

**Market : mai**

AGRO-mai :เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

**HOTPOT****บริษัท ฮอท พอต จำกัด (มหาชน)**

สำนักงานใหญ่ : 350 ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10230 โทร. 02-943-8448

โรงงาน : 11/1 หมู่ 3 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา ปทุมธานี 12150 โทร. 02-577-3667

website : <http://www.hotpot.co.th>**CEO :**

คุณสมพล ฤกษ์วิบูลย์ศรี

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

โทร. : 02-943-8448 ต่อ 1191

มือถือ : 081-945-4672

อีเมลล์ : [rsompon@hotpot.co.th](mailto:rsompon@hotpot.co.th)**CFO/IRO :**

คุณปาลีรัฐ นุ่มนนท์

เจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน/นักลงทุนสัมพันธ์

โทร. : 02-943-8448 ต่อ 1114

มือถือ : 095-208-0473

อีเมลล์ : [npaleerat@hotpot.co.th](mailto:npaleerat@hotpot.co.th)**Company Background**

กลุ่มผู้บริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้เริ่มดำเนินธุรกิจร้านอาหารตั้งแต่ปี 2538 โดยเริ่มจากร้านอาหารสุกี้ ชาบู ตามสังสาขาแรกที่จังหวัดฉะเชิงเทรา จนในปัจจุบันได้เปิดให้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ประกอบด้วยร้านอาหารบุฟเฟต์นานาชาติ ประเภทสุกี้ ชาบู ภายใต้แบรนด์ "ฮอท พอต" และร้านอาหารบุฟเฟต์แนวบึงย่างสดสไตล์ญี่ปุ่น ภายใต้แบรนด์ "ไดโตมอน" รวมทั้งร้านอาหาร Casual Dining เสริฟสเต็กและอาหารฟิวชัน แบบตามสั่ง ภายใต้แบรนด์ "ซิกเนเจอร์" โดยมีร้านอาหารประมาณ 140 สาขากระจายอยู่ในศูนย์การค้าชั้นนำทั่วประเทศ ภายใต้แนวความคิดในการจัดเสิร์ฟอาหารที่มีรสชาติอร่อย มีความหลากหลาย ให้บริการที่ดี ในราคาที่คุ้มค่า เพื่อนำไปสู่วิสัยทัศน์ของบริษัทที่มุ่งมั่นจะเป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจร้านอาหารหนึ่งในใจลูกค้า พนักงาน และสังคม

**Key Development of Company**

- ก.พ. 2007 ก่อสร้างโรงงานที่อำเภอลำลูกกา ปทุมธานี เพื่อเป็นโรงงานผลิตอาหารและครีวกลาง
- ธ.ค. 2012 เชื้อกิจการไดโตมอน
- 2013 เริ่มกลยุทธ์ให้บริการทั้งแบบตามสั่งและบึงย่างในร้านเดียวกัน เพิ่มความหลากหลายในรูปแบบการรับประทาน
- 2014 ปรับปรุงร้านสาขาให้ดูทันสมัย และปรับเปลี่ยนแบรนด์ เพื่อลดการสับสนในแบรนด์ และทำให้แบรนด์มีความชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้เริ่มวางจำหน่ายน้ำจิ้มสุกี้ฮอท พอต ในห้างโมเดิร์นเทรด รวมทั้งการเปิดแบรนด์น้องใหม่ "ซิกเนเจอร์"
- 2015 จัดเทศกาลอาหาร ได้แก่ เทศกาลต้มยำเกาหลี (พอจังกิม) และเทศกาลอาหารอาเซียน จัดทำวิจัยทางการตลาดในเชิงลึก เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์ฮอทพอต รวมถึงพฤติกรรมและทัศนคติที่มีผลต่อการเลือกบริการร้านอาหาร
- 2016 เปิดร้านแฟรนไชส์ แบรนด์ฮอท พอต ที่สปป.ลาว แห่งแรก จัดเทศกาลอาหารสำหรับฟุตบอลยูโร Hot Pot Festival "ฉลองทุกมือ จัดเต็มทุกการเชียร์" และจัดเสิร์ฟน้ำซุ๊ปใหม่ "น้ำซุ๊ปต้มยำมันกุ้ง" เพิ่มช่องทางในการจำหน่ายน้ำจิ้มสุกี้ ผ่านทางเทสโก้ โลตัส เอ็กเพรส อีกกว่า 600 สาขา

**Revenue Breakdown**

(หน่วย: ล้านบาท)

