ามูลค่าการนำเข้าสินค้าภาคการเกษตรมีความผันผวนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งมูลค่าการส่งออกของโลกในปี 2555 ปี 2556 ปี 2557 ปี2558 และปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 117,725.40 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 127,215.52 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 128,516.44 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 123,700.77 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ และ 127,807.98 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยมีอัตราการเติบโตสูงสุดในช่วงปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 8.86 และมีอัตราการเติบโตต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ -3.75 ในปี 2558 ซึ่งสอดคล้องกับอัตราการส่งออกที่ลดลงของโลก

จากตารางการนำเข้าสินค้าภาคการเกษตรในส่วนของผัก ผลไม้สดและที่แปรรูปที่ผ่านมา ประเทศไทยมีมูลค่าการนำเข้าในปี 2555 ปี 2556 ปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 เท่ากับ 656.13 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 701.25 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 686.33 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 870.01 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ และ 1,032.76 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ มีการเติบโตมากในปี 2558 และปี 2559 ซึ่งคิดเป็นอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 26.76 และ 18.71 ตามลำดับ

2.3.5 ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจซื้อขายไปนั้นว่าเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่ด้วยฐานลูกค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของบริษัทที่มีจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงทำให้ SI จึงสามารถใช้ช่องทางการจัดหน่ายส่วนใหญ่ร่วมกันกับบริษัทได้อย่างดี นอกจากนี้การใช้ตราสินค้า KC ในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆ ของ SI จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของ SI ก็ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของ SI ได้รับความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และสามารถแข่งขันได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.3.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ในการจัดหาผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศนั้น SI มีการจัดหาในรูปแบบการซื้อมาจำหน่ายไป และว่าจ้างเจ้าของกิจการที่มีโรงงานให้ผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ซึ่ง SI จะมีวิธีการคัดเลือกโรงงานที่มีความน่าเชื่อถือและมีมาตรฐานการผลิตตามมาตรฐานสากล โดยการตรวจสอบคุณสมบัติของเจ้าของกิจการ มีการเยี่ยมชมโรงงาน เพื่อดูกระบวนการการผลิต ความสะดวก และมาตรฐานการผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าเจ้าของโรงงานผู้ผลิตมีกระบวนการผลิตสินค้าได้มาตรฐาน และมีความน่าเชื่อถือ

สำหรับการจัดหาผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศมาจำหน่ายในประเทศนั้น ปัจจุบันมีเพียงผลิตภัณฑ์น้ำมันพืชจากดอกทานตะวันและจากข้าวโพด ภายใต้ตราสินค้า SUNAR จากประเทศตุรกี เพื่อให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานการผลิตตามนโยบายของ SI ผู้บริหารของ SI ได้เดินทางไปเยี่ยมชมโรงงานและกระบวนการผลิตสินค้านี้ดังกล่าว

2.3.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

2.3.8 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ก่อนตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท นักลงทุนควรใช้วิจารณญาณในการพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงอย่างรอบคอบทั้งข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ และปัจจัยความเสี่ยงอื่นเพิ่มเติม ปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้ อ้างอิงจากข้อมูลปัจจุบันและการคาดการณ์อนาคตเท่าที่สามารถระบุได้ ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญบางประการ อาจมีผลกระทบต่อมูลค่าหุ้นของบริษัทได้ และในอนาคตอาจมีผลกระทบต่อธุรกิจ รายได้ และผลการดำเนินงานของบริษัทได้

นอกจากนี้ ข้อความในลักษณะการคาดการณ์ในอนาคต เช่น คำว่า “เชื่อว่า” “คาดการณ์ว่า” “คาดหมายว่า” “มีแผนจะ” “ตั้งใจ” หรือ “ประมาณ” หรือข้อความอื่นในทำนองเดียวกัน เป็นคำหรือข้อความที่บ่งชี้ถึงสิ่งที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตซึ่งมีความไม่แน่นอน และผลที่จะเกิดขึ้นอาจแตกต่างจากการคาดการณ์ก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ ภาวะการเมือง นโยบายของรัฐ การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

บริษัทที่มีปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญ ดังต่อไปนี้

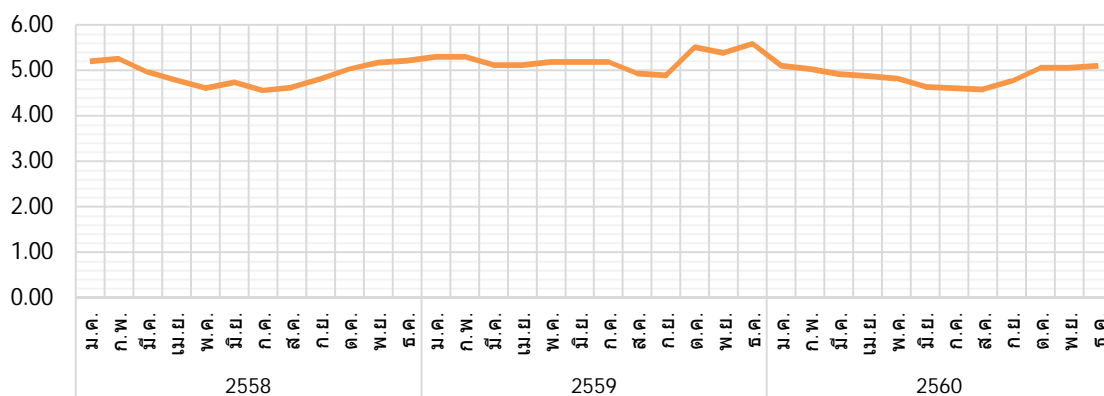
3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของปริมาณและราคาวัตถุดิบข้าวโพดหวาน

ข้าวโพดหวานเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าส่วนใหญ่ของบริษัท ซึ่งเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่มีความผันผวนทั้งในด้านปริมาณและราคา โดยมีสาเหตุจากหลายปัจจัย กล่าวคือ สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง ภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง อาจส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตข้าวโพดหวานต่อพื้นที่เพาะปลูกและคุณภาพของข้าวโพดหวาน นอกจากนี้ยังอาจเป็นผลมาจากนโยบายจากภาครัฐ เช่น นโยบายส่งเสริมการปลูกพืชพลังงานทดแทน นโยบายการสนับสนุนพลังงานทดแทน นโยบายการกำหนดราคาพืชผลทางการเกษตรบางประเภท เป็นต้น ซึ่งอาจส่งผลให้เกษตรกรเปลี่ยนไปเพาะปลูกพืชที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า เป็นผลให้ปริมาณพื้นที่ในการเพาะปลูกข้าวโพดหวานโดยรวมเปลี่ยนแปลงไป และอาจทำให้ราคาวัตถุดิบข้าวโพดหวานในตลาดเปลี่ยนแปลงไปด้วยตามกลไกอุปสงค์อุปทาน ดังนั้นหากบริษัทไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบข้าวโพดหวานที่มีคุณภาพให้เพียงพอต่อการผลิต หรือราคาวัตถุดิบข้าวโพดหวานปรับตัวในทิศทางที่เพิ่มขึ้น กรณีต่างๆตามที่กล่าวอาจส่งผลกระทบต่อบริษัทไม่มีวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพียงพอ เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าหรือมีต้นทุนด้านวัตถุดิบเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัท

กราฟแสดงราคาวัตถุดิบข้าวโพดหวานเฉลี่ยในช่วงปี 2558 - 2560

ราคาข้าวโพดหวานเฉลี่ย (บาท)



ที่มา: ข้อมูลจากบริษัท

จากกราฟแสดงราคาวัตถุดิบข้าวโพดหวานข้างต้น จะเห็นได้ว่า ในปี 2558 - 2560 ราคาวัตถุดิบข้าวโพดหวานเฉลี่ยที่บริษัทซื้อเท่ากับ 4.91 บาทต่อกิโลกรัม 5.23 บาทต่อกิโลกรัม และ 4.84 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ

ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตจากการเพาะปลูกในแต่ละปี และส่งผลกระทบต่อราคาผลผลิตข้าวโพดหวาน บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของปริมาณและราคาวัตถุดิบข้าวโพดหวาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากความผันผวนของปริมาณและราคาของวัตถุดิบข้าวโพดหวานตามที่กล่าว บริษัทจึงได้มีการบริหารความเสี่ยงดังกล่าว ด้วยการทำสัญญาทางการเกษตรแบบพันธสัญญา (Contract Farming) กับผู้รวบรวมวัตถุดิบ (Broker) หลายรายซึ่งมีสมาชิกเกษตรกรในเครือข่ายกว่า 20,000 ครอบครัว ในการทำสัญญาตามที่กล่าว บริษัทจะมีการกำหนดราคารับซื้อล่วงหน้าจากผู้รวบรวมวัตถุดิบหรือเกษตรกร อีกทั้งบริษัทยังมีโครงการ Smart Farming ที่จะช่วยส่งเสริมการเพาะปลูกข้าวโพดหวานแก่เกษตรกรในโครงการ ทำให้บริษัทสามารถวางแผนควบคุมและติดตามปริมาณผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของบริษัทได้ นอกจากนี้บริษัทยังมีทีมงานฝ่ายส่งวัตถุดิบที่ทำหน้าที่ในการวางแผนการเพาะปลูกร่วมกับผู้รวบรวมและเกษตรกร รวมถึงเสาะหาพื้นที่ปลูกเพิ่มเติมเพื่อให้เพียงพอต่อการผลิต

3.1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงมาตรการทางการค้าจากกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป (EU)

ปัจจุบันกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป (European Union: EU) มีมาตรการด้านภาษีเพื่อป้องกันการทุ่มตลาดและปกป้องเกษตรกรและอุตสาหกรรมข้าวโพดหวานแปรรูปในสหภาพยุโรป ผ่านการกำหนดอัตราภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti-Dumping Tax) สำหรับผู้ประกอบการของไทยที่ส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน (Zea mays var. saccharata) ในลักษณะเมล็ดข้าวโพดหวานแปรรูปในน้ำส้มสายชูหรือกรดอะซิติกที่ไม่ผ่านการแช่แข็ง (พิกัดภาษีศุลกากร 2001903010) และเมล็ดข้าวโพดหวานแปรรูปที่ไม่ผ่านการแช่แข็งอื่นๆ (พิกัดภาษีศุลกากร 2005800010) ซึ่งเริ่มใช้ตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา และเป็นมาตรการที่ไม่มีกำหนดอายุ เว้นแต่จะมีการเปลี่ยนแปลงโดยคณะมนตรีของ EU

