

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ฟู้ดแอนด์ดริ้งส์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งในปีพ.ศ. 2528 บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลัก คือ ผลิตอาหารและเครื่องดื่มตามความต้องการของลูกค้า ภายใต้แบรนด์ของลูกค้า รวมทั้งผลิตสินค้า ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ จัดจำหน่ายทั้งภายในประเทศ และส่งออกจำหน่ายกว่า 10 ประเทศ เช่น ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา เยอรมัน ประเทศในกลุ่ม AEC เป็นต้น รวมถึงการส่งออกทางอ้อมโดยผ่านผู้ซื้อในประเทศด้วย โดยมีสัดส่วนการส่งออกไปต่างประเทศโดยตรงที่ร้อยละ 37.8 และจำหน่ายในประเทศร้อยละ 62.2 ในปี 2558

บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ ในการดำเนินการ คือ เป็นหนึ่งในบริษัทแปรรูปอาหาร ที่ได้รับความเชื่อถือมากที่สุด โดยมีลักษณะเด่น คือ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีอัตราผลผลิตและคุณภาพสูงอย่างสม่ำเสมอ ใส่ใจในเรื่องความปลอดภัยสูงสุด ราคาแข่งขันได้ และมีการส่งมอบตามเวลาอย่างเคร่งครัด เป้าหมายผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) เท่ากับ 12% สร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน ให้ผลตอบแทนที่เหมาะสม เพื่อให้พนักงานได้ทำงานอย่างมีศักยภาพและภูมิใจในความสำเร็จขององค์กร

บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาสินค้าทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่และขยายสายผลิตภัณฑ์เดิมอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้าที่มีอยู่

ในปี พ.ศ. 2536 ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปีพ.ศ. 2537 มีทุนจดทะเบียน 125 ล้านบาท

ในปีพ.ศ. 2547 บริษัทฯได้ขยายสายการผลิตไปยังการผลิตเครื่องดื่มบรรจุขวดพลาสติก และได้ร่วมทุนกับบริษัท ฮอนชุน (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งบริษัทฮอนชุน เอฟดี แพ็คเกจจิ้ง จำกัด โดย บริษัท ฟู้ดแอนด์ดริ้งส์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 35 เพื่อผลิตขวด ฝาพลาสติก และฉลาก

ในปี 2552 มีการเพิ่มทุนจดทะเบียน ปัจจุบัน บริษัทมีทุนจดทะเบียนเป็น 150,000,000 บาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญ 15,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่า 150,000,000 บาท ส่งผลให้ฐานะการเงินของบริษัทมีความแข็งแกร่งมากขึ้น

ในปี 2554 บริษัทฯ ได้ลงทุนโรงเพาะถั่วงอก เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเพื่อส่งออก และส่งขายภายในประเทศ นอกเหนือจากนั้น ได้ทำการปรับปรุง ซ่อมแซมโรงงานผลิตผัก ผลไม้แปรรูป อย่างต่อเนื่อง เพื่อดำรงไว้ซึ่งเกณฑ์กำหนดตามมาตรฐานสากล

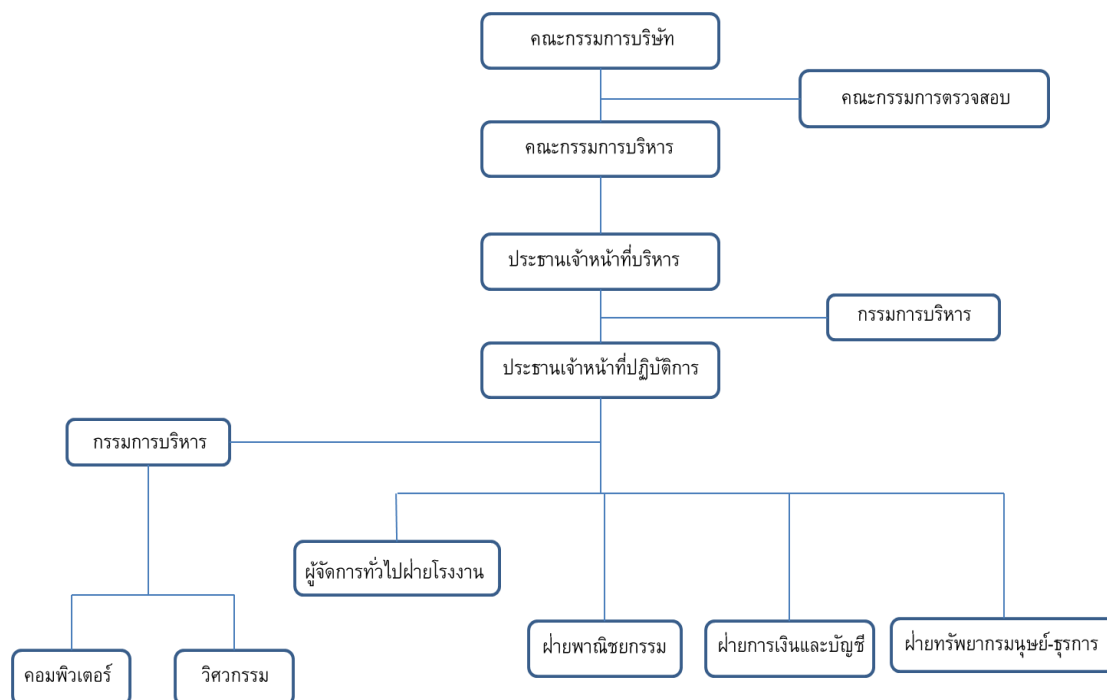
ในปี 2555 บริษัทฯ ได้ลงทุนปลูกต้นยางพาราในที่ดิน อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน เพื่อเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินที่บริษัทมีอยู่ให้เพิ่มมูลค่า โดยได้ลงทุนกว่า 14 ล้านบาท โดยจะมีการลงทุนเพิ่มทุกปีประมาณ 4 ล้านบาท จนกว่าจะเริ่มมีรายได้ในอีก 5-6 ปีข้างหน้า

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าใหม่ของบริษัทฯเอง ประเภทเครื่องดื่มภายใต้ แบรินด์ “ซัมเมอร์” ออกสู่ตลาด 2 ชนิดคือ น้ำบ๊วย และ น้ำว่านหางจระเข้รสน้ำผึ้งผสมมะนาว โดยน้ำบ๊วย จะมีเนื้อบ๊วย และน้ำว่านหางจระเข้ จะมีเนื้อว่านหางจระเข้ผสมอยู่ด้วย

ในปี 2557 บริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้ากลุ่มใหม่ คือ Ready-to-eat ซึ่งมีทั้งแช่แข็งและแช่เย็น โดยปรับปรุงพื้นที่การผลิตที่มีอยู่เดิม แต่มีการลงทุนซื้อเครื่องจักรเพิ่มเพื่อให้เหมาะกับการผลิตสินค้ากลุ่มนี้

ผลการดำเนินการของบริษัทในปี 2558 มีผลขาดทุนสำหรับปีเท่ากับ 82.5 ล้านบาท โดยรวมผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ 20.8 ล้านบาท และรวมส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม 8.1 ล้านบาท คิดเป็นขาดทุนสุทธิต่อหุ้นเท่ากับ 5.50 บาท และมีมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น ณ 31 ธันวาคม 2558 เท่ากับ 29.07 บาท

ทั้งนี้ ในปี 2556 บริษัทฯ ได้มีการปรับโครงสร้างขององค์กร เพื่อความเหมาะสมในการปฏิบัติงาน และรองรับการขยายกิจการในอนาคตดังต่อไปนี้



ความสำเร็จของบริษัทฯ เกิดขึ้นจากความมุ่งมั่นตั้งใจ และความร่วมมือของพนักงาน ทีมผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัทฯ ด้วยจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ การนำเสนอสิ่งที่ดีที่สุดต่อลูกค้า ทั้งในด้านของคุณภาพที่ได้ตามมาตรฐานสากล การจัดส่งที่ตรงตามกำหนดเวลา และเหนืออื่นใดคือความไว้วางใจจากผู้ถือหุ้นทุกท่านที่กรุณาสันับสนุนการดำเนินงานของบริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา ซึ่งบริษัทฯ ยังจะพัฒนาต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดต่อไป

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ในปี 2557-2558 มีการเพิ่มประเภทอาหารที่ผลิต คือ กลุ่มอาหารพร้อมทานที่มีทั้งแบบแช่แข็งและแบบแช่เย็น โดยเน้นการสร้างแบรนด์สินค้าของบริษัทฯ เอง เพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ และชื่อเสียงของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักกันมากขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้และกำไรให้กับบริษัทฯ ในระยะยาว และสร้างความปลอดภัยให้กับพนักงานในบริษัทฯ

### ลักษณะการประกอบธุรกิจ และ ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัท ฟู้ดแอนด์ดริ้งส์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลัก คือเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มแปรรูปตามความต้องการและคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อส่งออกและขายในประเทศ โดยสินค้าอาหารดังกล่าว เป็นการแปรรูปผัก ผลไม้ และเนื้อสัตว์เป็นอาหารนานาชาติ ขึ้นอยู่กับความต้องการและคำสั่งซื้อของลูกค้าสำหรับประเภทของผลิตภัณฑ์นั้นมีความหลากหลายไม่จำเพาะเจาะจง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของลูกค้าในแต่ละประเทศ และศักยภาพของโรงงานของบริษัทฯเป็นหลัก ความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบ และกฎหมายข้อบังคับของประเทศคู่ค้า โดยใช้การผลิตด้วยมาตรฐานเดียวกันทั้งการผลิตเพื่อจำหน่ายต่างประเทศและในประเทศ

นโยบายในการทำธุรกิจของบริษัทฯ จะเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก สินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯจะเป็น Grade Premium ใช้วัตถุดิบสดจากธรรมชาติ ดังนั้นลูกค้าต่างประเทศส่วนใหญ่ของบริษัทฯ จะเป็นลูกค้าระดับบน – กลาง ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ติดต่อกับขายกันมานานนับสิบปี และมีความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทฯ เนื่องจากลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า

ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัทฯ ประกอบด้วย ผัก ผลไม้ เครื่องแกง น้ำแกง เครื่องเทศ ซอส น้ำผักผลไม้ เครื่องดื่มนานาชาติ ตลอดจนการนำส่วนประกอบต่างชนิดมาผสมผสานขึ้นเป็นสินค้าใหม่ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การลดความเสี่ยงทั้งทางด้านการตลาดและด้านวัตถุดิบ โดยมีสัดส่วนการส่งออกไปต่างประเทศโดยตรงที่ร้อยละ 37.8 และมีการจำหน่ายในประเทศร้อยละ 62.2

ทั้งนี้ บริษัทฯได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน และใบอนุญาตผลิตอาหาร บริษัทฯ ได้ผ่านเกณฑ์รับรอง GMP โดยกระทรวงสาธารณสุข และผ่านเกณฑ์รับรอง HACCP และ Global Standard for Food Safety (BRC Certificate Body) โดย NSF Certification จากประเทศอังกฤษ

รายละเอียดของสินค้าต่างๆ ที่ผลิตและจำหน่าย ทั้งต่างประเทศและในประเทศ ประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

**1. ผัก/ผลไม้/เครื่องเทศ/อาหารบรรจุภาชนะปิดผนึก**

ประกอบด้วย วานหางจระเข้ หน่อไม้ มะม่วง ผักผลไม้อื่นๆ เครื่องเทศ เช่น ตะไคร้ พริก ผักชี อาหารสำเร็จรูป เช่น พริกแกง และอาหารสำเร็จรูป นำมาบรรจุขวดแก้ว ขงพลาสติก (retort pouch) หรือกระป๋องขนาดต่างๆ กัน ส่วนผสมที่ใช้บรรจุรวมกับผัก ผลไม้ มีน้ำเกลือ หรือน้ำส้มสายชู น้ำเชื่อม หรือน้ำเปล่า

**2. ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนผสมหลักบรรจุภาชนะปิดผนึก**

ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ต่างๆ ปรุงตามข้อกำหนดของลูกค้า บรรจุกระป๋องหรือถุง เพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออก

**3. ผัก/ผลไม้/อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง**

ประกอบด้วย วานหางจระเข้ มะม่วง และผัก ผลไม้อื่นๆ นำมาล้าง ตัดแต่ง หรือปรุงรส และผ่านกระบวนการแช่แข็ง แล้วจึงบรรจุถุงพลาสติกและกล่อง เก็บรักษาไว้ในห้องเย็น

**4. น้ำผัก ผลไม้และเครื่องดื่ม**

ประกอบด้วย น้ำผัก ผลไม้ น้ำชาพร้อมดื่ม นำมาบรรจุกระป๋อง หรือ ขวดพลาสติก โดยที่วัตถุดิบบางส่วนสามารถใช้ร่วมกับสินค้าอื่น

**5. อาหารพร้อมทาน (ready-to-eat)**

ประกอบด้วยอาหารที่ผู้บริโภคสามารถรับประทานได้ทันทีหลังจากที่นำไปอุ่นในไมโครเวฟ โดยแบ่งประเภทเป็นแช่เย็น และแช่แข็ง เช่น ข้าวกับไก่ผัดใบกระเพรา ข้าวกล้องไก่ ข้าวต้มมัด ส้มตำ เป็นต้น โดยได้พัฒนาและจำหน่ายกว่า 20 รายการในปี 2557 และเพิ่มรายการสินค้าอีกกว่า 40 รายการในปี 2558 เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค

### การตลาด

บริษัทได้แบ่งลักษณะของการขายเป็นทั้งในรูปแบบของการส่งออกและการจำหน่ายในประเทศ โดยที่ไม่ได้จำกัดประเภทสินค้า ทั้งนี้ ในการรับผลิตสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศนั้น บริษัทจะคำนึงถึงข้อกำหนดของประเทศคู่ค้าเป็นหลักสำคัญ ดังนั้น บริษัท จึงใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และทำการตลาดร่วมกับคู่ค้าเพื่อดำเนินการผลิตให้ถูกต้องตามกฎหมายของประเทศนั้นๆ ตรงตามข้อกำหนดและความต้องการของคู่ค้าซึ่งจะส่งผลให้คู่ค้าเกิดความมั่นใจสูงสุดว่าสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานสากล พร้อมทั้งจะรับภาวะการแข่งขันในตลาด และจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ส่วนตลาดในประเทศนั้น นอกจากบริษัทจะเป็นผู้พัฒนาสินค้าที่ผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท ภายใต้ได้มาตรฐานและคุณภาพการผลิตเช่นเดียวกับสินค้าที่ผลิตเพื่อส่งออกจำหน่ายต่างประเทศแล้ว สำหรับงานที่รับจ้างผลิตบริษัทก็ยังคงนโยบายที่จะทำการผลิตตามข้อกำหนดของลูกค้าเป็นหลักเช่นเดียวกัน

### ตลาดต่างประเทศ

บริษัทสามารถขยายตลาดไปยังทุกทวีป โดยบริษัทได้ส่งออกไปยังต่างประเทศกว่า 10 ประเทศ โดยมีประเทศในทวีปยุโรปเป็นตลาดใหญ่ (ร้อยละ 33) รองลงมาคือประเทศญี่ปุ่น (ร้อยละ 26) ประเทศออสเตรเลีย (ร้อยละ 16) ประเทศในกลุ่ม AEC (ร้อยละ 15) ประเทศสหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 8) และประเทศอื่นๆ (ร้อยละ 2)

สินค้าที่ส่งไปยังตลาดหลักประกอบด้วย สินค้าในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัท ผลิตอยู่ และบริษัท ได้วางแผนนโยบายที่จะกระจายไปยังตลาดอื่นๆ เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งเน้นไปยังตลาดที่สามารถรองรับสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้ครบทุกชนิด เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงและเป็นการเพิ่มยอดขาย

นโยบายในการทำตลาดต่างประเทศ จะทำโดยการทำงาน กับบริษัท Trading Company และการออกงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

### ตลาดในประเทศ

บริษัท ได้จัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัท Trading company ในประเทศหลายราย และถือเป็นรายได้หลักส่วนหนึ่งของบริษัท เนื่องจากลูกค้าบางกลุ่มได้ทำการค้าประเภทซื้อมา-ขายไป บริษัท จึงถือเป็นการขายภายในประเทศ แม้ว่าสินค้าจะถูกส่งออกก็ตาม ถือว่าเป็นการส่งออกทางอ้อม

บริษัทฯ ได้เริ่มขยายตลาดในประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 โดยได้ลงทุนในเครื่องจักรและอาคารสำหรับผลิตสินค้าประเภทเครื่องดื่มโดยเน้นที่ตลาดในประเทศและมีการส่งออกเป็นบางส่วน เนื่องจากมีลูกค้าต่างประเทศที่สนใจสินค้าประเภทชาพร้อมดื่ม และน้ำผลไม้พร้อมดื่ม

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่สำหรับเครื่องดื่ม ภายใต้แบรนด์ “Zummer” ซึ่งเป็นแบรนด์ของบริษัทฯเองออกสู่ตลาด 2 ชนิด คือ น้ำบ๊วยผสมเนื้อบ๊วย และน้ำว่านหางจระเข้รสน้ำผึ้งผสมมะนาว ซึ่งในน้ำว่านหางจระเข้จะมีเนื้อว่านผสมอยู่ด้วย และใช้น้ำมะนาวและน้ำผึ้งแท้ในการผลิต ซึ่งบริษัทฯ ได้ทำการเปิดตัวสินค้าใหม่นี้ในงาน ThaiFex 2013 ที่จัดขึ้นในเดือนพฤษภาคม 2556 ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นอย่างดี บริษัทฯ ใช้ช่องทางในการจัดจำหน่าย โดยผ่านบริษัทจัดจำหน่ายสินค้า (Distributor) และใช้บริการ บริษัทเอเยนซี ในการทำสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมส่งเสริมการขาย