Revenue Structure	Q4/2016	%	Q4/2015	%	2016	%	2015	%
1.รายได้จากการขาย	505.70	99.39	501.88	97.27	2,054.34	99.31	2,132.71	98.48
(ก) จากสาขาของบริษัท	502.51	98.77	500.41	96.99	2,043.75	98.80	2,125.61	98.15
1) ฮอท พอต อินเตอร์ บูฟเฟต์	284.70	55.96	293.67	56.92	1,177.13	56.91	1,308.94	60.44
2) ฮอท พอต อินเตอร์ บูฟเฟต์ เพิ่มเติมบึงย่าง	139.17	27.35	138.22	26.79	569.88	27.55	536.80	24.79
3) ฮอท พอต เพรสทีจ	0.00	0.00	1.43	0.28	0.00	0.00	9.81	0.45
4) ฮอท พอต สุกี้ ชาบู	3.82	0.75	5.25	1.02	18.85	0.91	24.28	1.12
5) ไดโตมอน	48.23	9.48	46.26	8.97	183.12	8.85	199.38	9.21
6) ซิกเนเจอร์	26.58	5.23	15.58	3.02	94.25	4.56	46.41	2.14
7) พอจัง	0.00	0.00	0.00	0.00	0.51	0.02	0.00	0.00
(ข) จากการขายอื่น	3.19	0.63	1.47	0.29	10.59	0.51	7.10	0.33
2.รายได้อื่น	3.08	0.61	14.06	2.73	14.17	0.69	33.00	1.52
รายได้รวม	508.78	100	515.94	100	2,068.51	100	2,165.71	100



"ทุกมือ จัดเต็มด้วยใจ"

March 2017

**Stock Data**

(03/03/2017)

	YTD	2016	2015
Paid-up (MB.)	101.50	101.50	101.50
Listed share (M.)	406	406	406
Par (B.)	0.25	0.25	0.25
Market Cap (MB.)	958	1,096	877
Price (B./share)	2.36	2.70	2.16
EPS (B.)	-0.37	-0.37	-0.23

**Statistics (03/03/2017)**

	P/E	P/BV	Div.Yield
HOTPOT (x)	N/A	7.77	N/A
AGRO - mai (x)	N/A	4.14	0.83
AGRO - SET (x)	22.01	2.51	2.42
mai (x)	92.64	3.11	1.50
SET (x)	17.27	1.92	3.04

**Recent Research**

- ไม่มี

**CG Report Score****THSI List****Shareholder Structure (27/12/2016)**

Shareholder	จำนวนหุ้น (M.)	%
กลุ่มนายสมพล ฤกษ์วิบูลย์ศรี	119.40*	29.41*
กลุ่มนายอภิเดช เตชะอบล	99.47*	24.50*
นายทวีมิตร จงพากร	69.73	17.17
รายย่อย	117.40	28.92

\*หลังปรับปรุงรายการ Big lot วันที่ 30/12/2015 และ 11/1/2016

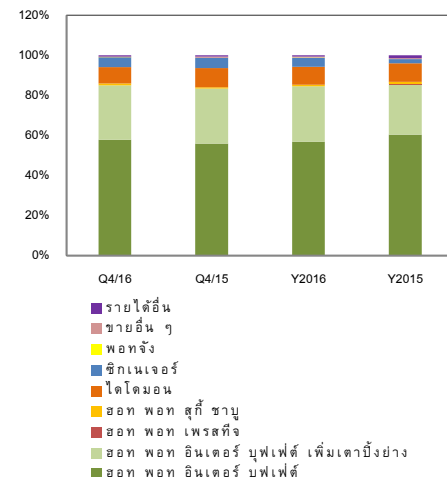
**Financial Ratios**

	2016	2015	2014
ROE (%)	-78.91	-31.68	-14.39
ROA (%)	-14.30	-9.19	-5.22
D/E (X)	4.64	2.25	1.84
GP Margin (%)	51.31	53.15	54.03
EBIT Margin (%)	-5.24	-3.83	-2.26
NP Margin (%)	-7.17	-4.39	-2.35

**Capital Structure**

(MB)

	2016	2015	2014
Current Liabilities	452.64	482.04	533.44
Non-Current Liabilities	119.50	86.63	104.00
Shareholders' Equity	123.34	252.35	347.34

