

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2542 คุณตัน ภาสกรนที ประธานกลุ่มบริษัทฯ ได้เปิดให้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น สไตล์บุฟเฟต์ตลอดทั้งวันแห่งแรกในประเทศไทย ภายใต้ชื่อ “OISHI” หรือ “โออิชิ” ที่สุขุมวิท 55 (ซอยทองหล่อ) ซึ่งสร้างความแตกต่างและความแปลกใหม่ให้แก่ผู้บริโภคทั้งรูปแบบการให้บริการและราคา โดยคำนึงถึงความสดใหม่และความคุ้มค่าของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ทำให้ได้รับกระแสตอบรับอย่างสูงจากผู้บริโภค ส่งผลให้ชื่อ “โออิชิ” มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ได้รับความนิยม และความเชื่อถือจากกลุ่มลูกค้าทุกเพศทุกวัยอย่างรวดเร็ว ต่อมาในปี 2543 ได้จัดตั้ง บริษัท โออิชิ เรสเตอรัรอง จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10 ล้านบาท (ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) “บริษัทฯ”) กิจการร้านอาหารได้เริ่มขยายสาขาออกไปในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ เพื่อตอบสนองกระแสความนิยม และความต้องการของลูกค้า ต่อมาบริษัทฯ ได้เล็งเห็นศักยภาพและโอกาสในการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นและเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ จึงได้เปิดร้านอาหาร ประเภทดังกล่าว ภายใต้ชื่อร้านค้าต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้า ดังสามารถลำดับพัฒนาการสำคัญของธุรกิจในกลุ่มบริษัทฯ จากอดีตถึงปัจจุบัน ได้ดังนี้

พัฒนาการสำคัญของธุรกิจในกลุ่มบริษัทฯ

- ปี 2542 - เปิดดำเนินการร้านอาหารญี่ปุ่น “โออิชิ” สาขาแรกที่สุขุมวิท 55 (ซอยทองหล่อ)
- ปี 2544 - เปิดให้บริการร้านบะหมี่ญี่ปุ่น ด้วยรสชาติที่ถูกปากคนไทยและรูปแบบการตกแต่งร้านที่ทันสมัยภายใต้ชื่อ “โออิชิ ราเมน”
 - เปิดให้บริการร้านเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ “อิน แอนด์ เอาท์ เดอะเบเกอรี่ คาเฟ่”
- ปี 2545 - เปิดบริการร้านอาหารระบบสายพานวนสไตล์บุฟเฟต์ ที่บริการทั้งชาวปิ่นหน้าต่างๆและลูกค้าหม้อไฟญี่ปุ่น ภายใต้ชื่อ “ซาบูชิ”
 - เปิดร้านค้าแบบสะดวกซื้อสำหรับชาวปิ่นหน้าต่างๆ ภายใต้ชื่อ “โออิชิ ซูชิบาร์”
 - เปิดบริการ Dining Complex ภายใต้ชื่อ “สีกโฮม”
- ปี 2546 - ลงทุนก่อสร้างครัวกลาง หน่วยผลิตอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อสนับสนุนการขายภายในร้านค้าของบริษัทฯ
 - เริ่มการผลิตเครื่องดื่มชาเขียวออกสู่ตลาด ภายใต้ชื่อ “โออิชิ กรีนที”
 - เปิดให้บริการร้านสุกี้และบาร์บีคิว ภายใต้ชื่อ “โอเคสุกี้แอนด์บาร์บีคิว”
 - ดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ สำหรับร้าน OISHI Ramen และ IN&OUT the Bakery Cafe
- ปี 2547 - แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2547
 - ดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ สำหรับร้าน OISHI Buffet Express