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังทำการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ยี่ห้อ Zummer และมีการแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ ประเภทงานอันมีลิขสิทธิ์ ศิลปกรรม “PLUM-MU” และ “ALOE-KU” ซึ่งเป็น Mascot สำหรับสินค้าใหม่ ภายใต้แบรนด์ “ซัมเมอร์” ของบริษัทฯ คือ น้ำบ๊วยผสมเนื้อบ๊วย และน้ำว่านหางจระเข้รสน้ำผึ้งผสมมะนาว

ในปี 2557 บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภทพร้อมรับประทาน ทั้งที่รับจ้างผลิตให้กับแบรนด์ของลูกค้าและภายใต้เครื่องหมายการค้า ยี่ห้อ Besto ของบริษัทฯ

### การตลาด ภาวะอุตสาหกรรม และภาวะการแข่งขัน

#### การตลาด

บริษัทฯ ได้เน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในตลาดระดับกลางถึงสูง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของโรงงานและคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ถือเป็นข้อได้เปรียบของบริษัทฯ เนื่องจากที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้คิดค้น พัฒนาระบบการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และเทคโนโลยีในทุกๆ ด้านอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพตามหลักมาตรฐานสากล สอดคล้องความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

โดยการพัฒนาดังกล่าวบริษัทฯ ได้คำนึงถึงหลักความปลอดภัยและสุขอนามัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบการจัดการด้านสุขลักษณะการผลิต (Good Manufacturing Practices: GMP) และระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard

Analysis and Critical Control Point: HACCP) และ Global Standard for Food Safety (BRC) โดย NSF Certification จากประเทศอังกฤษ จึงทำให้สินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยสร้างความเชื่อถือด้วยการดำรงรักษาคุณภาพของสินค้าเป็นไปตามมาตรฐานและการจัดส่งสินค้าตามกำหนดเวลา และให้ความร่วมมือในการคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ร่วมกับลูกค้า

สำหรับการส่งออกต่างประเทศนั้น ลักษณะของลูกค้าจะแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ นายหน้าหรือตัวแทนผู้นำเข้า (Broker) ผู้จัดจำหน่าย และเจ้าของตราสินค้า (Brand Owner) โดยตรง ลูกค้าที่เป็นนายหน้าจะเป็นตัวกลางในการช่วยเจ้าของตราสินค้า/ผู้จัดจำหน่าย ในการหาผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการ และได้ค่านายหน้า (จากเจ้าของตราสินค้า หรือผู้ผลิต แล้วแต่การตกลง) เป็นค่าตอบแทน ส่วนลูกค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายและเจ้าของตราสินค้าจะว่าจ้างผู้ผลิตโดยตรงในการผลิตสินค้า ซึ่งผู้ผลิตอาจต้องจ่ายค่านายหน้าให้กับผู้แนะนำ ผู้จัดจำหน่าย หรือเจ้าของตราสินค้า แล้วแต่กรณี

ขณะนี้ บริษัทฯ มีการส่งออกไปยังต่างประเทศกว่า 10 ประเทศ ตลาดหลักที่สำคัญสำหรับสินค้าของบริษัทฯ คือ ประเทศในทวีปยุโรป ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศ AEC และสหรัฐอเมริกา

#### ยอดขายในปี 2556 - 2558 แยกตามประเทศ

(หน่วย: ล้านบาท)

ประเทศ	<u>2556</u>	<u>2557</u>	<u>2558</u>
ประเทศในทวีปยุโรป	46.2	64.7	58.4
ญี่ปุ่น	94.2	80.7	45.7
ออสเตรเลีย	78.6	45.8	28.4
สหรัฐอเมริกา และแคนาดา	15.4	24.5	14.9
กลุ่มประเทศ AEC	-	-	26.9
ประเทศอื่นๆ	6.2	4.8	1.1
ในประเทศ	237.4	254.5	288.9
<u>รวม</u>	<u>478.0</u>	<u>475.0</u>	<u>464.3</u>



## ภาวะการแข่งขัน

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมผักผลไม้มีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยสำหรับในประเทศนั้นการแข่งขันจะเกิดจากโรงงานที่มีอยู่แล้วและต้องการเพิ่มจำนวนประเภทของสินค้าให้มากขึ้น เนื่องจากภาวะความไม่แน่นอนของวัตถุดิบ ตัวอย่างเช่น โรงงานที่เคยผลิตสับปะรดกระป๋องเพียงสินค้าเดียว ปัจจุบันก็ได้เพิ่มสายการผลิตของผลไม้ชนิดอื่นด้วย ส่งผลให้มีการแข่งขันมากขึ้น

ส่วนการแข่งขันจากต่างประเทศนั้น ประเทศไทยได้เปรียบในด้านของคุณภาพและมาตรฐานของโรงงานที่อยู่ในระดับแนวหน้าของโลก แต่เสียเปรียบในด้านของราคา ซึ่งเกิดจากผลผลิตต่อไร่ที่ค่อนข้างต่ำและคุณภาพของวัตถุดิบที่ไม่ได้มาตรฐานคงที่ ปัญหาราคาเคมีตกค้าง ตลอดจนค่าแรงงานที่สูงเนื่องจากนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท จึงทำให้สินค้าจากประเทศไทยมีราคาสูงเมื่อเทียบกับประเทศในเขตภูมิภาคเดียวกัน เช่น ประเทศจีน เวียดนาม และอินโดนีเซีย

อุตสาหกรรมเครื่องเทศและเครื่องปรุงรสนั้น นับว่ามีการแข่งขันค่อนข้างสูงเช่นกัน เนื่องจากมีโรงงานที่ผลิตสินค้าประเภทนี้อยู่แล้วเป็นจำนวนมากที่จำหน่ายภายในประเทศ ทั้งนี้ ความแตกต่างจะอยู่ที่รสชาติเฉพาะของแต่ละบริษัท และการปรับรสชาติให้เข้ากับลูกค้าต่างประเทศ รวมถึงคุณภาพของโรงงานและของสินค้าที่เป็นที่ต้องการ

ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ทุก Sector มีการแข่งขันกันสูง ในปัจจุบัน โดยเฉพาะเครื่องดื่มประเภท Ready to Drink มีการแข่งขันที่สูง โดยเฉพาะตลาดในประเทศ โดยการแข่งขันจะเน้นการการออกสินค้าใหม่ที่มีคุณสมบัติที่แตกต่าง นอกจากนั้นในปัจจุบัน ได้มีการผลิตเครื่องดื่มประเภทน้ำผักผลไม้ และ น้ำชาผสมสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ออกมาแข่งขันกันอย่างมาก ทั้งนี้บริษัทฯ ได้พัฒนา น้ำบ๊วย และ น้ำว่านหางจระเข้รสน้ำผึ้งผสมมะนาว โดยเน้นเรื่องความอร่อยและผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ โดยเริ่มวางตลาดในเดือน พฤษภาคม 2556 เปิดตัวในงาน ThaiFex และยังส่งออกไปยังประเทศในกลุ่ม AEC และประเทศญี่ปุ่น ภายใต้แบรนด์ Zimmer ดังนั้นบริษัทจึงมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ภายใต้แบรนด์ Zimmer ต่อไป

สำหรับตลาดต่างประเทศเริ่มมีความต้องการในสินค้าประเภทเดียวกัน จึงถือเป็นโอกาสของบริษัทที่จะทำการตลาดสินค้ากลุ่มนี้ต่อไป

ด้วยภาวะการแข่งขันจากประเทศคู่แข่งที่มากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับ ประเทศคู่แข่งมากขึ้น ดังนั้น การที่บริษัทจะรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ จะต้องสร้างความ

แตกต่าง ในเรื่องของคุณภาพและบริการ จึงจะรักษารฐานลูกค้าไว้ได้ และหนึ่งในนั้นคือการมีระบบ HACCP ซึ่งเป็นระบบคุณภาพสากลสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารที่เป็นที่เชื่อถือ ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการรับรองโดย NSF Certification จากประเทศอังกฤษ

เนื่องจากบริษัทฯ ได้มีนโยบายที่ชัดเจน ในการเน้นการกระจายผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ทำให้บริษัทมีคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจในลักษณะเดียวกันโดยตรงไม่มาก แต่จะมีคู่แข่งในแต่ละผลิตภัณฑ์ และคู่แข่งจากต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศเวียดนาม เป็นต้น

### การจัดหาผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบ

บริษัทฯ มีโรงงานที่มีกำลังการผลิตรวมประมาณ 60,000 ตัน นโยบายการผลิตจะขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อของลูกค้าเป็นหลัก ยกเว้นสินค้าที่เป็นฤดูกาลที่ฝ่ายการตลาดจะพิจารณาจากคำสั่งซื้อปริมาณของวัตถุดิบ และสถานการณ์ของตลาด

วัตถุดิบที่สำคัญของบริษัทฯ ประกอบด้วยพืชผักผลไม้ กระจก ขวด ฝา วัตถุประกอบ กล่อง และฉลาก โดยมีมูลค่าการซื้อวัตถุดิบ จำแนกตามแหล่งที่ซื้อดังนี้

### มูลค่าการซื้อวัตถุดิบปี 2556 - 2558

(หน่วย: ล้านบาท)

	<u>2556</u>		<u>2557</u>		<u>2558</u>	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
วัตถุดิบภายในประเทศ	205.8	93.3%	216.2	94.8%	230.2	92.3%
วัตถุดิบจากต่างประเทศ	<u>14.7</u>	<u>6.7%</u>	<u>11.9</u>	<u>5.2%</u>	<u>19.3</u>	<u>7.7%</u>
รวมวัตถุดิบทั้งหมด	<u>220.5</u>	<u>100.0%</u>	<u>228.1</u>	<u>100.0%</u>	<u>249.5</u>	<u>100.0%</u>

วัตถุดิบประเภทพืชผักผลไม้มีทั้งการจัดซื้อผ่านพ่อค้าคนกลางและซื้อจากเกษตรกรทั่วประเทศ ประมาณ 60 ราย ที่มาของวัตถุดิบขึ้นอยู่กับชนิดของวัตถุดิบ เช่น ว่านหางจระเข้ มีแหล่งที่มาจากทางภาคใต้ตอนบน เป็นต้น ทั้งนี้อาจมีความไม่แน่นอนในปริมาณและราคาของวัตถุดิบสืบเนื่องจากสภาพของดินฟ้าอากาศ และความต้องการของตลาด

บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เช่น กล่อง ฉลาก ขวด ฝา และกระป๋อง ส่วนหนึ่งได้ทำการสั่งซื้อจากผู้ผลิตภายในประเทศ ประมาณ 3-5 ราย และมีบางส่วน นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ฟิลิปปินส์

สารเคมีและส่วนผสมต่างๆ มีปริมาณและมูลค่าไม่มากนัก มีทั้งที่ซื้อจากผู้จำหน่ายภายในประเทศ และนำเข้าจากต่างประเทศ

ผู้จำหน่ายวัตถุดิบส่วนใหญ่มีความน่าเชื่อถือและมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับบริษัทฯ มาเป็นเวลานาน

### ผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมจากการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

บริษัทฯ ได้คำนึงถึงการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม มีความห่วงใยและให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมเป็นลำดับที่สำคัญยิ่ง ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด คือ มีการ ทำแบบฟอร์ม สก2 ยื่นต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม ในการขออนุญาตกำจัดสิ่งปฏิกูล วัสดุที่ไม่ใช่แล้ว ออกนอกบริเวณโรงงาน โดย เศษวัตถุดิบเหลือใช้ จะนำไปทำปุ๋ยเพื่อใช้ในพื้นที่ปลูกยางของบริษัท ทั้งนี้ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานเรียบร้อยแล้ว

บริษัทฯ ยังได้เปลี่ยนเครื่องกำเนิดไอร้อนจากการใช้น้ำมันเตาและกลบเป็นเชื้อเพลิง มาเป็น การใช้ก๊าซธรรมชาติ ซึ่งช่วยลดปริมาณควันเสียที่ปล่อยสู่บรรยากาศ

ในปี 2554-2556 บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการ คาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์เกษตรและอาหาร โดยได้รับการสนับสนุนจาก สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) เพื่อส่งเสริมการประเมินและจัดการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารไทย คาร์บอนฟุตพริ้นท์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอันเป็นสาเหตุหลักของภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีความสำคัญในระดับโลก โดยโครงการวิจัยนี้ กำหนดเป้าหมายในการวิเคราะห์ขนาดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ด้วยมาตรฐาน PAS 2050 เพื่อทราบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในแต่ละขั้นตอนโดยตลอดวัฏจักรชีวิต สำหรับใช้จำแนกแนวทางในการจัดการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ เพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยตลอดห่วงโซ่การผลิต แล้วนำมาปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อประหยัดพลังงาน และลดต้นทุน อีกทั้งยังเป็นการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ตลอดจนเป็นการเตรียมความพร้อมดำเนินการฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่ใช้ในโครงการวิจัยนี้ ได้แก่ น้ำจิ้มไก่ และ น้ำวนหางจระเข้ และบริษัทจะทำการวิจัยกับสินค้าชนิดอื่นๆ ต่อไป

## ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทร่วม

ปีพ.ศ. 2547 บริษัทฯ ได้ร่วมลงทุนกับบริษัท ฮอนชวอน (ไทยแลนด์) จำกัด ในการจัดตั้งบริษัท ฮอนชวอน เอฟดี แพ็คเกจจิ้ง จำกัด เพื่อขยายธุรกิจไปสู่การผลิตเครื่องดื่มบรรจุขวดพลาสติก อันจะเป็นการเพิ่มศักยภาพให้แก่บริษัทฯ การประกอบธุรกิจหลักคือ ผลิตขวดพลาสติก และฉลากพลาสติก โดยบริษัท ฟู้ดแอนด์ดริ้งส์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 35

บริษัท ฮอนชวอน เอฟดี แพ็คเกจจิ้ง จำกัด มีหน้าที่รับผิดชอบในการผลิตและการตลาด เนื่องจากบริษัท ฮอนชวอน(ไทยแลนด์) จำกัด เป็นบริษัทลูกของบริษัท ฮอนชวอน จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำจากประเทศไต้หวัน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกมาอย่างยาวนาน

ต่อมาในปี 2551 บริษัท ฮอนชวอน เอฟดี แพ็คเกจจิ้ง จำกัด เพิ่มทุนจดทะเบียน 20,000,000 บาท โดยการออกหุ้นใหม่เป็นหุ้นสามัญจำนวน 2,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท ทางบริษัทฯ จึงพิจารณาร่วมลงทุนเพิ่มจำนวนเงิน 7,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35 ของการเพิ่มทุนจดทะเบียนทั้งหมด ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 35 ของบริษัทฯ ไว้

โครงสร้างรายได้

	<u>ปี 2556</u>		<u>ปี 2557</u>		<u>ปี 2558</u>	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
มูลค่าการจำหน่ายต่างประเทศ	241	50.4 %	221	46.5 %	175	37.8 %
มูลค่าการจำหน่ายในประเทศ	237	49.6 %	254	53.5 %	289	62.2 %
รวมมูลค่าการจำหน่าย	<u>478</u>	<u>100.0 %</u>	<u>475</u>	<u>100.0 %</u>	<u>464</u>	<u>100.0 %</u>

## ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จาก

การลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย  
(ล้านบาท)

20

11

8

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบสำคัญของทุกกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาองค์กร อันมีบทบาทสำคัญในการร่วมกับผู้บริหารบริษัทฯ ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านต่างๆ ขององค์กร พร้อมทั้งกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหามีประสิทธิภาพ ตลอดจนพิจารณาวางแผนการบริหารความเสี่ยง และทบทวนความเพียงพอของนโยบายการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม รวมไปถึงการสื่อสารไปยังผู้บริหารและพนักงานทุกระดับให้ได้รับทราบและปฏิบัติตามอย่างสม่ำเสมอ โดยสำหรับในปีปัจจุบัน คณะกรรมการพัฒนาองค์กรและผู้บริหารได้ร่วมกันประเมินความเสี่ยงและได้สรุปประเด็นความเสี่ยงภายในของบริษัทฯ โดยสามารถแบ่งเป็นหัวข้อหลักๆ ดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงด้านการเงิน

##### (ก) อัตราแลกเปลี่ยน

สืบเนื่องจากการที่บริษัทฯ มุ่งเน้นใช้วัตถุดิบในการผลิตจากภายในประเทศเป็นหลัก เพื่อเป็นการสนับสนุนเกษตรกรในทุกภูมิภาคให้สามารถมีรายได้เลี้ยงตนเองอย่างมั่นคง ต้นทุนและค่าใช้จ่ายหลักของบริษัทฯ จึงอยู่ในรูปเงินบาทเป็นส่วนใหญ่

อย่างไรก็ดี การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาทต่อสกุลเงินเหรียญสหรัฐ มีผลกระทบต่อบริษัทฯ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พิจารณาแล้วว่าค่าเงินบาทจะค่อยข้างอ่อนตัวในปี 2557 ต่อเนื่องถึงปี 2558 บริษัทฯ จึงไม่ได้ทำสัญญาซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กระจายความเสี่ยง โดยเปลี่ยนสกุลเงินในการซื้อขายกับลูกค้าบางราย ในสหราชอาณาจักรและประเทศญี่ปุ่นเป็นสกุลเงินปอนด์ และเงินบาท ตลอดจนการดูแลอย่างใกล้ชิด โดยคณะกรรมการพัฒนาองค์กรของบริษัทฯ เพื่อสามารถบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว ทำให้บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนได้

##### (ข) อัตราดอกเบี้ย

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยอันเกี่ยวเนื่องกับเงินฝากสถาบันการเงิน เงินเบิกเกินบัญชี เงินกู้ยืมระยะสั้น และเงินกู้ยืมระยะยาว แต่เนื่องจากสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยของบริษัทฯ จึงอยู่ในระดับที่ต่ำ

### (ค) การให้สินเชื่อกับลูกหนี้การค้า

บริษัทฯ มีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อกับลูกหนี้การค้า ทั้งนี้กรรมการบริหารบริษัทฯ ได้ควบคุมความเสี่ยงนี้ โดยการกำหนดให้มีนโยบายและวิธีการควบคุมสินเชื่อที่เหมาะสม ดังนั้น บริษัทฯ จึงไม่คาดว่าจะได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการให้สินเชื่อ นอกจากนี้ การให้สินเชื่อของบริษัทฯ ไม่มีการกระจุกตัว เนื่องจากบริษัทฯ มีฐานลูกค้าที่หลากหลาย

## 2. ความเสี่ยงด้านสถานะตลาด / คู่แข่ง

ธุรกิจหลักของบริษัทฯ คือ การรับจ้างผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นรายรับของบริษัทฯ จึงแปรผันตามปริมาณการสั่งซื้อและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งเป็นปัจจัยที่บริษัทฯ ไม่อาจควบคุมได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้วางแผนทางลดความเสี่ยงดังกล่าวด้วยกลยุทธ์การร่วมธุรกิจกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด ไม่ว่าจะเป็นการร่วมกันวิเคราะห์วิจัยแนวทางการตลาดของลูกค้า อาทิ การจัดรายการส่งเสริมการขาย ไปจนถึงการร่วมคิดค้นพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีความแตกต่างเพื่อให้ลูกค้ามีสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่ง อันส่งผลให้ลูกค้าสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างแข็งแกร่ง และทำให้บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงทั้งด้านรายรับ และความเสี่ยงในการที่ลูกค้าจะเปลี่ยนไปซื้อสินค้ากับบริษัทคู่แข่งได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ เพื่อป้องกันความผันผวนของตลาดต่างประเทศ ทั้งจากปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจโลก การกีดกันทางการค้าของกลุ่มสหภาพยุโรป เป็นต้น ตลอดจนเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดภายในประเทศไปพร้อมกัน บริษัทฯ จึงได้ขยายกำลังการผลิต ส่งผลให้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา สัดส่วนของตลาดภายในประเทศมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปีพ.ศ. 2558 นี้ บริษัทฯ มีสัดส่วนการส่งออกต่อการจำหน่ายในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 37.8 ต่อ 62.2

พร้อมกันนั้น บริษัทฯ ได้ปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต เพื่อลดต้นทุนการผลิตไปพร้อมๆ กับการรักษาคุณภาพสินค้าและระบบการตรวจสอบให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลดังเช่นที่ผ่านมา ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีคุณภาพมาตรฐานเหนือกว่าประเทศคู่แข่ง เช่น ประเทศจีน ที่มีต้นทุนต่ำกว่า แต่ยังมีปัญหาเรื่องคุณภาพ โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ผ่านเกณฑ์รับรองคุณภาพมาตรฐานสากล ได้แก่ GMP โดยกระทรวงสาธารณสุข และผ่านเกณฑ์รับรอง HACCP และ Global Standard for Food Safety (BRC) โดย NSF Certification จากประเทศอังกฤษซึ่งถือเป็นจุดแข็งในการทำธุรกิจของบริษัทฯ

## 3. ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบ

เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นวัตถุดิบทางการเกษตรที่เพาะปลูกในประเทศเป็นหลัก โดยบริษัทฯ ได้คัดเลือกจากผลผลิตของเกษตรกรในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศไทย ดังนั้น จึงมีความไม่

แน่นอนในด้านราคา ปริมาณ และคุณภาพ ซึ่งจะผันแปรตามสภาพภูมิอากาศเป็นหลัก ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ที่ผ่านมา คณะกรรมการบริษัทฯ ได้วางแผนทางในการป้องกันความเสี่ยงเกี่ยวกับวัตถุดิบ ได้แก่

- การกระจายความเสี่ยงโดยการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์
- การวางแผนการขาย รวมถึงราคาขายให้สอดคล้องกับผลผลิตของวัตถุดิบ โดยเฉพาะพืชผลที่เป็นฤดูกาล
- การประสานงานกับกลุ่มเกษตรกร หน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มผู้ซื้อ อย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถจัดทำแผนการสำรองวัตถุดิบได้ตรงกับความต้องการ และมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานของบริษัท
- การให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสังคม โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้พื้นที่ทำการเกษตรอย่างยั่งยืน การให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่อง อันจะส่งผลดีต่อคุณภาพและปริมาณผลผลิตในระยะยาว

จากการบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับวัตถุดิบมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการผลกระทบจากวัตถุดิบได้เป็นอย่างดี

#### 4. ความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติ

จากการเกิดภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในปี 2554 ทั้งแผ่นดินไหวที่ประเทศญี่ปุ่นและมหาอุทกภัยในประเทศไทย ทำให้หลายบริษัทในประเทศและต่างประเทศต้องพิจารณาถึงผลกระทบที่จะมีถึงบริษัท

โรงงานที่เป็นที่ตั้งของบริษัทนั้น ตั้งอยู่บนที่ดินในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี จึงไม่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยที่เกิดขึ้น หากว่าค่าบางรายของบริษัทได้ประสบกับภัยพิบัติดังกล่าว บริษัทจึงได้ร่วมกับลูกค้าในการวางแผนสำรองเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการผลิตมีปัญหา

ทั้งนี้ บริษัทได้จัดทำแผนการเตรียมพร้อมหากเกิดภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้น พร้อมทั้งได้ซื้อกรมธรรม์ ในกรณีที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภท / ลักษณะ ทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1.ที่ดิน 3 แปลงที่จังหวัด ชลบุรี รวมเนื้อที่ 570 ไร่ 95 ตร.วา	บริษัทฯเป็นเจ้าของ	ราคาประเมิน 195 ล้าน บาท	ติดจำนอง 2 แปลง มูลค่า จำนอง (รวมอาคาร/สิ่ง ปลูกสร้าง) 462 ล้านบาท
2.อาคารโรงงาน ที่จังหวัด ชลบุรี	บริษัทฯเป็นเจ้าของ	สุทธิตามบัญชี 77 ล้าน บาท	ติดจำนองบางส่วนร่วมกับ ที่ดิน
3.เครื่องจักรผลิตอาหาร	บริษัทฯเป็นเจ้าของ	สุทธิตามบัญชี 58 ล้าน บาท	ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ระยะสั้นและระยะยาว บางส่วนร่วมกับที่ดิน และ สิ่งปลูกสร้าง
4.ทรัพย์สินถาวรอื่นและ งานระหว่างก่อสร้าง/ สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	บริษัทฯเป็นเจ้าของ	สุทธิตามบัญชี 6 ล้าน บาท	ไม่มีภาระผูกพัน

## บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า และ ลิขสิทธิ์ ดังต่อไปนี้

รูปแบบ เครื่องหมาย / ลิขสิทธิ์	ชื่อเจ้าของ	ประเภทสินค้า / บริการ	เลขทะเบียน / ประเทศที่จดทะเบียน	ระยะเวลา คุ้มครอง
	บริษัท ฟู้ด แอนด์ดริงส์ จำกัด (มหาชน)	สินค้า กาแฟ ชาจีน น้ำว่านหางจระเข้	ค38887, ค38888 / ประเทศไทย	7 เมษายน 2538 ถึง 6 เมษายน 2558
	บริษัท ฟู้ด แอนด์ดริงส์ จำกัด (มหาชน)	สินค้า น้ำมะพร้าว ผลไม้รวมกระป๋อง พริกบดแดง	ค24499, ค24541 / ประเทศไทย	หมดอายุ 22 ธันวาคม 2566
	บริษัท ฟู้ด แอนด์ดริงส์ จำกัด (มหาชน)	สินค้า กาแฟ ชา น้ำว่านหางจระเข้ น้ำบ๊วย น้ำเก๊กฮวย	ค408813, ค408814/ ประเทศไทย	หมดอายุ 15 สิงหาคม 2566
	บริษัท ฟู้ด แอนด์ดริงส์ จำกัด (มหาชน)	สินค้า น้ำผลไม้ น้ำ ว่านหางจระเข้	เลขที่คำขอ 1016700, 1016701 / ประเทศไทย	อยู่ระหว่างการขึ้น ทะเบียน
	บริษัท ฟู้ด แอนด์ดริงส์ จำกัด (มหาชน)	ลิขสิทธิ์ประเภทงาน ศิลปกรรม ภาพวาด Aloe-ku และ Plum-mu	ทะเบียนเลขที่ ศ1.31091 และ ศ1.31092	
	บริษัท ฟู้ด แอนด์ดริงส์ จำกัด (มหาชน)	สินค้า ชา กาแฟ น้ำว่านหางจระเข้ น้ำบ๊วย น้ำเก๊กฮวย	KH/49574/14 KH/49575/14 ประเทศกัมพูชา	
	บริษัท ฟู้ด แอนด์ดริงส์ จำกัด (มหาชน)	สินค้า ชา กาแฟ น้ำว่านหางจระเข้ น้ำบ๊วย น้ำเก๊กฮวย	IV/10637/2013 / 26 ก.ย. 2556 ประเทศพม่า	
	บริษัท ฟู้ด แอนด์ดริงส์ จำกัด (มหาชน)	สินค้า ชา กาแฟ น้ำว่านหางจระเข้ น้ำบ๊วย น้ำเก๊กฮวย	Filling : 32257-8 22 พ.ค. 2557 ประเทศลาว	
	บริษัท ฟู้ด แอนด์ดริงส์ จำกัด (มหาชน)	สินค้า ชา กาแฟ น้ำว่านหางจระเข้ น้ำบ๊วย น้ำเก๊กฮวย	App.:14186350 – 1 31 มี.ค. 2557 ประเทศจีน	

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ไม่มี

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	บริษัท ฟู้ดแอนด์ดริงส์ จำกัด (มหาชน)
เลขทะเบียนบริษัท	0107536001192 (เดิมเลขที่ บมจ.193)
สำนักงานใหญ่	695/1 ถนนบ้านบึง-บ้านค่าย ตำบลคลองกิ่ว อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี 20220 โทรศัพท์ 0-3820-1219-21 โทรสาร 0-3820-1020
สำนักงานกรุงเทพฯ	ชั้น 6 อาคารไทยวา 1 เลขที่ 21/11, 21/13 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 0-2285-0106-8 โทรสาร 0-2285-0109
Homepage	<a href="http://www.foodanddrinks.co.th">www.foodanddrinks.co.th</a>
ประเภทธุรกิจ	ประกอบธุรกิจผลิตอาหาร และเครื่องดื่ม จัดจำหน่ายโดยการส่งออกและขายในประเทศ
ชนิดและจำนวนหุ้นที่จดทะเบียน	หุ้นสามัญจำนวน 15,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท คิดเป็นทุนจดทะเบียน 150,000,000 บาท
ทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่า	หุ้นสามัญจำนวน 15,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท คิดเป็นทุนชำระแล้ว 150,000,000 บาท
นายทะเบียนหุ้น	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 0-2009-9000 โทรสาร 0-2009-9991
ผู้สอบบัญชี	นางสาวทิพย์วัลย์ นานานุวัฒน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3459 หรือ นางสาวสุมาลี รีวรบัณฑิต ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3970 หรือ นายเติมพงษ์ โอปนพันธ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4501

	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ชั้น 33 อาคารเลครัชดา เลขที่ 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2264-0777 โทรสาร 0-2264-0789-90
ที่ปรึกษากฎหมาย	บริษัท ลีกล แอดไวซอรี เคาน์ซิล จำกัด ชั้น 16 โอลิมเปียไทยทาวเวอร์ 444 ถนนรัชดาภิเษก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2512-5938-40
นักลงทุนสัมพันธ์	นางสาวไวยุย ลี ชั้น 6 อาคารไทยวา 1 เลขที่ 21/11, 21/13 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 0-2285-0106-8 โทรสาร 0-2285-0109 Email : info@foodanddrinks.co.th