



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

2.1.1 ประวัติความเป็นมา

บริษัท ไทยฮา จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) หรือ (“THAI HA”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2536 โดยกลุ่มตระกูลตั้งพิรุฬห์ธรรม บริษัทก่อตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจด้านพืชผลการเกษตรและเกษตรแปรรูป ในปี 2543 บริษัทได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 100 ล้านบาท เพื่อก่อสร้างโรงงานที่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ซึ่งทำให้บริษัทสามารถเพิ่มกำลังการผลิตอีก 300 % จากเดิมเทียบเท่า 40,000 ตันข้าวเปลือก มาเป็นเทียบเท่า 120,000 ตันข้าวเปลือก เพื่อตอบสนองการเจริญเติบโตของยอดขายข้าวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในปี 2546 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 115 ล้านบาท เพื่อทยอยขยายกำลังการผลิตของโรงงานที่ นครปฐมดังกล่าว และลงทุนเพิ่มเติมใน โรงงานผลิตวุ้นเส้นถั่วเขียวที่อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์ สินค้าของบริษัทได้แก่ ข้าวสาร วุ้นเส้น น้ำมันปาล์ม น้ำส้มสายชู และถั่วต่างๆ

2.1.2 พัฒนาการที่สำคัญในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ด้านการดำเนินธุรกิจ

2542 ถึง 2543 ตลาดในประเทศ:

ปี 2542 บริษัทได้เริ่มทำการตลาดผู้บริโภคสำหรับตราสินค้า “เกษตร” เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้า “เกษตร” อย่างรวดเร็วและทั่วถึง โดยการลงทุนโฆษณาผ่านสื่อทีวีและวิทยุทั่วประเทศ ใช้ชื่อชุด “เพื่อเราชาวไทย อยู่ดีกินดี” ซึ่งเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ของสินค้าที่มีการปรับปรุงคุณภาพ เพื่อสร้างความภักดีในกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยที่บริษัทได้ใช้งบประมาณค่อนข้างสูงในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ยังไม่ฟื้นตัวในขณะนั้น

ตลาดต่างประเทศ:

จากเดิมที่บริษัทรับจ้างผลิตสินค้าในตราสินค้าของลูกค้า จนกระทั่ง ปี 2543 เป็นต้นมาบริษัทได้เริ่มให้ความสำคัญในการทำการตลาดต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายการสร้างตราสินค้าของบริษัทให้เป็นตราสินค้าระดับโลกเพื่อให้เป็นที่รู้จักและยอมรับมากขึ้น จึงได้ทำการเน้นไปที่การผลิตการจำหน่ายและการทำการตลาดในตรา “KASET BRAND” (ตราเกษตร) และ “SMART CHEF” (ตราฉลาดชิม) พร้อมทั้งเริ่มแต่งตั้งเอเจนต์ในต่างประเทศ เพื่อการจัดจำหน่ายและกระจายผลิตภัณฑ์ตรา “KASET BRAND” และ “SMART CHEF” ไปยังผู้บริโภคต่างประเทศได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง

2545 บริษัทได้พัฒนาคุณภาพการผลิตจนได้การรับรองมาตรฐานความปลอดภัยทางด้านอาหารจากหลายระบบ ทั้ง 2 โรงงาน อาทิเช่น HALAL, GMP, HACCP, THAILAND BRAND มาตรฐานกรมการค้าภายใน และมาตรฐานกรมการค้าต่างประเทศ รวมถึงเป็นบริษัทรายแรกที่ได้รับรางวัลประกาศนียบัตรเกียรติคุณการควบคุมคุณภาพและการโฆษณาเป็นธรรมจากสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

2546 บริษัทได้รับรองมาตรฐานระบบ ISO 9001:2000 ทั้งระบบจากสถาบัน SGS และผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิตราเกษตรได้ทำให้บริษัทก้าวขึ้นเป็นผู้นำตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ภายในประเทศ (ที่มา: AC Nielsen Retail Audit Thailand)



2547 บริษัทได้ทำการซื้อที่ดินและโรงงานผลิตวุ้นเส้นถั่วเขียวที่อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์ จากเดิมที่บริษัทเช่าในปี 2544 และจากนโยบายแนวรุกทางด้านการตลาดที่ต้องการเป็นสินค้าระดับโลก บริษัทได้รับรางวัล Prime Minister Award ประเภท Brand Name โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ปัจจุบันสินค้าตราเกษตรและฉลาดชิมได้มีการวางขายอย่างกว้างขวางมากกว่า 40 ประเทศทั่วโลก

เมื่อเดือนกันยายน 2547 บริษัทได้เป็นผู้บริหารธุรกิจช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า Consumer ในประเทศ ได้แก่ ลูกค้าประเภท ดิสเคาท์ส โตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ยี่ปี่ว/ชาปี่ว และ ช่องทางจัดจำหน่าย “CATERING” ได้แก่ โรงแรม ภัตตาคารจีน ร้านอาหารไทย และอุตสาหกรรมอาหารต่อเนื่อง โดยการเข้าซื้อหุ้น จำนวน 4,799,993 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนของ บริษัท เซียร์ เทรคคิง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทใหม่ที่ได้จัดตั้งเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2547 และรับโอนพนักงาน และ สิทธิทรัพย์สินที่เกี่ยวข้อง จากบริษัท เซียร์ (ประเทศไทย) จำกัด ตามมูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2547 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้โครงสร้างการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นไปตามระบบบรรษัทภิบาลที่ดีและขจัดโอกาสที่อาจเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท จากเดิมที่ขายสินค้าแก่ลูกค้าทั้งหมดดังกล่าวผ่านบริษัท เซียร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่และเป็นลูกค้าที่สำคัญรายหนึ่งของบริษัท ในสัดส่วนร้อยละ 59 ของยอดขายของบริษัท หรือคิดเป็นจำนวนเงิน 565 ล้านบาทในปี 2546 และคิดเป็นร้อยละ 47.54 ของยอดขายของบริษัทซึ่งอยู่ที่ 533.33 ล้านบาท สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2547 หรือคิดเป็นจำนวนเงิน 253.58 ล้านบาท ดังนั้น ในอนาคต บริษัท เซียร์ (ประเทศไทย) จำกัด จะเป็นบริษัทโฮลคิง ภายหลังจากโอนธุรกิจดังกล่าวให้กับบริษัท เซียร์ เทรคคิง จำกัด ดังกล่าว

บริษัทได้รับรางวัล Prime Minister Award ประเภท Brand Name โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิตราเกษตรได้ทำให้บริษัทก้าวขึ้นเป็นผู้นำตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ภายในประเทศในปีที่ 2 ติดต่อกัน (ที่มา: AC Nielsen Retail Audit Thailand)

2548 บริษัทได้เพิ่มตราสินค้าในต่างประเทศ เพื่อขยายสัดส่วนทางการตลาดของข้าวบรรจุถุงและผลิตภัณฑ์ของบริษัท และเพื่อเป็นการสร้างตราสินค้าระดับโลกเพื่อให้เป็นที่รู้จักและยอมรับมากยิ่งขึ้น โดยการผลิต การจำหน่ายและการทำการตลาดสินค้าของบริษัทในตรา “IMPERIAL TASTE” (ตราอิมพีเรียล เทสต์)

ไตรมาสที่ 3
2548 ในการประชุมของคณะกรรมการของบริษัท ไทยสา จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 4/2548 เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2548 โดยมีกรรมการตรวจสอบเข้าร่วมประชุมด้วย คณะกรรมการได้อนุมัติซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของ บริษัท ไทยสา ออสเตรเลีย จำกัด ที่จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2548 ณ ประเทศออสเตรเลีย ด้วยทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น AUD\$300,000 เพื่อเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยมีวัตถุประสงค์ให้ บริษัทไทยสา ออสเตรเลีย จำกัด ดำเนินธุรกิจกระจายสินค้า Consumer ของบริษัท เข้าในช่องทางค้าส่งและค้าปลีก รวมถึงทำการตลาด จากเดิมที่บริษัททำการขายผลิตภัณฑ์หลักคือ ข้าวบรรจุถุงผ่านตัวแทนท้องถิ่นชาวต่างชาติ (Agent) ในประเทศออสเตรเลีย



ด้านเงินทุน

- 2543 ในเดือนกุมภาพันธ์ และเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2543 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 80.00 ล้านบาท และ 100.00 ล้านบาท ตามลำดับ เพื่อก่อสร้างโรงงานผลิตข้าวขาวหอมมะลิแห่งใหม่ที่อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ซึ่งทำให้บริษัทสามารถขยายกำลังการผลิตถึง 3 เท่าตัวจากเทียบเท่า 40,000 ตัน ข้าวเปลือกเป็นเทียบเท่า 120,000 ตันข้าวเปลือก เพื่อตอบสนองความต้องการข้าวขาวหอมมะลิที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัท ได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ข้าวขาวหอมมะลิภายใต้ตรา “ฉลาดชิม” เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติหลากหลายกว่าเดิม
- 2546 ในปลายปี 2546 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100.0 ล้านบาทเป็น 115.00 ล้านบาท เพื่อขยายพื้นที่ของโรงงานเดิมที่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ให้สามารถรองรับการขยายกำลังการผลิตข้าวขาวหอมมะลิอีกร้อยละ 30 เป็นเทียบเท่า 150,000 ตันข้าวเปลือกต่อปี
- 2547 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2547 มีมติให้บริษัทแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และ เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 115.00 ล้านบาท เป็น 150.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 35 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้กับประชาชน และกรรมการและพนักงาน และเปลี่ยนชื่อจาก “บริษัท ไทยฮา จำกัด” เป็น “บริษัท ไทยฮา จำกัด (มหาชน)” เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2547
- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2547 เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2547 มีมติให้ลดทุนจดทะเบียนของบริษัท จาก 150,000,000 บาท เป็น 115,000,000 บาท โดยการตัดหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ได้มีมติจัดสรรและจดทะเบียนแล้ว แต่ยังมีได้นำออกจำหน่ายจำนวน 35,000,000 หุ้น และพิจารณาอนุมัติให้บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 115,000,000 บาท เป็น 198,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 83,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 83,000,000 บาท ซึ่งแบ่งออกเป็น 33,000,000 หุ้น เพื่อจัดสรรให้แก่บริษัท เชียร์ (ประเทศไทย) จำกัด ในราคาหุ้นละ 1.10 บาท โดยเป็นมูลค่าทางบัญชีของบริษัทหักด้วยเงินปันผลระหว่างกาล ซึ่งเป็นผู้ขายหุ้นสามัญของบริษัท เชียร์ เทคคิง จำกัด ซึ่งมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วอยู่ที่ 48.00 ล้านบาท ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ให้กับบริษัท และเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2547 บริษัทได้จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทำให้ทุนจดทะเบียนชำระแล้วของบริษัท จาก 115.00 ล้านบาท เป็น 148.00 ล้านบาท จากการออกหุ้นสามัญใหม่ดังกล่าวให้กับบริษัท เชียร์ (ประเทศไทย) จำกัด และแบ่งออกเป็น 45,000,000 หุ้น เพื่อทำการออกและเสนอขายต่อประชาชน และอีก 5,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้กับกรรมการและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย

2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท

บริษัทประกอบธุรกิจการผลิตและจำหน่ายข้าวขาวหอมมะลิบรรจุถุงและธัญพืชต่างๆบรรจุถุง และสินค้าเกษตรแปรรูปประเภทผลิตภัณฑ์ รุ้นเส้น และน้ำส้มสายชูภายใต้ชื่อ ตรา “เกษตร” และ ตรา “ฉลาดชิม” และน้ำมันพืชตราเชียร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสามารถตอบสนองผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูง (Premium) เมื่อเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกัน เนื่องจากบริษัทได้เล็งเห็น โอกาสในการเติบโตของตลาดข้าวขาวหอมมะลิทั้งภายในและต่างประเทศ จึงมีเป้าหมายที่จะขยายส่วนแบ่งการตลาดข้าวขาวหอมมะลิ โดยที่บริษัทได้ดำเนินการขยายพื้นที่โรงงานที่อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และสร้างคลังสินค้าเพิ่มเติม 1 หลังเพื่อรองรับกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 30 เป็นเทียบเท่า 150,000 ตันข้าวเปลือกต่อปี เป็นที่เรียบร้อยแล้ว เมื่อไตรมาสที่ 4 ของปี 2547 จากที่เดิมบริษัทมีกำลังการผลิตอยู่ที่เทียบเท่า 120,000 ตันข้าวเปลือกต่อปี



นอกจากนี้ บริษัทได้เพิ่มสายผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นถั่วเขียวเพื่อจัดจำหน่ายภายใต้ตรา “ฉลาดชิม” โดยได้ทยอยติดตั้งเครื่องจักรพร้อมเพิ่มกำลังการผลิตวุ้นเส้นอีกร้อยละ 100 จากปัจจุบัน 1,200 ตันเป็น 2,400 ตันต่อปี ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในไตรมาสที่ 4 ของปี 2548 โดยการซื้อเครื่องจักรเพิ่มเติมที่ทันสมัยสำหรับโรงงานซึ่งตั้งอยู่ที่อำเภอ ตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อสามารถรองรับความต้องการผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นที่มีคุณภาพสูงของผู้บริโภคในประเทศ

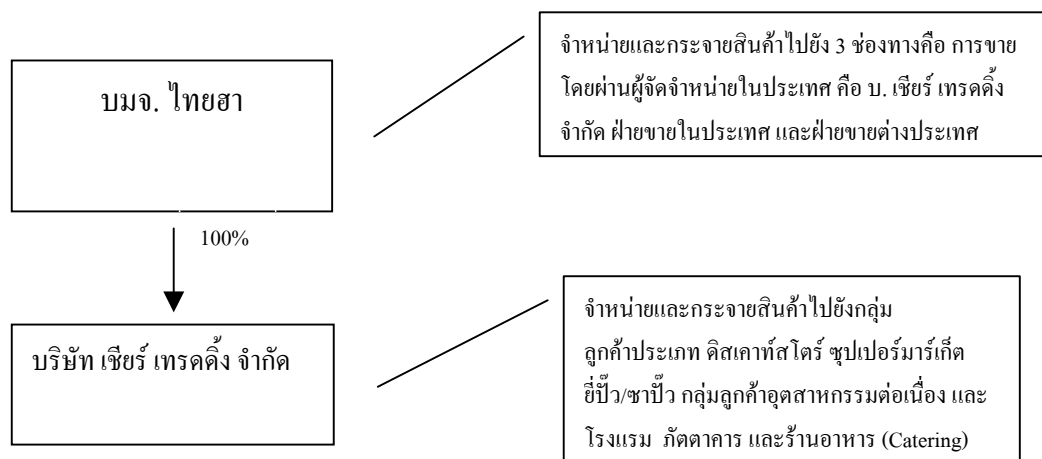
ลักษณะการดำเนินธุรกิจการผลิต การแบ่งบรรจุสูง หรือการจ้างผลิตสามารถสรุปได้ดังนี้คือ

- 1) บริษัทเป็นผู้ประกอบธุรกิจการผลิตและจำหน่ายข้าวบรรจุสูง และวุ้นเส้นบรรจุสูง
- 2) บริษัทนำวัตถุดิบต่างๆมาผ่านกระบวนการคัดแยก ทำความสะอาด และบรรจุสูงเพื่อจัดจำหน่าย
- 3) บริษัทเป็นผู้นำน้ำมันพืชมาปรุงสุกและจัดจำหน่าย
- 4) บริษัทจ้างผู้ผลิตน้ำส้มสายชูเพื่อนำมาบรรจุขวดและจัดจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลักอยู่ 3 ช่องทาง 1) ผ่านบริษัท เซียร์ เทรคดิ่ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทเมื่อเดือน กันยายน 2547 แทนการขายผ่าน บริษัท เซียร์ (ประเทศไทย) จำกัด 2) ผ่านฝ่ายขายในประเทศ และ 3) ผ่านฝ่ายขายต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

1) การจัดจำหน่ายผ่านฝ่ายขายของบริษัท เซียร์ เทรคดิ่ง จำกัด ซึ่งจะขายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้า 3 กลุ่มหลัก คือ 1. กลุ่มตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) 2. กลุ่มร้านค้าทั่วไป และ 3. กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และ โรงแรม กภัตตาคาร และร้านอาหาร (Catering) 2) สำหรับช่องทางในประเทศนั้น บริษัทได้จัดจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าเอเยนต์และยี่ปั้วของบริษัทที่จำหน่ายข้าวสารเป็นหลัก และ 3) สำหรับช่องทางในต่างประเทศ บริษัทได้มีการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังส่วนต่างๆ ของโลก โดยมีการกระจายไปทุกๆ ทวีป รวม 40 ประเทศทั่วโลก ในปัจจุบัน โดยแต่ละแห่งจะมีเอเยนต์นำเข้า มีการกำหนดสิทธิพื้นที่ในการจัดจำหน่ายที่ชัดเจนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับเอเยนต์ในการทำตลาดและกระจายสินค้า

ช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัท ไทยฮา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย



หมายเหตุ: บริษัท เซียร์ เทรคดิ่ง จำกัด มีการรับโอนการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่าย โดยรับโอนพนักงาน และ สิทธิทรัพย์สินที่เกี่ยวข้อง จาก บริษัท เซียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (รายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในส่วนที่ 2 ของร่างหนังสือชี้ชวนเรื่อง “ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน”)



นอกจากนี้บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารบวงจรด้านการตลาด ที่จะนำงบประมาณและเครื่องมือที่มีอยู่ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในทุกๆ ปี บริษัทจะมีการโฆษณาผ่านสื่อทีวี การประชาสัมพันธ์ การจัดอีเวนต์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ ฌ จดขาย และสื่อเสริมต่างๆ อย่างครบครัน

บริษัทได้เน้นเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2546 ได้มีการลงทุนในระบบ ERP: Enterprise Resource Planning เป็นจำนวนเงิน 15 ล้านบาท ซึ่งเป็นระบบที่เชื่อมโยงข้อมูลแต่ละแผนกทุกฝ่ายเข้าด้วยกันด้วยระบบบริหารการจัดการสารสนเทศ ทำให้เกิดประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นในระยะยาว ระบบดังกล่าวคาดว่าจะช่วยให้บริษัทมีต้นทุนบริหารและการจัดการลดลง และสามารถทำให้บริษัทเป็นหนึ่งในผู้นำด้านต้นทุนบริหารและการจัดการในระยะยาว (Cost Leadership) และสำหรับด้านการบริหารต้นทุน บริษัทดำเนินการโดยมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำมาตลอด เนื่องจากบริษัทใช้เงินในส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท อย่างไรก็ตาม ภายใต้นโยบายการเงินที่เข้มงวดมากขึ้น จากการที่บริษัทมีเครดิตที่ติดกับสถาบันทางการเงิน ด้วยประวัติการชำระเงินที่ดีมาตลอด รวมทั้งยังมีการป้องกันความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เพื่อลดความไม่แน่นอนในด้านรายได้ของบริษัท ซึ่งนำมาสู่การวางแผนทางการเงินและการจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยแยกตามสายธุรกิจ

สินค้า	2545 งบเฉพาะบริษัท		2546 งบเฉพาะบริษัท		2547 งบเฉพาะบริษัท		2547 งบรวม		งวด 6 เดือน สิ้นสุดปี 2548 งบรวม	
	จำนวนเงิน (บาท)	สัดส่วน ร้อยละ	จำนวนเงิน (บาท)	สัดส่วน ร้อยละ	จำนวนเงิน (บาท)	สัดส่วน ร้อยละ	จำนวนเงิน (บาท)	สัดส่วน ร้อยละ	จำนวนเงิน (บาท)	สัดส่วน ร้อยละ
ข้าว	439,135,849.86	73.90	812,049,711.52	84.47	953,237,174.44	85.87	972,550,056	78.98	422,087,480.99	68.89
วุ้นเส้น	42,901,412.53	7.22	47,013,251.72	4.89	58,921,417.74	5.31	59,549,411	4.83	32,802,853.51	5.35
อื่น ๆ ¹	112,199,537.94	18.88	102,309,147.46	10.64	97,873,050.48	8.82	98,346,074	7.99	52,171,248.45	8.52
สินค้า Trading ²	-	-	-	-	-	-	100,946,356	8.20	105,621,682.03	17.24
รวม	594,236,800.33	100.00	961,372,110.70	100.00	1,110,031,642.66	100.00	1,231,391,897	100.00	612,683,264.98	100.00

หมายเหตุ: 1) สินค้าอื่นในที่นี้ ได้แก่ ัญพืช น้ำมันพืช และน้ำส้มสายชู

2) สินค้าที่ซื้อมาเพื่อขายต่อหลักๆ โดยบริษัทย่อย (หลังหักรายการระหว่างกันกับบริษัทแล้ว) เช่น น้ำมันปีบตราจูง นมผงตรา Mission และ น้ำตาลทรายครมิตรพล อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ของปีนี้ เป็นต้นไป บริษัทย่อยได้ยกเลิกการขายนมผงตรา Mission และ จะจัดหาสินค้าอื่นมาทดแทนสินค้าดังกล่าวเพื่อลดความเสี่ยงรายได้ที่เสียไป

ทั้งนี้ บริษัทมีสัดส่วนรายได้การขายสินค้าทั้งหมดในประเทศต่อส่งออกในปี 2546 คิดเป็น 72 : 28 และเมื่อบริษัทลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวในเดือนกันยายนของปี 2547 สัดส่วนยอดขายในประเทศต่อต่างประเทศของบริษัทและบริษัทย่อยรวมกันสำหรับปี 2547 ยังมีสัดส่วนคงที่โดยอยู่ในระดับที่ 72 : 28 และคิดเป็น 78:22 สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2548

ถึงกระนั้นก็ดี ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ของปีนี้ เป็นต้นไป บริษัทย่อยจะมีรายได้ลดลงบางส่วน เนื่องจากได้ยกเลิกขายนมผงตรามิชชั่น (Mission) ซึ่งเป็นสินค้า Trading และเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย โดยสามารถคิดเป็นสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 5.51 ของรายได้บริษัทและบริษัทย่อยรวมกัน และคิดเป็นสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 6.07 ของกำไรสุทธิบริษัทและบริษัทย่อยรวมกัน สำหรับงวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2548 อย่างไรก็ตาม บริษัทคาดว่าจะส่ง



ผลกระทบต่อบริษัทและบริษัทย่อยในระยะเวลาอันสั้นเท่านั้น เนื่องจากบริษัทย่อยอยู่ในช่วงหาสินค้าอื่นที่เป็นสินค้าเกษตรหรือสินค้าเกษตรแปรรูปมาทดแทนสินค้าดังกล่าวเพื่อชดเชยรายได้ที่เสียไป อีกทั้ง การยกเลิกขายผลิตภัณฑ์นมผงจะทำให้บริษัทสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เนื่องจากลูกค้าบางรายซึ่งต้องการผลิตภัณฑ์นมผงของบริษัทย่อยเป็นกลุ่มร้านค้าปลีกทั่วไป เช่นร้านขายยา เป็นต้น ส่งผลทำให้การจัดจำหน่ายและกระจายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวของบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง และทำให้บริษัทต้องออกนอกเส้นทางการขนส่งผลิตภัณฑ์การเกษตร ซึ่งเป็นสินค้าหลักของบริษัท

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ:

บริษัทมีเป้าหมายและแนวทางการดำเนินธุรกิจในช่วง 5 ปีข้างหน้าดังนี้

1. เป็นผู้นำในธุรกิจการส่งออกข้าวหอมมะลิ โดยการสร้างตราสินค้าให้แข็งแกร่งในระดับโลก จากการที่บริษัทมีการกระจายข้าวสารหอมมะลิบรรจุถุงไปยังส่วนต่างๆ ของโลก โดยกระจายไปทุกๆ ทวีป รวม 40 ประเทศทั่วโลกนั้น บริษัทมีเป้าหมายที่จะขยายฐานลูกค้าเพิ่มเป็น 60 ประเทศในปี 2549-2551 โดยวางแผนที่จะขยายไปยังตลาดที่มีศักยภาพ เช่น ยุโรปตะวันออก ตะวันออกกลางและจีน
2. ขยายธุรกิจในส่วนของวุ้นเส้นถั่วเขียวเพื่อเพิ่มรายได้เป็น 200 ล้านบาทต่อปี ภายใน 5 ปีข้างหน้า โดยการสร้างตราสินค้าให้แข็งแกร่งในระดับประเทศ และ การขยายกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่องเป็น 2,400 ตันต่อปี ภายในไตรมาสที่ 4 ของปี 2548
3. วางแผนพัฒนาระบบการจัดการบริษัทเพื่อให้เป็นผู้นำในด้านการบริหารจัดการ โดยมีการนำระบบ ERP ซึ่งเป็นระบบที่เชื่อมโยงข้อมูลแต่ละแผนกทุกฝ่ายเข้าด้วยกันด้วยระบบบริหารจัดการสารสนเทศ ด้วยเป้าหมายในการลดค่าใช้จ่ายจากการขายและการบริหารจัดการให้เป็นร้อยละ 4.5 เมื่อเทียบกับยอดขาย
4. ขยายสายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีศักยภาพและเกือคู่กันกับสายผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันอีก 3 สายผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใน 5 ปี