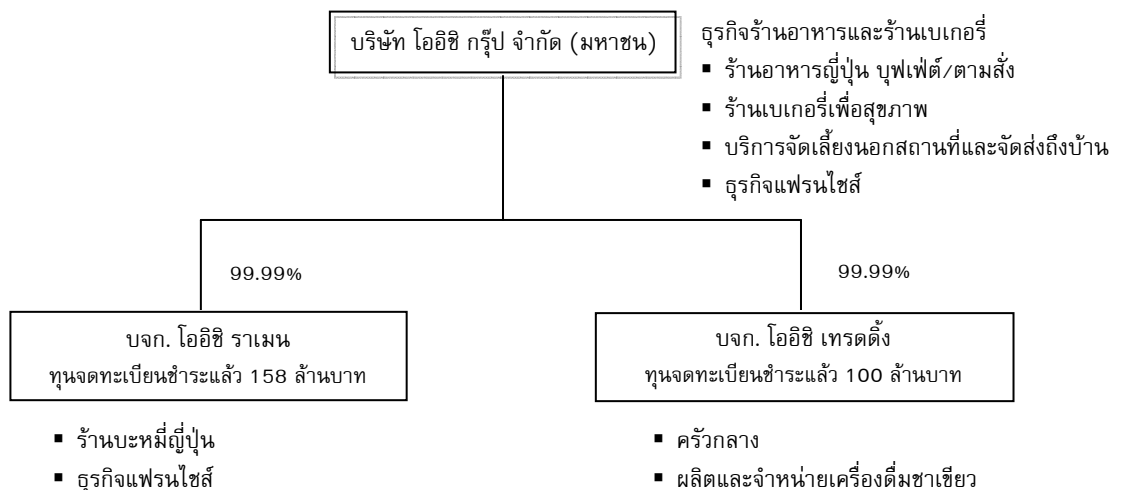
การปรับโครงสร้างภายในกลุ่มบริษัทฯ

ในปี 2545 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดโครงสร้างธุรกิจภายในกลุ่มให้มีความชัดเจนเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต โดย (1) ดำเนินการซื้อทรัพย์สินที่ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่จากบริษัทที่เกี่ยวข้องในราคาตามบัญชี มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 25.8 ล้านบาท (รายละเอียดปรากฏในส่วนที่ 2 ข้อที่ 11.2.3) (2) กำหนดให้บริษัทฯ เป็นบริษัทหลักของกลุ่ม โดยเข้าถือหุ้นร้อยละ 99.99 ในบริษัท โออิชิ ราเมน จำกัด บริษัท โออิชิ เทรตติ้ง จำกัด และ บริษัท โออิชิ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ด้วยการเพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 60 ล้านบาท เป็น 276 ล้านบาท พร้อมทั้งเสนอขายและจัดสรรหุ้นที่ออกใหม่ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามสัดส่วนที่ถืออยู่ เพื่อนำเงินดังกล่าวไปชำระค่าหุ้นให้กับผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ต่างๆ ชำงต้น ที่ราคามูลค่าตราไว้ (ราคาพาร์) ซึ่งคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 160.5 ล้านบาท และชำระคืนเงินกู้ยืมจากกรรมการจำนวน 55 ล้านบาท

ต่อมาในปี 2546 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 276 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท เพื่อลงทุนในโรงงานครัวกลางใหม่ ดำเนินงานภายใต้บริษัท โออิชิ เทคดิง จำกัด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการขายเงินลงทุนในบริษัท โออิชิ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ที่ราคามูลค่าตราไว้ (ราคาพาร์) ซึ่งคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 5 ล้านบาท ให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ซึ่งผู้ถือหุ้นดังกล่าวไม่ใช่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ และไม่ได้เป็นกรรมการ และผู้บริหารของบริษัทฯ และโอนธุรกิจการจำหน่ายชาเขียวของ บริษัท โออิชิ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ให้แก่ บริษัท โออิชิ เทคดิง จำกัด เป็นผู้ดำเนินการแทน โดยในปัจจุบัน บริษัท โออิชิ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด อยู่ระหว่างการดำเนินการเปลี่ยนชื่อบริษัท เพื่อป้องกันการขัดแย้งในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

ทั้งนี้ การเพิ่มทุนเพื่อปรับโครงสร้างการดำเนินงานของบริษัทฯ ดังกล่าว ไม่ทำให้โครงสร้างผู้ถือหุ้นเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงการมีอำนาจควบคุมบริษัทฯ

โครงสร้างกลุ่มบริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท

บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ประกอบธุรกิจหลัก 2 ประเภทได้แก่

2.2.1 ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นและร้านเบเกอรี่ แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

- ร้านอาหารญี่ปุ่น ประเภทบุฟเฟ่ต์ (Buffet) และประเภทตามสั่ง (A La Carte)
- ร้านเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ
- บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่และจัดส่งถึงบ้าน
- ธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารญี่ปุ่น(Franchise)

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2547 บริษัทฯ มีสาขาร้านอาหารรวมทั้งสิ้น 80 สาขา ทั่วกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ พัทยา ชลบุรี

2.2.2 ธุรกิจเครื่องดื่มชาเขียว

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม ชื่อ “โออิชิ กรีนที”

ธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ สามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นและร้านเบเกอรี่				ธุรกิจเครื่องดื่มชาเขียว
บุฟเฟต์	 4 สาขา	 3 สาขา	 8 สาขา	
ตามสั่ง	 17 สาขา	 22 สาขา	 1 สาขา	 2 สาขา
เบเกอรี่	 22 สาขา	 1 สาขา		
บริการจัดเลี้ยงและ จัดส่งถึงบ้าน	 -	 -		น้ำผึ้งผสม ต้นตำหรับ ไม่มีน้ำตาล มะนาว
แฟรนไชส์	 -	 -	 -	

2.3 โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท

รายได้แยกตามประเภท ธุรกิจ		ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น ของ บริษัท	งบการเงินรวม					
				ปี 2545		ปี 2546		ไตรมาส 1 2547	
				ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1	ธุรกิจร้านอาหาร	บริษัทฯ และ บจก.โออิชิ ราเมน	99.99%	663.4	94%	1,007.7	78%	273.7	45%
	ธุรกิจร้านเบเกอรี่	บริษัทฯ	-	43.8	6%	128.8	10%	29.5	5%
2	ธุรกิจเครื่องดื่มชาเขียว*	บจก.โออิชิ เทรดิง	99.99%	-	0%	163.3	13%	299.4	50%
รวม				707.2	100%	1,299.8	100%	602.6	100%

หมายเหตุ* ในปี 2545 บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวในลักษณะของซื้อมาขายไป โดยว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกเป็นผู้ดำเนินการผลิต และบริษัท โออิชิ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นผู้จำหน่าย โดยมีรายได้จากการจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวจำนวน 15.7 ล้านบาท

2.4 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการรักษาคุณภาพในการผลิตและบริการในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ และสินค้าคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารญี่ปุ่น มุ่งมั่นสร้างและรักษาความนิยมของผู้บริโภคในสินค้าของ “โออิชิ” ให้มีความต่อเนื่อง และได้วางแผนการเพิ่มสาขาร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ไว้ 2 รูปแบบ คือการลงทุนขยายสาขาด้วยบริษัทฯ เอง และขยายสาขาด้วยระบบแฟรนไชส์ (Franchise) ทั้งนี้ บริษัทฯ มีเป้าหมายขยายสาขาลงสู่ 10 สาขา เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดที่มีศักยภาพและมีกำลังซื้อสูง

สำหรับ เป้าหมายการเติบโตในตลาดเครื่องดื่มชาเขียวนั้น บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเป็นหนึ่งในผู้นำในตลาดเครื่องดื่มชาเขียวภายในปี 2548 ซึ่งเมื่อประเมินจากผลตอบรับที่ดีในเครื่องดื่มชาเขียว “โออิชิ กรีนที” ของบริษัทฯ ที่ดำเนินการผลิตออกสู่ตลาดเองมาตั้งแต่ปี 2546 ผู้บริโภคให้ความนิยมในสินค้าค่อนข้างสูง โดยในช่วงเดือนมีนาคม 2547 – เมษายน 2547 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มชาเขียวร้อยละ 36 (รายละเอียดปรากฏในส่วนที่ 2 ข้อ 3.2.2) ดังนั้น บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าจะสามารถดำเนินกลยุทธ์การตลาดและการขายอย่างมีประสิทธิภาพให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดได้ นอกจากนี้เพื่อเสริมสายการผลิตและและเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผู้บริโภค บริษัทฯ มีแผนงานที่จะเพิ่มสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพใหม่ๆ ที่สอดคล้องและเกี่ยวเนื่องกับสินค้าหลักคืออาหารญี่ปุ่นและเครื่องดื่มชาเขียวที่มีอยู่เดิม เพื่อให้บริษัทฯ มีแหล่งของรายได้เพิ่มหลายทางมากยิ่งขึ้น