นอกจากนี้ ยังมีข้อกำหนดตาม Council Implementing Regulation (EU) No. 875/2013 of 2 September 2013 imposing a definitive anti-dumping duty on imports of certain prepared or preserved sweetcorn in kernels originating in Thailand following an expiry review pursuant to article 11(2) of Regulation (EC) No 1225/2009 ซึ่งตีพิมพ์ใน วารสาร Official Journal of the European Union เมื่อปลายปี 2013 ซึ่งกำหนดเกี่ยวกับอัตราภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti-Dumping Tax) ร้อยละ 11.1 ทั้งนี้ ประกาศข้อกำหนดฉบับปัจจุบันจะหมดอายุลงในเดือนกันยายน 2562 หากคณะมนตรีของ EU มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มอัตราภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti-Dumping Tax) ในอัตราที่สูงขึ้นแล้ว ก็อาจส่งผลให้สินค้าของบริษัทมีราคาที่สูงขึ้นในประเทศของกลุ่ม EU ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคู่แข่งในด้านตลาดที่ไม่ถูกข้อกำหนดดังกล่าวบังคับใช้ ก็จะทำให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดของกลุ่มประเทศ EU ลดลง

สำหรับสัดส่วนการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปจำหน่ายยังกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป (EU) ที่ผ่านมามีปรากฏว่าบริษัทมียอดส่งออก ในปี 2558 - 2560 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้ากลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป (European Union) คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 13.73 ร้อยละ 9.19 และร้อยละ 9.66 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปมีสัดส่วนที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับรายได้จากการผลิตและจำหน่ายรวม ดังนั้นบริษัทจึงเชื่อว่า จะไม่มีผลกระทบต่อรายได้ที่มีนัยสำคัญ

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการ

3.2.1 ความเสี่ยงจากการที่ผู้ถือหุ้นใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน

กลุ่มครอบครัวกิตติคุณชัยเป็นกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท ซึ่งถือหุ้นรวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69.77 ของทุนชำระแล้ว (หลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชน) ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าว จะทำให้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่อำนาจในการควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ดังนั้น บริษัท และ/หรือผู้ถือหุ้นรายย่อยจึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงานไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง จากการที่เป็นผู้ถือหุ้นรวมกันเกินกว่ากึ่งหนึ่ง และเป็นกรรมการบริษัทอยู่ในคณะกรรมการบริษัทด้วย ก็จะทำให้คณะกรรมการของบริษัทสามารถตัดสินใจดำเนินการใดๆ ได้ ซึ่งบางครั้งอาจทำให้เกิดผลกระทบหรือความเสียหายกับผู้ถือหุ้นกลุ่มอื่นๆ ได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน จากจำนวนคณะกรรมการบริษัททั้งหมด 9 ท่าน ซึ่งกรรมการตรวจสอบของบริษัททุกท่านล้วนแต่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม ซึ่งถือเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการบริหารจัดการ ผ่านกลไกของระบบควบคุมภายในและการถ่วงดุลอำนาจของคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้บริษัทยังได้ว่าจ้าง บริษัท สอบบัญชี ไอวีแอล จำกัด เข้าทำหน้าที่เป็นหน่วยงานตรวจสอบภายในที่มีความเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ รวมทั้ง คณะกรรมการบริษัทยังคำนึงถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Principles of Good Corporate Governance) หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ โดยจะปฏิบัติตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างเคร่งครัด อีกทั้งบริษัทมีการกำหนดของเขตอำนาจหน้าที่และกำหนดตารางอำนาจอนุมัติรายการสำหรับแต่ละขอบเขตหรือวงเงินที่เหมาะสม ดังนั้นด้วยโครงสร้างที่มีการตรวจสอบและถ่วงดุลดังกล่าว บริษัทจึงมั่นใจว่าผู้ถือหุ้นทุกท่าน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัท จะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน

3.2.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกรรมการและผู้บริหารหลักในการบริหารงาน

กรรมการและผู้บริหารหลักของบริษัทในปัจจุบัน ได้แก่ นายองอาจ กิตติคุณชัย ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และมีบุคคลอื่นในครอบครัวกิตติคุณชัยดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ ผู้บริหารและผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้วของบริษัทก่อน IPO หรือ ร้อยละ 69.77 ของทุนชำระแล้วของบริษัทหลัง IPO โดยที่ นายองอาจ กิตติคุณชัย เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจมาเป็นเวลานานกว่า 30 ปี เป็นผู้วิสัยทัศน์และมีหน้าที่โดยตรงในการกำหนดนโยบาย ทิศทางและการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงของกรรมการและผู้บริหารหลักรายดังกล่าว อาจทำให้บริษัทประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจในอนาคตก็ได้ ดังนั้น เพื่อเป็นการกระจายอำนาจการจัดการและลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงกรรมการ บริษัทจึงจัดโครงสร้างองค์กรให้มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์ในการบริหารและการดำเนินธุรกิจขึ้นและให้ผู้บริหารในระดับต่างๆ ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทางของบริษัทมากขึ้น มีการกระจายอำนาจการบริหาร มีการกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบในงานด้านต่างๆ อย่างชัดเจน

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.3.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทและบริษัทย่อยมีฐานลูกค้ามากกว่า 200 รายในกว่า 50 ประเทศทั่วโลก ทั้งในเอเชีย ยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง ในการขายสินค้าส่วนใหญ่จะใช้สกุลเงินของผู้ซื้อหรือใช้สกุลเงินเป็นดอลลาร์สหรัฐในการรับชำระเงิน บริษัทและบริษัทย่อยมีสัดส่วนในการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้าต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ จากที่ผ่านมา ปรากฏว่า ในปี 2558 -

2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศคิดเป็น ร้อยละ 82.23 ร้อยละ 80.57 และร้อยละ 82.91 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ ดังนั้นบริษัทและบริษัทย่อยจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากการความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทได้ ดังจะเห็นได้ว่าในปี 2558 ปี 2559 และงวดปี 2560 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีกำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน เท่ากับ (32.48) ล้านบาท 8.65 ล้านบาท และ 22.35 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีผลประกอบการขาดทุนในปี 2557 บริษัทจึงมีนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว ด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับธนาคาร ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าสั่งซื้อจากลูกค้าแต่ละราย โดยจะใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า นอกจากนี้ บริษัทยังมีการติดตามและประเมินสถานการณ์ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิดเกี่ยวกับแนวโน้มและทิศทางการเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนของเงินตราต่างประเทศ จากการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารทางเศรษฐกิจต่างๆ ประกอบการดำเนินธุรกิจของบริษัทด้วย เพื่อจะได้นำมาใช้ประกอบในการบริหารจัดการความเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1. ตารางแสดงทรัพย์สินของบริษัทและบริษัทย่อยที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ 31 ธันวาคม 2560

หน่วย: ล้านบาท					
ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2560	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
1. ที่ดิน และส่วนปรับปรุงที่ดิน	ที่ดิน 13 แปลง โฉนดเลขที่ 5753, 5924, 5926, 5927, 5846, 8587, 5906, 5880, 5881, 52845, 52846, 27820 และ 75820 เนื้อที่รวม 62 ไร่ 2 งาน 90 ตารางวา ซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงาน อาคารโรงงานและคลังสินค้าของบริษัท ตั้งอยู่ที่ ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่	บริษัท	บางส่วนใช้เป็นส่วนหนึ่งของหลักประกันวงเงินสินเชื่อกับเจ้าหนี้สถาบันการเงินแห่งหนึ่ง ในวงเงินสินเชื่อ วงเงินหนึ่งสื้อค้าประกันรวมประมาณ 1,264.88 ล้านบาท และวงเงิน Forward Contract 50 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ โดยทรัพย์สินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทมีวงเงินจดจำนองเป็นหลักประกันประมาณ 494.94 ล้าน	101.18	เป็นที่ตั้งของสำนักงาน อาคารโรงงาน และคลังสินค้า
2. อาคาร และส่วนปรับปรุงอาคาร	อาคารสำนักงาน อาคารโรงงานและอาคารคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 9 หมู่ที่ 1 ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง	บริษัท	บาท	87.76	เพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงาน โรงงานและ

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2560	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
	จังหวัดเชียงใหม่				คลังสินค้า
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสินค้า	บริษัทและบริษัทย่อยและบางส่วนอยู่ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน		336.08	เพื่อใช้ในการกระบวนการผลิตสินค้า
4. เครื่องตกแต่งติดตั้ง และอุปกรณ์สำนักงาน	เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงานที่ใช้ในอาคารสำนักงานของบริษัท	บริษัทและบริษัทย่อย	-ไม่มี-	3.45	เพื่อใช้ในการสำนักงานบริษัท
5. ยานพาหนะ	ยานพาหนะที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ	บริษัทและบริษัทย่อยและบางส่วนอยู่ภายใต้สัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน	-ไม่มี-	4.27	เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
6. งานระหว่างก่อสร้าง	สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง	บริษัท	-ไม่มี-	26.68	
รวม				559.42	

4.2. สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิเท่ากับ 6.69 ล้านบาท ประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (ราคาทุนเท่ากับ 7.94 ล้านบาท และค่าตัดจำหน่ายสะสมเท่ากับ 1.25 ล้านบาท)

4.3. สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

4.3.1. สัญญาจ้างดำเนินงาน

รายละเอียดสำคัญของสัญญาจ้างดำเนินงาน-การจัดเก็บผักและผลไม้แช่แข็ง	
คู่สัญญา	บริษัท เกษมสันต์ จำกัด (ผู้ให้บริการ) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการและผู้บริหารบริษัท
วันที่ทำสัญญา	1 สิงหาคม 2560

รายละเอียดสำคัญของสัญญาจ้างดำเนินงาน-การจัดเก็บผักและผลไม้แช่แข็ง	
รายละเอียดสัญญา	สัญญาว่าจ้างการจัดเก็บสินค้าผักและผลไม้แช่แข็ง
ระยะเวลาสัญญา	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2560 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2561

รายละเอียดสำคัญของสัญญาจ้างดำเนินงาน-การจัดเก็บเมล็ดพันธุ์	
คู่สัญญา	บริษัท เกษมสันต์ จำกัด (ผู้ให้บริการ) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการและผู้บริหารบริษัท
วันที่ทำสัญญา	1 สิงหาคม 2560
รายละเอียดสัญญา	สัญญาว่าจ้างการจัดเก็บเมล็ดพันธุ์
ระยะเวลาสัญญา	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2560 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2561

4.3.2. สัญญากรมธรรม์ประกันภัย

บริษัทได้ทำประกันภัยทรัพย์สินของบริษัทในสำนักงานและโรงงานของบริษัท โดยมีรายละเอียดสัญญาที่สำคัญ ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของสัญญา - กรมธรรม์ประกันความเสียหายทรัพย์สิน (Accidental Damage (property) Insurance Policy Schedule)	
คู่สัญญา	บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
เลขที่กรมธรรม์	14016-005-170000330
ประเภทประกันภัย	การประกันการเสียหายทรัพย์สิน
ระยะเวลาประกันภัย	เริ่มตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม 2560 ถึงวันที่ 10 สิงหาคม 2561
วงเงินเอาประกันภัย	60,067,000 บาท
สถานที่ตั้งทรัพย์สิน (สถานที่เอาประกันภัย)	เลขที่ 9 หมู่ 1 ถนนสันป่าตอง-บ้านกาด-แม่วาง (ทล.1013) ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 50120
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	ระบบและอุปกรณ์ในการผลิตก๊าซชีวภาพจากน้ำเสียของโรงงาน
เงื่อนไขความคุ้มครอง	คุ้มครองความสูญเสียหรือความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยทางกายภาพที่เกิดขึ้นโดยตรงต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันเกิดจากสาเหตุ ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยลมพายุ ภัยจากควัน ภัยจากลูกเห็บ ภัยจากอากาศยาน ภัยจากยวดยานพาหนะ แผ่นดินไหว ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยน้ำท่วม ภัยจากการนัดหยุดงาน การจลาจลหรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย (ยกเว้นการกระทำเพื่อผลทางการเมือง ศาสนาและลัทธินิยม) และภัยจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้ถูกระบุไว้เป็นข้อยกเว้นในกรมธรรม์ประกันภัยฉบับนี้
ผู้รับผลประโยชน์	ธนาคารที่ให้สินเชื่อ ตามภาระผูกพัน

รายละเอียดสำคัญของสัญญา - กรมธรรม์ประกันความเสียหายทรัพย์สิน (Accidental Damage (property) Insurance Policy Schedule)	
คู่สัญญา	บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
เลขที่กรมธรรม์	14016-005-170000175

รายละเอียดสำคัญของสัญญา - กรมธรรม์ประกันความเสียหายทรัพย์สิน (Accidental Damage (property) Insurance Policy Schedule)	
ประเภทประกันภัย	ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
ระยะเวลาประกันภัย	เริ่มตั้งแต่วันที่ 23 พฤศจิกายน 2560 ถึง 17 พฤษภาคม 2561
วงเงินเอาประกันภัย	280,000,000 บาท
สถานที่ตั้งทรัพย์สิน (สถานที่เอาประกันภัย)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>สถานที่เอาประกันที่ 1</u> โกดังชันสวีทอาคาร 1 เลขที่ 9 หมู่ 1 ตัดถนนสันป่าตอง-แม่วาง (กม.5) ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 2. <u>สถานที่เอาประกันที่ 2</u> โกดังชันสวีทอาคาร 2 เลขที่ 9 หมู่ 1 ตัดถนนสันป่าตอง-แม่วาง (กม.5) ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 3. <u>สถานที่เอาประกันที่ 3</u> โกดังชันสวีทอาคาร 3 เลขที่ 9 หมู่ 1 ตัดถนนสันป่าตอง-แม่วาง (กม.5) ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 4. <u>สถานที่เอาประกันที่ 4</u> โกดังสันป่าตอง (คลังปัมเซลล์) เลขที่ 199 หมู่ 2 ตำบลยู่หวา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 5. <u>สถานที่เอาประกันที่ 5</u> โกดังทุ่งเสี้ยว เลขที่ 419 หมู่ที่ 3 ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>สถานที่เอาประกันที่ 1</u> โกดังชันสวีทอาคาร 1 สต็อกอาหารกระป๋อง วัสดุหีบห่อ ภาชนะบรรจุส่วนผสม น้ำตาล เกลือ จำนวน 20,000,000 บาท 2. <u>สถานที่เอาประกันที่ 2</u> โกดังชันสวีทอาคาร 2 สต็อกอาหารกระป๋อง วัสดุหีบห่อ ภาชนะบรรจุส่วนผสม น้ำตาล เกลือ จำนวน 30,000,000 บาท 3. <u>สถานที่เอาประกันที่ 3</u> โกดังชันสวีทอาคาร 3 สต็อกอาหารกระป๋อง วัสดุหีบห่อ ภาชนะบรรจุส่วนผสม น้ำตาล เกลือ จำนวน 50,000,000 บาท 4. <u>สถานที่เอาประกันที่ 4</u> โกดังสันป่าตอง (คลังปัมเซลล์) สต็อกอาหารกระป๋อง วัสดุหีบห่อ ภาชนะบรรจุส่วนผสม น้ำตาล เกลือ จำนวน 100,000,000 บาท 5. <u>สถานที่เอาประกันที่ 5</u> โกดังทุ่งเสี้ยว สต็อกอาหารกระป๋อง วัสดุหีบห่อ ภาชนะบรรจุส่วนผสม น้ำตาล เกลือ จำนวน 80,000,000 บาท
เงื่อนไขความคุ้มครอง	<p>ความสูญเสียหรือความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันเนื่องมาจากสาเหตุไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยแผ่นดินไหว ภัยลมพายุ ภัยจากน้ำท่วม ภัยจากยวดยานพาหนะ ภัยจากการนัดหยุดงาน การจลาจลหรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย (ยกเว้นการกระทำเพื่อผลทางการเมือง ศาสนาและลัทธินิยม) ภัยจากลูกเห็บ ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากอากาศยาน ภัย</p>

รายละเอียดสำคัญของสัญญา - กรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (Accidental Damage (property) Insurance Policy Schedule)	
	จากวัน ภัยจากไฟฟ้า ภัยจากการระอุ และภัยจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้ถูกระบุไว้เป็นข้อยกเว้นในกรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงทรัพย์สิน (OIC Form)
ผู้รับผลประโยชน์	ธนาคารที่ให้สินเชื่อ ตามภาระผูกพัน






รายละเอียดสำคัญของสัญญา - กรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (Accidental Damage (property) Insurance Policy Schedule)	
คู่สัญญา	บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
เลขที่กรมธรรม์	14016-005-170000341
ประเภทประกันภัย	ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม 2560 ถึงวันที่ 10 สิงหาคม 2561
วงเงินเอาประกันภัย	126,479,500 บาท
สถานที่ตั้งทรัพย์สิน(สถานที่เอาประกันภัย)	เลขที่ 9 หมู่ 1 ถนนสันป่าตอง-แม่วาง ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 50120
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	1. สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร(ไม่รวมฐานราก) อาคารโรงงานผลิตข้าวโพดแช่แข็งชั้นเดียวรวมชั้นลอย มูลค่า 57,279,500 บาท 2. เครื่องจักรอุตสาหกรรมห้องเย็น มูลค่า 69,200,000 บาท
เงื่อนไขความคุ้มครอง	ความสูญเสียหรือความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันเนื่องมาจากสาเหตุไฟไหม้ พัดพา ภัยระเบิด ภัยจากยวดยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยทางอากาศ ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยลมพายุ ภัยน้ำท่วม ภัยแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิดหรือคลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ ภัยจากลูกเห็บ ภัยจากการนัดหยุดงาน การจลาจลหรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย (ยกเว้นการกระทำเพื่อผลทางการเมือง ศาสนาและลัทธินิยม) ภัยจากการถูกไหม้หรือการระอุหรือการระเบิดตามธรรมชาติและอุบัติเหตุต่าง ๆ ที่มีอาจคาดถึงจากปัจจัยภายนอก หรือภัยจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้ถูกระบุไว้เป็นข้อยกเว้นในกรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงทรัพย์สิน (OIC Form)
ผู้รับผลประโยชน์	ธนาคารที่ให้สินเชื่อ ตามภาระผูกพัน






รายละเอียดสำคัญของสัญญา - กรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (Accidental Damage (property) Insurance Policy Schedule)	
คู่สัญญา	บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด(มหาชน)
เลขที่กรมธรรม์	14016-005-170000374
ประเภทประกันภัย	ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 7 กันยายน 2560 ถึง 7 กันยายน 2561
วงเงินเอาประกันภัย	160,620,000 บาท
สถานที่ตั้งทรัพย์สิน	เลขที่ 9 หมู่ 1 ถนนสันป่าตอง-แม่วาง ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่




รายละเอียดสำคัญของสัญญา - กรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (Accidental Damage (property) Insurance Policy Schedule)	
(สถานที่เอาประกันภัย)	50120
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	<ol style="list-style-type: none"> สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมฐานราก) มูลค่า 55,200,000 บาท อาคารเครื่องกำเนิดไอน้ำ, และอาคารเก็บเชื้อเพลิง 1 หลัง มูลค่า 7,500,000 บาท เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ มูลค่า 97,920,000 บาท
เงื่อนไขความคุ้มครอง	<p>ความสูญเสียหรือความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันเนื่องมาจากสาเหตุไฟไหม้ พัดผ่า ภัยระเบิด ภัยแผ่นดินไหว ภัยลมพายุ ภัยจากน้ำท่วม ภัยจากยวดยานพาหนะ ภัยนัดหยุดงาน ภัยจลาจลหรือภัยจากการกระทำอันมีเจตนาร้าย (ยกเว้นการกระทำเพื่อผลทางการเมือง ศาสนาและลัทธินิยม) ภัยจากลูกเห็บ ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากอากาศยาน ภัยจากควีน ภัยจากไฟฟ้า ภัยจากการระเบิด และภัยจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้ถูกระบุไว้เป็นข้อยกเว้นในกรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงทรัพย์สิน (OIC Form)</p>
ผู้รับผลประโยชน์	ธนาคารที่ให้สินเชื่อ ตามภาระผูกพัน

4.4. เครื่องหมายการค้า

ปัจจุบันบริษัทมีเครื่องหมายการค้าสำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท (Brand Logo) ที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเทศ	ประเภทสินค้า	วันที่จดทะเบียน	เลขทะเบียน	ระยะเวลาคุ้มครอง	วันที่ต่ออายุครั้งล่าสุด	วันที่สิ้นสุด
KC		บริษัท	ไทย	ลำไยกระป๋อง ลิ้นจี่กระป๋อง สับปะรดกระป๋อง เงาะกระป๋องและลำไยอบแห้ง	30 มีนาคม 2542	ค108507	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน (ต่ออายุได้ทุก 10 ปี)	22 เมษายน 2552	29 มีนาคม 2562
KC		บริษัท	ไทย	ข้าวโพดหวานกระป๋อง/ ข้าวโพดฝักอ่อนกระป๋อง/ ซอสมะเขือเทศ	30 มีนาคม 2542	ค108509	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน (ต่ออายุได้ทุก 10 ปี)	22 เมษายน 2552	30 มีนาคม 2562
KC		บริษัท	ไทย	หอมหัวใหญ่สด	30 มีนาคม 2542	ค108603	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน (ต่ออายุได้ทุก 10 ปี)	22 เมษายน 2552	29 มีนาคม 2562
KC		บริษัท	เมียนมาร์	ประเภท 29: ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ครึ่งข้าวโพดบรรจุกระป๋อง เมล็ดข้าวโพดหวานแช่แข็ง ประเภท 31: ข้าวโพดหวานแบบฝักบรรจุถุงสุญญากาศ เมล็ดข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ	30 มกราคม 2557	4/8015/2014	ไม่มีกฎหมายกำหนดไว้ชัดเจน แต่ในทางปฏิบัติตัวแทนพม่ามักจะแนะนำให้ผู้จดทะเบียนยื่นคำแถลงแสดงความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า พร้อมลงประกาศโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทุก 2 ปี		
KC		บริษัท	ญี่ปุ่น	ประเภท 29: ฝักแปรรูป ผลไม้บรรจุกระป๋อง ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ ซุปรวม ซุปข้าวโพดบรรจุกระป๋อง ซุปข้าวโพด ฝักแช่แข็ง ข้าวโพดแช่แข็ง	23 พฤษภาคม 2557	5672805	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน (ต่ออายุได้ทุก 10 ปี)	-	22 พฤษภาคม 2567

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเทศ	ประเภทสินค้า	วันที่จดทะเบียน	เลขทะเบียน	ระยะเวลาคุ้มครอง	วันที่ต่ออายุครั้งล่าสุด	วันที่สิ้นสุด
KC		บริษัท	ไต้หวัน	ประเภท 29: น้ำมันข้าวโพด ซอสข้าวโพด บรรจุกระป๋อง ข้าวโพดบรรจุกระป๋อง ข้าวโพดผสมแป้งอบกรอบ	1 มกราคม 2557	1618553	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน (ต่ออายุได้ทุก 10 ปี)	-	31 ธันวาคม 2566
KC		บริษัท	ฮ่องกง	ประเภท 29: เมล็ดข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ครีมข้าวโพดบรรจุกระป๋อง ข้าวโพดหวานแบบฝักบรรจุถุงสุญญากาศ เมล็ดข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ เมล็ดข้าวโพดหวานแช่แข็ง	18 กันยายน 2557	303140144	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน (ต่ออายุได้ทุก 10 ปี)	-	17 กันยายน 2567
KC		บริษัท	สิงคโปร์	ประเภท 29: เมล็ดข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ครีมข้าวโพดบรรจุกระป๋อง ข้าวโพดหวานแบบฝักสุกบรรจุถุง เมล็ดข้าวโพดหวานปรุงสุกบรรจุถุง เมล็ดข้าวโพดหวานแช่แข็ง	20 พฤษภาคม 2558	40201508401V	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน (ต่ออายุได้ทุก 10 ปี)	-	20 พฤษภาคม 2568
KC		บริษัท	ตุรกี	ประเภท 29: เมล็ดข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ครีมข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง เมล็ดข้าวโพดหวานแช่แข็ง ข้าวโพดอบแห้ง กระป๋อง แช่แข็ง ปรุงสุก รมควัน ข้าวโพด ผลไม้และผัก ผักบรรจุกระป๋อง ผักแช่แข็ง ประเภท 30: ชาไหมข้าวโพด ประเภท 31: ข้าวโพดหวานแบบฝักบรรจุถุง สุญญากาศ เมล็ดข้าวโพดหวานบรรจุถุง สุญญากาศ	1 กันยายน 2558	2013/103096	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน (ต่ออายุได้ทุก 10 ปี)	-	17 ธันวาคม 2566
KC		บริษัท	อินโดนีเซีย	ประเภท 29: น้ำมันพืช น้ำมันข้าวโพด น้ำมันพืชแบบถนอมอาหาร	20 กันยายน 2557	218202	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน	-	2 กรกฎาคม 2567

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเทศ	ประเภทสินค้า	วันที่จดทะเบียน	เลขทะเบียน	ระยะเวลาคุ้มครอง	วันที่ต่ออายุครั้งหลังสุด	วันที่สิ้นสุด
							(ต่ออายุได้ทุก10 ปี)		
KC		บริษัท	เกาหลี	ประเภท 35: ผักและผลไม้ที่ผ่านกระบวนการ แช่แข็ง อบแห้งและปรุงสุกแบบขายส่ง ผักและผลไม้สดแบบขายส่ง	2 กุมภาพันธ์ 2558	41-0311585	-	-	2 กุมภาพันธ์ 2568
Dragon king		บริษัท	ไทย	ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง	6 สิงหาคม 2553	ค 340538	10 ปีนับแต่วันที่จดทะเบียน (ต่ออายุได้ทุก10 ปี)	-	5 สิงหาคม 2563
Goodboy		บริษัท	ไทย	ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง	6 สิงหาคม 2553	ค 341566	10 ปีนับแต่วันที่จดทะเบียน (ต่ออายุได้ทุก10 ปี)	-	5 สิงหาคม 2563
		บริษัท	ไทย	ปุ๋ยหมักชีวภาพ	21 เมษายน 2551	ค 295212	10 ปีนับแต่วันที่จดทะเบียน (ต่ออายุได้ทุก10 ปี)	-	20 เมษายน 2561

4.5. เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

สำหรับนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทจะคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยง และสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทอย่างรอบคอบ โดยจะพิจารณาการลงทุนในบริษัทย่อยที่มีศักยภาพที่จะก่อหนี้และอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นสำคัญ และโครงการลงทุนแต่ละครั้งจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัท ตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติที่กำหนดไว้ ซึ่งบริษัทมีนโยบายส่งกรรมการ และ/หรือผู้บริหารของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการไม่น้อยกว่าสัดส่วนการลงทุนในบริษัทย่อย เพื่อควบคุมการบริหาร และนโยบายที่สำคัญของบริษัทย่อยให้สอดคล้องกับนโยบายบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีมูลค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อยภายใต้วิธีราคาทุน เท่ากับ 7.37 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.63 ของสินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริษัทย่อย	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วนการลงทุน (%)	มูลค่าเงินลงทุน ภายใต้วิธีราคาทุน (ล้านบาท)
บริษัท ชันสวีท อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	5.00	5.00	99.99	7.37

สำหรับบริษัทย่อยของบริษัท 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท ชันสวีท ไบโอ เอ็นเนอจี จำกัด ที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจพลังงานทดแทนเกี่ยวกับระบบก๊าซชีวภาพเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า และบริษัท โซสวีท จำกัด ที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากข้าวโพดหวานในรูปแบบธุรกิจค้าปลีกด้วยระบบแฟรนไชส์นั้น ผู้บริหารของบริษัทได้พิจารณาการดำเนินธุรกิจของทั้ง 2 บริษัทที่ผ่านมา เห็นว่าโอกาสทางธุรกิจของทั้ง 2 บริษัทยังไม่มีความชัดเจน และเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและค่าสอบบัญชี จึงนำเสนอให้ขายหุ้นของทั้ง 2 บริษัทออกไป ต่อคณะกรรมการบริษัท ซึ่งที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2560 ได้มีมติอนุมัติขายหุ้นทั้งหมดที่บริษัทถืออยู่ให้แก่ นายองอาจ กิตติคุณชัย

บริษัทได้จำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท ชันสวีท ไบโอ เอ็นเนอจี จำกัด และ บริษัท โซสวีท จำกัด ให้แก่ นายองอาจ กิตติคุณชัย ซึ่งเป็นกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2560 ที่ผ่านมา จึงทำให้บริษัทย่อยทั้งสองบริษัทดังกล่าวไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัทนับตั้งแต่วันที่ดังกล่าว ส่งผลให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยเพียง 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท ชันสวีท อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น

6. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

6.1. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อภาษาไทย	: บริษัท ชันสวีท จำกัด (มหาชน)
ชื่อภาษาอังกฤษ	: Sunsweet Public Company Limited
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107560000354
ชื่อย่อหลักทรัพย์	: SUN
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ธุรกิจผลิตและจำหน่ายข้าวโพดหวานแปรรูปและผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าเกษตรอื่นๆ รวมถึงธุรกิจจัดหาและซื้อมาจำหน่ายไปซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารและผลผลิตทางการเกษตร
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 9 หมู่ที่ 1 ตำบลทุ่งสะโตก อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 50120
โทรศัพท์	: (66) 53-106-538-40
โทรสาร	: (66) 53-106-541
เว็บไซต์ (URL)	: www.sunsweetthai.com
ทุนจดทะเบียน	: 215,000,000 (สองร้อยสิบห้าล้านบาทถ้วน)
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว (ก่อนเสนอขายIPO)	: 150,000,000 (หนึ่งร้อยห้าสิบล้านบาทถ้วน)
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว (หลังเสนอขายIPO)	: 215,000,000 (สองร้อยสิบห้าล้านบาทถ้วน)
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ต่อหุ้น	: 0.50 บาท (ห้าสิบสตางค์)

6.2. ข้อมูลบริษัทย่อย

ชื่อภาษาไทย	: บริษัท ชันสวีท อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
ชื่อภาษาอังกฤษ	: Sunsweet International Company Limited
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ธุรกิจจัดหาและซื้อมาจำหน่ายไปซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารและผลผลิตทางการเกษตร
ทุนจดทะเบียน	: 5,000,000 (ห้าล้านบาทถ้วน)
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว	: 5,000,000 (ห้าล้านบาทถ้วน)
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ต่อหุ้น	: 10 บาท (สิบบาท)

7. ข้อมูลสำคัญอื่น

7.1 นายทะเบียนหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ศูนย์ฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง	:	เลขที่ 9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ
โทรศัพท์	:	0-2009-9000
โทรสาร	:	0-2009-9991
เว็บไซต์	:	www.set.or.th

7.2 บริษัทตรวจสอบบัญชี

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ไพร์วหอเดอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอส จำกัด
ที่ตั้ง	:	เลขที่ 179/74-80 อาคารบางกอกซิติ้ทาวเวอร์ ชั้น 15 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ
โทรศัพท์	:	0-2344-1000, 0-2824-5000
โทรสาร	:	0-2286-0500
เว็บไซต์	:	www.pwc.com

7.3 บริษัทตรวจสอบบัญชีภายใน

ชื่อบริษัท	:	บริษัท สอบบัญชี ไอ วีแอล จำกัด
ที่ตั้ง	:	เลขที่ 35 ซอยวชิรธรรมสาริต 36 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ
โทรศัพท์	:	0-2746-4861-3
โทรสาร	:	0-2476-4569
เว็บไซต์	:	www.ivlaudit.com