**Operating Revenue**

## Business Plan

- เร่งสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ด้วยการปรับปรุงแบรนด์ให้มีความเป็นพรีเมียมมากขึ้น การสร้างแต่ละแบรนด์ให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ในตัวเอง การพัฒนาและคิดค้นอาหารใหม่ ๆ ที่มีเอกลักษณ์และตรงกับความต้องการของลูกค้า การพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพงานบริการให้ได้มาตรฐาน
- สร้างการรับรู้แบรนด์ ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดกิจกรรมการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- ปรับปรุงการบริหารงานภายในองค์กร ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ
- เร่งดำเนินการในการปรับปรุงสาขาที่มีผลดำเนินการขาดทุนตามความเหมาะสม โดยการปรับแบรนด์ หรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ หรือใช้กลยุทธ์ทางการตลาด หรือขายแฟรนไชส์ หรือหยุดดำเนินการ
- ขยายกิจการ ด้วยการพิจารณาเลือกร้านสาขาที่จะเปิดใหม่อย่างระมัดระวังมากยิ่งขึ้น โดยเน้นทำเลที่มีศักยภาพซึ่งอยู่ในย่านใจกลางเมือง การพัฒนาแบรนด์ร้านอาหารใหม่ ๆ และการซื้อแบรนด์ร้านอาหารใหม่ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายน้ำจิ้มสุกี้ให้มากยิ่งขึ้น

## Investment Highlight

ประเด็นที่น่าสนใจของบริษัท ดังนี้

- มีร้านสาขาเปิดให้บริการกระจายอยู่ในศูนย์การค้าทั่วประเทศ
- มีครัวกลางที่ผ่านการตรวจและรับรองคุณภาพ ทำหน้าที่ในการผลิตอาหารกึ่งสำเร็จรูป และน้ำจิ้ม ซึ่งมีการควบคุมคุณภาพและรสชาติให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกร้านสาขา

## Risk Factors

ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจและการป้องกันความเสี่ยงที่สำคัญ ดังนี้

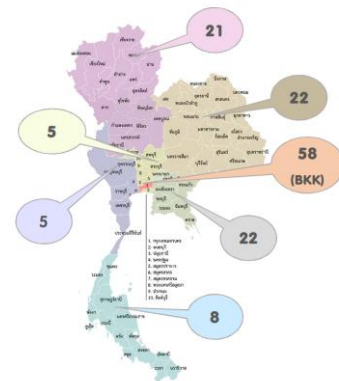
- กำลังซื้อที่ยังคงชะลอตัว และการระมัดระวังในการใช้จ่ายของผู้บริโภค บริษัทจึงได้มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดโปรโมชั่นส่วนลดราคา เพื่อกระตุ้นการให้บริการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม การให้ส่วนลดราคาสามารถดึงดูดค่าให้มาใช้บริการที่ร้านสาขา แต่ก็มีผลกระทบต่อยอดขายสุทธิของบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงได้มีการปรับกลยุทธ์ในการให้ส่วนลดราคาให้เหมาะสมกับแต่ละร้านสาขามากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม รวมทั้งการจัดทำแผนการกระตุ้นการเพิ่มยอดขายสินค้าอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การขายน้ำจิ้ม การขายมันกุ้งสำหรับน้ำซุปรดต้มยำ การขาย Gift Voucher เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทจะจัดให้มีสิทธิพิเศษเพิ่มเติมแก่ลูกค้าสมาชิก ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นกว่า 300,000 ราย จากการที่บริษัทได้ส่งเสริมให้ลูกค้าสมัครสมาชิกออนไลน์ฟรีในไตรมาส 3 ปี 2559
- สภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงอย่างต่อเนื่อง จากจำนวนร้านอาหารที่เพิ่มขึ้น ทั้งจากการขยายสาขาและแบรนด์ใหม่ของผู้ประกอบการรายเดิม และการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญในการสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง ควบคู่ไปกับการสร้างการรับรู้ในแบรนด์ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในการพัฒนาและปรับปรุงเมนูอาหารอย่างต่อเนื่อง การจัดเทศกาลอาหาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และการจัดกิจกรรมทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ

## Company Structure

ไม่มีบริษัทย่อย/บริษัทร่วม

## Branch stores by Geographic

(31/12/2016)



แบ่งตามภูมิภาคของคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

## Company Product



**Disclaimer:** เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทต่อผู้ลงทุนเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวนหรือจูงใจให้ซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ซึ่งผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจในการนำข้อมูลมาใช้ตัดสินใจลงทุนอย่างรอบคอบ โดยบริษัทจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่รายงาน 56-1 รายงานประจำปี หรือสารสนเทศที่บริษัทได้แจ้งผ่านสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ด.) และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงข้อมูลในเอกสารฉบับนี้โดยมีต้องแจ้งให้ผู้ลงทุนทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามมิให้ผู้ใดนำเอกสารหรือข้อมูลในเอกสารดังกล่าวไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัท