

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

วิสัยทัศน์

“เป็นบริษัทชั้นนำ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจอาหารครบวงจรในทุกช่องทางการจัดจำหน่าย”

พันธกิจ

“มุ่งมั่นที่จะส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและให้บริการที่เชื่อถือได้ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า พร้อมพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ให้มีความแข็งแกร่งและมีประสิทธิภาพเชี่ยวชาญในกลุ่มธุรกิจอาหาร และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าของบริษัทฯ”

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจในระยะเวลา 2-3 ปีข้างหน้า ดังนี้

1. บริษัทฯ มีแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร และผู้ประกอบการให้บริการด้านอาหาร (Food Service/HoReCa) และจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคชายวัย หรือผู้บริโภคชั้นสุดท้าย เพื่อขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายของบริษัทฯ ให้หลากหลายมากขึ้น
2. บริษัทฯ จะเพิ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (Customized) รวมถึง การรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์สารผสม และการแบ่งบรรจุรูปแบบต่างๆ และมีเป้าหมายที่จะส่งออกผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเอง อาทิ เช่น น้ำตาลไอซิ่ง และผงฟู ไปยังประเทศในภูมิภาคใกล้เคียง เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตให้ใกล้เคียงกำลังการผลิตสูงสุดของโรงงานและเป็นการลดต้นทุนการดำเนินงานต่อหน่วยเพื่อการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. บริษัทฯ มีแนวทางการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ภายใต้ตราสินค้าของตนเอง เพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ ที่กว้างมากขึ้น
4. บริษัทฯ จะขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่มในอุตสาหกรรมอาหารมากขึ้น โดยขยายฐานลูกค้าจากเดิมที่มุ่งเน้นกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารเป็นหลัก ไปยังกลุ่มลูกค้าที่ให้บริการด้านอาหาร (Food Service / HoReCa) และผู้บริโภคชั้นสุดท้ายที่มีแนวโน้มเติบโตค่อนข้างสูง และขยายกลุ่มลูกค้าจากลูกค้าในกรุงเทพและปริมณฑลไปยังกลุ่มลูกค้าต่างจังหวัดโดยเฉพาะในจังหวัดใหญ่ในแต่ละภูมิภาค โดยมุ่งเน้นในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว
5. บริษัทฯ มีแผนที่จะขยายธุรกิจจากอาหารไปสู่ธุรกิจอื่น ๆ เช่น ยา เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตัวเอง (personal care) อาหารสัตว์ และอื่น ๆ เพื่อขยายฐานธุรกิจให้มีความหลากหลายและเติบโต

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป อินเตอร์ไพรซ์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ หรือ Winner”) ก่อตั้งขึ้นในปี 2526 โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหารนำโดยนายเจน วงศ์อิทธิกุล ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ดำเนินธุรกิจนำเข้า และจัดจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหาร ที่ใช้ในการแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ วัตถุดิบ ส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient) และสารเติมแต่งและสารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) จากแหล่งกำเนิดทั่วโลก เช่น แป้งมันฝรั่ง แป้งโมดิฟายด์ แป้งสาลี ไข่ผง สารให้ความเหนียว สารให้ความคงตัว ผงโกโก้ วัตถุกันเสีย สารให้ความหวานแทนน้ำตาล และเคมีภัณฑ์อาหารอื่นๆ

ในปี 2547 บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป อินเตอร์ไพรซ์ ได้ขยายการดำเนินธุรกิจด้วยการเข้าซื้อโรงงานเพื่อใช้เป็นสายการผลิตเสริมแต่งและสารเสริมสร้างคุณสมบัติอาหาร และสารผสม (Premix) ได้แก่ น้ำตาลไอซิ่งและน้ำตาลเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร ผงฟู (Baking Powder) สารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหารให้มีความนุ่มหรือเหนียว และสารปรุงแต่งรสชาติอาหาร (Seasoning) เป็นต้น และเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2556 บริษัทฯ ได้นำหุ้นสามัญเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไป

ด้วยความเชี่ยวชาญและชำนาญของบริษัทฯ ในการจัดหาวัตถุดิบ และเคมีภัณฑ์อาหารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร ประกอบกับบริษัทฯ มีฐานพนักงานขายที่แข็งแกร่งเข้าใจในธุรกิจของลูกค้าทำให้สามารถสรรหาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ จึงได้ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายได้หลากหลายขึ้น และขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในอุตสาหกรรมอาหารประเภทต่างๆ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคภายใต้แบรนด์ชั้นนำระดับโลก ได้แก่ ป๊อปคอร์นสำหรับไมโครเวฟ คราป๊อปซีเคร็ต (POP SECRET) ธัญพืชแท้ ธรรมชาติ วาลเลย์ (Nature Valley) แป้งเบเกอรี่สำเร็จรูป คราเบ็ตตี้ คร็อกเกอร์ (Betty Crocker) แยมผลไม้ ทรอสตรีนไลน์ (Streamline) น้ำผลไม้ตราฮาร์วี เฟรช (Harvey Fresh) เป็นต้น โดยการจัดส่งผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) และได้ขยายฐานลูกค้าไปสู่ผู้ให้บริการทางด้านอาหาร หรือลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร จัดเลี้ยง (Food Service / HoReCa : Hotel, Restaurant & Catering) และผู้ค้ารายย่อยอื่น ๆ เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป อินเตอร์ไพรซ์ จำกัด (มหาชน) มีพัฒนาการที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

ปี	พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ
2526	● ก่อตั้งบริษัท วินเนอร์กรุ๊ป อินเตอร์ไพรซ์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท
2532	● ก่อสร้างคลังสินค้าทั่วไป บนที่ดินพื้นที่รวม 2 ไร่ ตั้งอยู่ที่ถนนบางนาตราด เพื่อใช้เป็นศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทฯ
2547	● บริษัทฯ ได้เข้าซื้อโรงงานที่ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน บนที่ดินเนื้อที่รวมประมาณ 5 ไร่ โดยมีพื้นที่ใช้สอยโรงงาน 2,100 ตารางเมตร เพื่อใช้เป็นสายการผลิตเสริมแต่งและสารเสริมสร้างคุณสมบัติอาหาร และสารผสม (Premix)
2550	● บริษัทฯ ได้รับใบรับรองมาตรฐานระบบ ISO 9001:2000 จาก TUV NORD CERT GmbH (“TUV”) เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2550
2551	● บริษัทฯ ได้ก่อสร้างคลังสินค้าทั่วไปแห่งที่ 2 และคลังสินค้าพิเศษ ซึ่งเป็นพื้นที่ควบคุมอุณหภูมิและความชื้น บนที่ดินเนื้อที่รวมประมาณ 3 ไร่ ตั้งอยู่ที่ถนนบางนาตราด เพื่อเป็นศูนย์กระจายสินค้าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
2552	● บริษัทฯ ได้รับใบรับรองการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (Good Manufacturing Practices : GMP) จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2552
2553	● บริษัทฯ ได้รับใบรับรองมาตรฐานระบบ ISO 9001:2008 จาก SGS United Kingdom Ltd. (“SGS”) เมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2553



ปี	พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ
	- บริษัทฯ ได้ขยายพื้นที่คลังสินค้าทั่วไปแห่งที่ 2 ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนบางนาตราด เพิ่มเติมอีกประมาณ 1 ไร่ เพื่อใช้รองรับการขยายธุรกิจของบริษัทฯ - บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจค้าปลีก โดยเพิ่มการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารประเภทพร้อมรับประทานผ่านร้านค้าของบริษัทฯ ในรูปแบบร้านกาแฟและเบเกอรี่ ภายใต้แบรนด์ “Delice” โดยร้าน Delice สาขาที่ 1 ตั้งอยู่ที่อาคารไทยซีซีทาวเวอร์ สาทร และ สาขาที่ 2 ตั้งอยู่ที่โครงการพาร์คเลน เอกมัย
2555	- บริษัทฯ ได้ก่อสร้างโรงงานผลิตสารเติมแต่งและสารเสริมสร้างคุณสมบัติอาหารเบเกอรี่และเครื่องดื่ม และสารผสม (Premix) ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ และรับจ้างผลิตสารผสม (Premix) บนที่ดินบริเวณเดียวกันกับโรงงานเดิม ที่ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน ทำให้มีพื้นที่ใช้สอยของโรงงานเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 4,700 ตารางเมตร - บริษัทฯ ขยายสาขาของร้าน Delice เป็นสาขาที่ 3 ตั้งอยู่ที่โครงการเดอะพรอมาเนดรามอินทรา - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 40 ล้านบาท เป็น 78 ล้านบาท โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 780,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เพื่อใช้ในการรองรับการขยายตัวของธุรกิจ
2556	- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1 /2556 เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2556 ได้มีมติให้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 78 ล้านบาทเป็น 100 ล้านบาท พร้อมกับเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญจากหุ้นละ 100 บาท เป็นหุ้นละ 0.25 บาท ซึ่งบริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไป เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2556 - บริษัทฯ ได้รับหนังสือรับรองให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล (Hal-Q) จากศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - บริษัทฯ ขยายสาขาของร้าน Delice เป็นสาขาที่ 4 ตั้งอยู่ที่โครงการเดอะ วอล์ก สาขาเกษร – นวมินทร์ สาขาที่ 5 ตั้งอยู่ที่เทสโก้ โลตัส สาขาศรีนครินทร์ และสาขาที่ 6 ตั้งอยู่ที่เทสโก้ โลตัส สาขาสาละวิน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้นำเข้า ผลิต และจัดจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหาร ที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร ได้แก่ วัตถุดิบ และส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient) สารเติมแต่งและสารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) จากแหล่งกำเนิดทั่วโลกและที่ผลิตภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ เอง และดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ภายใต้ตราสินค้าชั้นนำระดับโลก ได้แก่ ป๊อปปอร์นสำหรับไมโครเวฟ คุกกี้แพคเกจ สำหรับบรรจุรส พาสต้า น้ำมันมะกอก แยมผลไม้ และน้ำผลไม้ เป็นต้น

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ แยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ในปี 2554 – 2556 มีดังนี้

ประเภทรายได้	2554		2555		2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการขาย						
1.1 ผลิตภัณฑ์วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม (Industry Products)	647.8	50.1	609.5	43.2	629.6	45.2
1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer Products)	631.4	48.8	785.0	55.6	748.0	53.7
2. รายได้อื่นๆ ^{1/}	13.6	1.1	16.6	1.2	14.9	1.1
รวม	1,292.8	100.0	1,411.1	100.0	1,392.5	100.0

หมายเหตุ : ^{1/} รายได้อื่นๆ ประกอบด้วย รายได้ค่าโฆษณา คอเบียร์รับ กำไรจากการจำหน่ายทรัพย์สิน และรายได้เงินชดเชยจากเหตุการณ์อุทกภัย เป็นต้น

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย แบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม (Industry products) และกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer products) โดยมีสัดส่วนรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 45.2 ของรายได้จากการขายในปี 2556 และมีสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคเท่ากับร้อยละ 53.7 ของรายได้จากการขายในปี 2556 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1.1 วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (Industry Products)

ผลิตภัณฑ์ประเภท วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมอาหารของบริษัทฯ จำแนกได้เป็น (1) วัตถุดิบ และส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient) และ (2) สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) ซึ่งผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 กลุ่มนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำเข้าจากแหล่งกำเนิดของผู้ผลิตที่มีคุณภาพทั่วโลก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเองภายใต้กระบวนการผลิตที่ทันสมัย และมาตรฐานความปลอดภัยที่ดี (GMP) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารที่มีความหลากหลาย และมีสูตรเฉพาะของแต่ละ

ผู้ประกอบการแต่ละราย โดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารจะมีการนำไปใช้ที่แตกต่างกัน ทั้งในการใช้เป็นวัตถุดิบตั้งต้นในการผลิต เป็นส่วนผสมในการผลิต ตัวกลาง หรือนำไปใช้ในการแปรรูป และผลิตสินค้าของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร และเบเกอรี่โดยเฉพาะ

ทั้งนี้ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ประเภท วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร มีดังนี้

(1). วัตถุดิบ และส่วนผสม ที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient)

วัตถุดิบ และส่วนผสม ที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร ส่วนใหญ่จะถูกใช้เป็นส่วนประกอบหลักในการผลิตอาหาร และเบเกอรี่ และแปรรูปเป็นสินค้าของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและเบเกอรี่ โดยแบ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

● ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้ง

ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย ได้แก่ แป้งสาลี แป้งมันฝรั่ง แป้งโมดิฟายด์จากมันฝรั่ง แป้งถั่ว และแป้งข้าวโพด เป็นต้น บริษัทฯ นำเข้าสินค้ากลุ่มนี้จากแหล่งกำเนิดทั่วโลก ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน ออสเตรเลีย สิงคโปร์ ศรีลังกา และจีน เป็นต้น ซึ่งเป็นสินค้าจากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร อาทิเช่น ข้าวสาลี มันฝรั่ง ถั่วเขียว และข้าวโพด ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าว บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายที่นำเข้า ได้แก่ AVEBE, Prima, Prima Ceylon และ Manildra ซึ่งเป็นการคัดสรรผลิตภัณฑ์จากแหล่งกำเนิดที่มีคุณภาพ และมีตราสินค้าเป็นที่ยอมรับจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทั่วโลก

ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งของบริษัทฯ ส่วนใหญ่ถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบ และส่วนผสมในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารและเบเกอรี่ อาทิเช่น การแปรรูปเนื้อสัตว์ ได้แก่ ลูกชิ้นและไส้กรอก การแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากข้าวและคาร์โบไฮเดรต ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว บะหมี่ วุ้นเส้น เป็นต้น การผลิตขนมขบเคี้ยว และผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ได้แก่ เค้ก บิสกิต และคุกกี้ เป็นต้น การแปรรูปอาหารทะเล ได้แก่ ชูริมิ ปูอัด และอาหารทะเลแช่แข็ง การแปรรูปอาหารกึ่งสำเร็จรูป ได้แก่ ไข่ชุบแป้งทอด และกุ้งชุบแป้งทอด เป็นต้น โดยลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมอาหารดังกล่าวเป็นลูกค้าทั้งในกลุ่มที่ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศ และผลิตสินค้าเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งจะทำให้ความสำคัญอย่างมากต่อคุณภาพของวัตถุดิบและส่วนผสมที่นำมาใช้ผลิตและแปรรูปเป็นสินค้า

● ผลิตภัณฑ์กลุ่มโกโก้

ผลิตภัณฑ์กลุ่มโกโก้ที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากการแปรรูปเมล็ดโกโก้ ทั้งประเภทที่ไม่ผ่านและผ่านกระบวนการทางเคมี โดยการเติมสารเพิ่มความคงทนเพื่อปรับความเป็นกรด – ด่าง สี และกลิ่นตามความต้องการ และนำไปสกัดไขมันบางส่วนออก แล้วทำเป็นผงโกโก้ ผลิตภัณฑ์โกโก้ที่บริษัทฯ จำหน่ายมีหลากหลายประเภท เช่น

- ผลิตภัณฑ์โกโก้ประเภทไม่ใช้ด่างในกรรมวิธีการผลิต ได้แก่ ผงโกโก้บริสุทธิ์ (Natural Cocoa Powder) เนื้อโกโก้บด (Cocoa Mass) และไขมันโกโก้ (Cocoa Butter)

- ผลิตภัณฑ์โกโก้ประเภทใช้ผงในกรรมวิธีการผลิต ได้แก่ ผงโกโก้ดัดแปลง (Alkalized Cocoa Powder)

ทั้งนี้ บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โกโก้ภายใต้ตราสินค้า “JB Cocoa” นำเข้าจากประเทศมาเลเซีย ซึ่งแหล่งผลิตโกโก้ที่มีขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในทวีปเอเชีย โดยส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์โกโก้จะถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบและส่วนผสม ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเบเกอรี่ เช่น บิสกิต เวเฟอร์ ลูกก๊ี้ และช็อกโกแลต และอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับนม เป็นหลัก

● ผลิตภัณฑ์ไข่ผง

ผลิตภัณฑ์ไข่ผงประกอบด้วย ไข่ขาวผง ไข่แดงผง และไข่รวมผง ซึ่งผลิตภัณฑ์ไข่ผงหลักที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร คือ ไข่ขาวผง ซึ่งเป็นโปรตีนไข่ที่มีคุณสมบัติช่วยให้เกิดการเกาะยึด และเพิ่มเนื้อสัมผัสในผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท ไข่ขาวจึงถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารที่หลากหลาย เช่น แป้งผสมสำหรับชุบแป้งทอด (Batter Mix) ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากอาหารทะเล ซูริมิ ปูอัด และผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ทั้งนี้ บริษัทฯ จัดจำหน่ายไข่ผง ตราสินค้า “IGRECA” นำเข้าจากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นแหล่งไข่ไก่ที่ใหญ่ที่สุดในทวีปยุโรป

● ผลิตภัณฑ์กลุ่มน้ำตาล และสารให้ความหวาน

ผลิตภัณฑ์กลุ่มน้ำตาล และสารให้ความหวานที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเพื่อจำหน่าย โดยสารให้ความหวานที่บริษัทฯ นำเข้าเพื่อจำหน่ายมีหลากหลายประเภท ได้แก่

- มอลโตเดกซ์ตริน (Maltodextrin) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการย่อยสลายจากพืชต่างๆ ได้แก่ แป้งมันสำปะหลัง แป้งข้าวโพด ที่มีลักษณะเป็นผงสีขาวไม่มีรส หรือมีรสหวานเล็กน้อยสามารถละลายน้ำได้ดี
- น้ำตาลเดกซ์โตรส (Dextrose)
- สารให้ความหวานแทนน้ำตาล ได้แก่ Aspartame และ Acesulfame K

ซึ่งลักษณะการนำไปใช้ของสารให้ความหวานดังกล่าวข้างต้น จะนำไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้ต้องการควบคุมน้ำหนัก ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทอาหารผง เช่น เครื่องดื่มผง และเครื่องปรุงรสชนิดผง โดยส่วนใหญ่บริษัทฯ จะนำเข้าสารให้ความหวานจากประเทศจีน

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยโรงงานของบริษัทฯ เพื่อจัดจำหน่าย ได้แก่ น้ำตาลไอซิ่ง (Icing Sugar) น้ำตาลบด (Ground Sugar) น้ำตาลเคลือบ (Glazing Sugar) และน้ำตาลเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งจะนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ได้แก่ ขนมปัง เค้ก ลูกก๊ี้ และโดนัท เป็นต้น ผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อสัตว์ ได้แก่ หมูหยอง และหมูแผ่น เป็นต้น ผลิตภัณฑ์แป้งผสม แป้งชุบทอด และเครื่องปรุงรสต่างๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้บริษัทฯ จะจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า ต้นไผ่ (Bamboo Tree) ซึ่งเป็นตราสินค้าของบริษัทฯ เอง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังผลิตน้ำตาลเพื่ออุตสาหกรรมอาหารเกรดต่างๆ ที่มีลักษณะพิเศษและคุณสมบัติเฉพาะตามความต้องการของลูกค้า ให้กับลูกค้าอุตสาหกรรมแต่ละราย ในลักษณะของสินค้าที่ผลิตตามความต้องการของลูกค้า (Customized)

- สารปรุงแต่งรสชาติอาหาร และเครื่องเทศ

สารปรุงแต่งรสชาติอาหารที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย ได้แก่ โมโนโซเดียมกลูตาเมต และเครื่องเทศต่างๆ ซึ่งจะนำไปใช้ในการผลิตเครื่องปรุงรส และอาหารสำเร็จรูป โดยบริษัทฯ จะนำเข้าเครื่องเทศจากสเปนซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดที่มีชื่อเสียงของโลก

(2). สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive)

สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) เป็นส่วนประกอบในการผลิตอาหาร ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้คุณสมบัติทางเคมี เพื่อสร้างคุณสมบัติ และลักษณะการใช้งานที่เฉพาะเจาะจงของสินค้าที่ผู้ประกอบการอาหารจะนำไปแปรรูปเป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูป และอาหารสำเร็จรูปต่อไป ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- สารให้ความคงตัว (Stabilizers) สารให้ความหนืด (Thickeners) และสารที่ทำให้เกิดเจล (Gelling Agent)

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ประกอบไปด้วย สารที่ได้จากการสังเคราะห์ของจุลินทรีย์ (Bio Gum) เช่น Xanthan Gum และ Gellan Gum และสารที่ได้รับจากการสกัดจากพืช เช่น Carboxy Methyl Cellulose (CMC) ซึ่งเป็นสารประเภท Polysaccharide ที่มีคุณภาพให้ความคงตัว ให้ความหนืด และทำให้เกิดเจล จึงถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารประเภทที่ต้องการคุณสมบัติเฉพาะ ได้แก่ ซอสหอยนางรม ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ และน้ำจิ้มไก่ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม น้ำผลไม้ ผลิตภัณฑ์ขนม ผลิตภัณฑ์แป้งผสมสำหรับชุบทอด ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋อง และผลิตภัณฑ์เบเกอรี่สำเร็จรูป ซึ่งโดยส่วนใหญ่บริษัทฯ นำเข้า และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ภายใต้ตราสินค้า “CP Kelco” ของผู้ผลิต จากประเทศสหรัฐอเมริกา

- สารที่ทำให้เกิดการขึ้นฟู

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

- ยีสต์ผง ซึ่งบริษัทฯ นำเข้าจากประเทศตุรกี ภายใต้ตราสินค้า “PAKMAYA” ยีสต์ผงทำให้เกิดการขึ้นฟูในผลิตภัณฑ์ประเภทขนมปัง เป็นหลัก
- ผงฟู ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ พัฒนาและผลิตเอง ภายใต้ตราสินค้า “Panda Kid” โดยผงฟูทำให้เกิดการฟูในผลิตภัณฑ์ประเภท ขนมเค้ก ขนมไข่ กุ้งก๋ี่ บิสกิต และแป้งผสมสำหรับชุบทอดต่างๆ ซึ่งบริษัทฯ ได้พัฒนาสูตรที่หลากหลายเพื่อให้มีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการใช้งานของแต่ละผลิตภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนาสูตรเฉพาะสำหรับลูกค้านำรายที่มีความต้องการที่เฉพาะเจาะจงด้วย

- วัตถุกันเสีย และสารเติมแต่งอื่นๆ

บริษัทฯ นำเข้าและจัดจำหน่ายวัตถุกันเสียประเภท Sodium Benzoate และ Potassium Sorbate จากประเทศจีน เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเนื้อสัตว์ ลูกชิ้น ไส้กรอก และผลิตภัณฑ์ปรุงรส น้ำปลา ซอส ซีอิ๊ว ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและ น้ำผลไม้

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังนำเข้า และจัดจำหน่ายสารเคมีแต่งอื่นๆ อาทิเช่น สารประกอบฟอสเฟส ซึ่งมีคุณสมบัติในการปรับปรุงเนื้อสัมผัสของผลิตภัณฑ์ลูกชิ้น ไส้กรอก และผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง

2.1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer Products)

ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย ประกอบด้วย 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ (1) ขนมขบเคี้ยว (2) ผลิตภัณฑ์วัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง (3) ผลิตภัณฑ์ประกอบอาหารและเบเกอรี่ (4) น้ำผลไม้และเครื่องดื่ม ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สเปน อิตาลี ออสเตรเลีย สิงคโปร์ จีน ญี่ปุ่น และเกาหลี โดยมีรายละเอียดผลิตภัณฑ์ดังนี้

• ขนมขบเคี้ยว

ขนมขบเคี้ยวที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายเป็นสินค้าภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิต ได้แก่ ป๊อปคอร์นสำหรับไมโครเวฟ ตราป๊อปซีเคร็ต (POP SECRET) ธัญพืชแท่ง ตราเนเจอร์ วัลเลย์ (Nature Valley) สาหร่ายปรุงรส ตราซีเฟรนด์ และตรากิมโนริ อาหารเซาซีเรียล ตราKolln นำเข้าจากเยอรมัน เป็นต้น ซึ่งจัดจำหน่ายผ่านช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ให้กับผู้บริโภคโดยตรงเป็นหลัก

• ผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง

ผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิต ได้แก่ ข้าวโพดอบกึ่งสำเร็จรูป มันฝรั่งแช่แข็ง ผักและผลไม้แช่แข็ง และอาหารทะเลแช่แข็ง ซึ่งโดยส่วนใหญ่จัดจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านอาหาร (Food Service/HoReCa) ได้แก่ โรงแรม ภัตตาคาร และร้านอาหาร เพื่อนำไปผลิตและแปรรูปเป็นอาหารจำหน่ายให้กับผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง

• ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประกอบอาหาร และเบเกอรี่

บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประกอบอาหารและเบเกอรี่ภายใต้ตราสินค้านำเข้าของผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงจากแหล่งต่างๆ ทั่วโลก ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกา เช่น แป้งเบเกอรี่สำเร็จรูป ตราเบ็ตตี้ คร็อกเกอร์ (Betty Crocker) อาหารเม็กซิกันสำเร็จรูป ตรา OEP และซูปเปอร์ประเภทต่าง ๆ ตรา Progresso เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากอิตาลี เช่น เส้นพาสต้า ตรา Campagna น้ำมันมะกอกบริสุทธิ์ตรา La Collina dell น้ำเลมอน ตรา Ital Lemon เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากสเปน เช่น น้ำมันมะกอก ตรา Romulo มะกอกเขียว มะกอกดำ ตรา La Espanola เครื่องเทศ ตรา El Avion เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากสิงคโปร์ เช่น น้ำมันงา ตรา Oh Aik Guan Food
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากออสเตรเลีย เช่น ซอสพาสต้า ตรา Leggo's
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากโปแลนด์ เช่น แยมผลไม้ ตรา Streamline
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากมาเลเซีย เช่น มาการินและเนย ตรา Mariana

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประกอบอาหารและเบเกอรี่นี้ ผ่านทั้งช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าหรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) และ

จำหน่ายตรงกับลูกค้ากลุ่มผู้ให้บริการด้านอาหาร (Food Service/HoReCa) ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านเบเกอรี่ และครัวสายการบิน เป็นต้น เพื่อนำไปผลิตและแปรรูปเป็นอาหารจำหน่ายให้กับผู้บริโภคชั้นสุดท้าย

● น้ำผลไม้และเครื่องดื่ม

บริษัทฯ จัดจำหน่ายน้ำผลไม้และเครื่องดื่มที่นำเข้าภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิตต่างๆ อาทิเช่น น้ำผลไม้ตรา ฮาร์วี เฟรช (Harvey Fresh) น้ำเบอร์รี่ ตรา แลงเจอร์ (Langer) น้ำผลไม้อัดแก๊ส ตรา Bel Nomande ชาผลไม้ ตรา Teekanne ชาเขียว ตรา Maruyama และกาแฟ ตรา J.J. Darboven ซึ่งจัดจำหน่ายผ่านช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ให้กับผู้บริโภคขายย่อยเป็นหลัก

ตลอดระยะเวลาที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจมากกว่า 30 ปี บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในการคัดเลือกสินค้าที่จัดจำหน่ายจากผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีในการผลิตเป็นของตนเอง และมีมาตรฐานการผลิตที่มีคุณภาพ เพื่อคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ทำให้บริษัทฯ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และได้รับความไว้วางใจในการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าชั้นนำที่มีชื่อเสียงระดับโลก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประมาณ 58 ตราสินค้า โดยแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมจำนวน 15 ตราสินค้า และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคจำนวน 43 ตราสินค้า โดยบริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงรายเดียวในประเทศไทย (Exclusive Distributor) สำหรับตราสินค้าจำนวน 8 ตราสินค้านี้

- “AVEBE” เป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงด้านผลิตภัณฑ์แป้งมันฝรั่งมากกว่าศตวรรษ และเป็นหนึ่งในผู้ผลิตแป้งมันฝรั่งและแป้งโมดิฟายด์จากมันฝรั่งที่มีขนาดใหญ่ที่สุดระดับโลก ซึ่งมีฐานการผลิตหลักในทวีปยุโรป
- “IGRECA” ผลิตภัณฑ์ไข่ผง ซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบ และส่วนผสมสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร (Food Ingredient) เพื่อเพิ่มโปรตีน และเนื้อสัมผัสให้กับผลิตภัณฑ์อาหารหลากหลายชนิด IGRECA เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไข่ผงประเภทต่างๆ รายแรกในประเทศฝรั่งเศส และเป็นผู้นำตลาดในผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในทวีปยุโรป
- “JB Cocoa” ผลิตภัณฑ์โกโก้จากประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเมล็ดโกโก้ที่มีขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในทวีปเอเชีย ประกอบไปด้วยผงโกโก้เจดสีต่างๆ (Cocoa Power) เนื้อโกโก้บด (Cocoa Mass) และไขมันโกโก้ (Cocoa Butter)
- “Betty Crocker” ตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่งสำหรับสินค้าประเภทแป้งผสมสำเร็จรูปสำหรับทำผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา
- “Nature Valley” ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ธัญพืชแห้งที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็นที่นิยมในประเทศสหรัฐอเมริกา และส่งออกไปทั่วโลก
- “Old El Paso” ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเม็กซิกันสำเร็จรูป ที่สะดวกในการปรุงด้วยตนเอง
- “Progreso” ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ซूपกระป๋องระดับพรีเมียม คัดสรรวัตถุดิบเกรดคุณภาพ และให้คุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วน
- “Bugles®” เป็นตราสินค้าขนมขบเคี้ยว ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในประเทศสหรัฐอเมริกา

และ บริษัทฯ ได้รับแต่งตั้งเป็นตัวแทนผู้จำหน่ายอย่างเป็นทางการ (Authorized Distributor) สำหรับตราสินค้า “CP Kelco” ซึ่งเป็นตราสินค้าของผลิตภัณฑ์กลุ่ม Bio Gum และ Food Gum เช่น Xanthan Gum, Gellan Gum, Carrageenan, Pectin และ CMC ซึ่งเป็นสารให้ความคงตัว สารให้ความเหนียว และสารที่ทำให้เกิดเจล ซึ่งจัดเป็นกลุ่มสินค้าประเภทสารเติมแต่งและสารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) โดยเป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงในประเทศสหรัฐอเมริกา และจัดจำหน่ายไป 100 กว่าประเทศทั่วโลก

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการพัฒนาตราสินค้าของบริษัทฯ เองในผลิตภัณฑ์วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหาร ที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร และสารผสม (Premix) ได้แก่ ตราสินค้าดังนี้ “PANDA Kid” , “Bamboo Tree” , “BAKETEX” , “WINGUM” , “WINSOFT” , “WINPHOS” , “แป๊ะขี้ม” , “ไบเฟิร์นเขียว” , “ไบเฟิร์นแดง” ซึ่งตราสินค้าดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเอง และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำเข้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยกำหนดให้ใช้ตราสินค้าของบริษัทฯ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ พัฒนาตราสินค้าของบริษัทฯ นั้น พัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะ และมีมาตรฐานการผลิตที่เป็นที่เชื่อถือและสามารถตรวจสอบได้

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

(ก) นโยบายการแข่งขันและจำหน่ายผลิตภัณฑ์

จากการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในการจัดหา จัดสรรวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลาช้านาน บริษัทฯ จึงได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าอย่างกว้างขวางว่า เป็นหนึ่งในผู้นำเข้า ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ทั้งในด้านการหลากหลายและความครบวงจรของผลิตภัณฑ์ รวมถึงระบบบริหารจัดการที่เป็นระบบโดยบริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบการบริหารคุณภาพ ISO 9001:2008 และระบบการผลิตของบริษัทฯ ได้รับการรับรองตามการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) บริษัทฯ มีนโยบายในการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับลูกค้า และคู่ค้าของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ และมีกลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทฯ และเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1) การคัดสรรเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับโลกอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการจัดหาวัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารที่ใช้ในการแปรรูปอาหารมานานกว่า 30 ปี ทำให้บริษัทฯ มีข้อมูลของผู้ผลิต และแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐานการผลิตทั่วทุกมุมโลก โดยบริษัทฯ จะทำการคัดเลือกผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีในการผลิตเป็นของตนเอง และมีมาตรฐานการผลิตเป็นที่ยอมรับ และมีความเชี่ยวชาญในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากบริษัทฯ จำเป็นต้องได้รับข้อมูลสนับสนุนด้านเทคนิคจากฝ่ายวิจัยและพัฒนาของผู้ผลิต เพื่อให้สามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ไปใช้ในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในขณะเดียวกัน จากความได้เปรียบด้านความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์อาหาร บริษัทฯ มีนโยบายให้ความสำคัญกับการดูแลลูกค้า เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ด้วยการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และราคาสอดคล้องตรงตามความต้องการ หรือจัดหาสินค้าอื่นเพื่อทดแทนวัตถุดิบหรือส่วนผสมอื่นที่จะเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ของลูกค้าให้มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนด และมีบริการให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า โดยการนำเสนอเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร รวมทั้งมี

การนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มความหลากหลายของสินค้า

2) การตอบสนองความต้องการของลูกค้าอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก

จากการที่บริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและเป็นที่เชื่อถือได้ บริษัทฯ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้ผลิตอาหารระดับอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะต้องผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและได้ตามมาตรฐานการควบคุมความปลอดภัยของแต่ละประเทศปลายทาง เช่น การส่งออกสินค้าไปยังทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เป็นต้น ซึ่งลูกค้าอุตสาหกรรมกลุ่มนี้จำเป็นต้องมีเอกสารรับรองคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเพื่อใช้เป็นเอกสารอ้างอิงประกอบการส่งออกสินค้าของลูกค้า อาทิเช่น หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) ใบรับรองผลการวิเคราะห์คุณภาพสินค้า (Certificate of Analysis: COA) ใบรับรองระบบคุณภาพ และมาตรฐานการผลิต เช่น ISO GMP HACCP HALAL KOSHER และเอกสารรับรองความปลอดภัยของสินค้า (MSDS – Material Safety Data Sheet) เป็นต้น

3) พัฒนาผลิตภัณฑ์สารผสม (Premix) ให้กับลูกค้า

บริษัทฯ เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า โดยการผลิตวัตถุดิบประเภทสารผสม (Customized Blend or Premix) ให้ตรงตามความต้องการเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อช่วยลดขั้นตอนในการผลิต และลดต้นทุนในการผลิตให้แก่ลูกค้า

4) รับจ้างผลิตและแบ่งบรรจุสินค้า

บริษัทฯ ได้ขยายกำลังการผลิตโดยซื้อเครื่องจักร และเครื่องบรรจุผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อรองรับงานด้านการรับจ้างผลิตสารผสมประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องคั่วผง ประเภทชา กาแฟหรือผงปรุงรสและแป้งผสมต่างๆ รวมทั้งการแบ่งบรรจุผลิตภัณฑ์ให้มีขนาดย่อยที่หลากหลาย โดยมีแผนทั้งในส่วนการรับจ้างแบ่งบรรจุตามความต้องการของลูกค้า และการแบ่งบรรจุสินค้าที่บริษัทฯ นำเข้าและผลิตเอง โดยการแบ่งบรรจุสินค้านี้ดังกล่าวเพื่อขยายและกระจายสินค้าไปยังช่องทางและกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น

5) รักษา และมุ่งสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับลูกค้าของบริษัทฯ โดยมุ่งสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า โดยการให้บริการให้คำปรึกษาด้านเทคนิคแก่ลูกค้า และดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด ซึ่งฝ่ายขายของบริษัทฯ จะมีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีอาหาร เป็นผู้ที่มีหน้าที่ติดต่อกับลูกค้า เพื่อทราบถึงความต้องการของลูกค้า และจัดหาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และให้คำแนะนำด้านเทคนิคแก่ลูกค้าในด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์ และร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังแสวงหาผลิตภัณฑ์ทดแทนให้กับลูกค้าเพื่อปรับปรุงคุณภาพสินค้าและลดต้นทุนให้กับลูกค้า

6) ขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังช่องทางผู้ให้บริการอาหาร และผู้บริโภค

บริษัทฯ ได้วางแผนขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดเจน เช่น ลูกค้ากลุ่มผู้ให้บริการอาหาร (Food Services) โดยมุ่งเน้นที่ลูกค้ากลุ่ม โรงแรม ร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ทั้งในลักษณะร้านอาหารเต็มรูปแบบ และร้านอาหารที่มีลักษณะเชน (Chain Restaurant) และผู้ให้บริการด้านอาหาร (Catering) นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังแผนกเบเกอรี่ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีช่องทางในการกระจายสินค้าเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของสาขาร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และยังมีช่องทางการจำหน่ายกระจายอยู่

ทั่วประเทศ และสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการบริโภค บริษัทฯ วางแผนขยายช่องทางการจำหน่ายใหม่ ๆ ที่บริษัทฯ ยังไม่เคยวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในช่องทางการจำหน่ายดังกล่าว ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อและมินิมาร์ท เป็นต้น เพื่อให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย และกว้างขวาง

7) สร้างตราสินค้าของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคให้เป็นที่รู้จัก

บริษัทฯ จัดให้มีกิจกรรมทางการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดอีเวนต์ของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคแต่ละประเภท เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังใช้สื่อออนไลน์เพื่อสร้างความรับรู้ในตราสินค้า โดยเฉพาะกลุ่มขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่มและน้ำผลไม้เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ และตราสินค้าที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มากขึ้น

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายมีความหลากหลายตั้งแต่วัตถุดิบ ส่วนผสม เคมีภัณฑ์อาหาร สารปรุงแต่ง เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งในการแปรรูปอาหาร ตลอดจนถึงผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคปลายทาง ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมทั่วถึงตั้งแต่ลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม ลูกค้าผู้ที่ให้บริการทางด้านอาหารและบริโภค และลูกค้าผู้บริโภครายย่อย ดังนี้

ลูกค้าอุตสาหกรรม (Industry) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารและเบเกอรี่ ทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล โดยกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปผ่านกระบวนการผลิตของตนเองก่อนและจึงจำหน่ายต่อไปให้กับผู้บริโภค เช่น ผู้ผลิตเบเกอรี่สำเร็จรูป ผู้ผลิตเบเกอรี่ ผู้ผลิตก๊วยเตี๋ยว ผู้ผลิตวุ้นเส้น ผู้ผลิตน้ำผลไม้และเครื่องดื่ม ผู้ผลิตอาหารกระป๋อง ผู้ผลิตอาหารแช่แข็ง ผู้ผลิตซอสและเครื่องปรุงรส ผู้ผลิตนมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับนม และผู้ผลิตเบเกอรี่ขนาดใหญ่และขนาดกลาง

ลูกค้าผู้ที่ให้บริการทางด้านอาหาร (Food service) เป็นกลุ่มลูกค้าที่นำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปใช้เองโดยตรงและผ่านกระบวนการผลิตเพื่อได้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน เช่น โรงแรม สายการบิน ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการอาหาร (Catering) กภัตตาคารและร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ที่มีลักษณะเช่น

ลูกค้าผู้บริโภคทั่วไป (Consumer) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าของบริษัทฯ ไปใช้เพื่อการบริโภคผ่านช่องทางร้านค้าปลีกของบริษัทฯ และผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการจากร้านให้บริการด้านอาหาร (Delice) ของบริษัทฯ โดยตรง

ช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มลูกค้า ได้แก่ ช่องทางการจำหน่ายแก่ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเบเกอรี่ (Industry) ช่องทางการจำหน่ายแก่ผู้ให้บริการด้านอาหาร (Food service/HeRoCa) ได้แก่ โรงแรม กภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านอาหารและเบเกอรี่ในลักษณะเช่น และช่องทางการค้าปลีกไปยังผู้บริโภค โดยจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และร้านให้บริการด้านอาหารของบริษัทฯ ดังนี้

1) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหาร (Industry)

บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรง ให้แก่ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหารและเบเกอรี่ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด มากกว่า 500 โรงงานทั่วประเทศ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มลูกค้า ตัวแทนจำหน่าย (Dealer) ที่นำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปจำหน่ายต่อไปให้โรงงานขนาดย่อย แต่บริษัทฯ ไม่มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ ผู้ประกอบการดังกล่าวจะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปผ่านกระบวนการผลิตของ

ตนเอง และผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคทั่วไป และ/หรือส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ ซึ่งการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายนี้ บริษัทฯ มีทีมงานงานขายที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้าน วิทยาศาสตร์อาหาร และเทคโนโลยีอาหาร โดยเฉพาะเพื่อให้บริการ และให้คำแนะนำทางเทคนิคเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และร่วมกับลูกค้าเพื่อสรรหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มลูกค้าให้ตรงความต้องการ ของลูกค้า

2) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ให้บริการด้านอาหาร (Food Service)

บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรงให้กับผู้ให้บริการด้านอาหาร ได้แก่ ผู้ประกอบการ โรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร ผู้ให้บริการด้านอาหาร (Catering) ร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ในลักษณะเซ่น และ ร้านเบเกอรี่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด และแผนกเบเกอรี่ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยผู้ประกอบการ ดังกล่าวจะนำผลิตภัณฑ์ ของบริษัทฯ ไปผลิตเป็นอาหารพร้อมทาน และเบเกอรี่ เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ต่อไป

3) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคช่องทางการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีkdั้งเดิม (Modern Trade and Traditional Trade)

บริษัทฯ วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต สยาม พารากอน เอ็มโพเรียม เดอะมอลล์ แม็คโคร เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี ฟู๊ดแลนด์ วิลล่า และแฟมมิลีมาร์ท เป็นต้น และผ่านร้านค้าปลีkdั้งเดิม (Traditional Trade) เช่น ผู้ขายส่งหรือยี่ปั้ว และร้านขายส่งสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเบ เกอรี่ เป็นต้น รวมกว่า 1,600 สาขา ซึ่งช่องทางการดังกล่าวในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยมุ่งเน้นลูกค้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จังหวัดใหญ่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และ จังหวัดที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูง

สำหรับการจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีkdั้งเดิม กรรมสิทธิ์ในสินค้าจะถูกโอนไปยัง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีkdั้งเดิมทันทีที่บริษัทฯ ส่งมอบสินค้า ซึ่งหากเกิดความเสียหายในสินค้าภายหลังส่งมอบ สินค้า บริษัทฯ ไม่มีภาระความรับผิดชอบในมูลค่าของสินค้านี้ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะพิจารณารับคืนสินค้าในบางกรณี อาทิเช่น รับคืนสินค้าเฉพาะสินค้าที่อายุสินค้าน้อยกว่า 3 เดือน เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้าของ บริษัทฯ และเป็นการรักษาภาพพจน์ของตราสินค้าและภาพพจน์บริษัทฯ ในฐานะผู้นำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่าย

(ข) ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ซึ่งแม้ ในช่วงปี 2556 ที่ผ่านมามีภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทยค่อนข้างชะลอตัว ซึ่งเป็นผลกระทบทั้งจากสภาพเศรษฐกิจ โลก และการบริโภคภายในประเทศที่ไม่เอื้ออำนวย แต่อย่างไรก็ดี ความต้องการสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม อาหารยังคงเติบโตได้

ในด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรม สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ตามประเภทผลิตภัณฑ์ของบริษัทดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์กลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์เพื่ออุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย โดยการแข่งขันในส่วนนี้ จะเน้นในเรื่องการจัดหาสินค้าที่มี คุณภาพ มีความหลากหลาย และราคาที่แข่งขันได้ ซึ่งบริษัท ฯ จะต้องเผชิญภาวะการแข่งขันสำหรับสินค้าแต่ละ

รายการกับคู่แข่งประมาณ 3-5 ราย/สินค้า โดยบริษัท ฯ ดำเนินกลยุทธ์เพื่อให้มีข้อได้เปรียบการแข่งขัน โดยการคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับระดับโลก การมีมาตรฐานรับรองการผลิตในระดับสากล ความต่อเนื่อง

ในการซัพพลาย การให้บริการทางเทคนิค ตลอดจนการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถรักษฐานลูกค้าเดิม และขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัท ฯ ยังเน้นถึงความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารต่าง ๆ อย่างครอบคลุม เช่น บะหมี่ วุ้นเส้น เครื่องดื่ม นมและผลิตภัณฑ์จากนม อาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง และอื่น ๆ ซึ่งทำให้ยอดขายของบริษัท ฯ เติบโตตามอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

2. ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของบริษัท ฯ เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้า คุณภาพพรีเมียม ซึ่งคู่แข่งในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกับบริษัท ฯ ส่วนใหญ่ เน้นการขายสินค้าผ่านห้างค้าปลีกโมเดิร์นเทรด โดยแข่งขันกันทำกิจกรรมการตลาด ณ จุดขายในรูปแบบโปรโมชันต่าง ๆ เช่น การลดราคา การตั้งกองจัดขึ้นโชว์พิเศษ การสาธิต และแจกชิม การแถมของพรีเมียม เป็นต้น ซึ่งบริษัท ฯ เน้นทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับแต่ละแบรนด์สินค้า เพื่อสร้างการรับรู้ตราสินค้า และกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง

นอกจากช่องทางโมเดิร์นเทรดแล้ว บริษัท ฯ ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับช่องทางผู้ให้บริการอาหาร (Food Service) ซึ่งเป็นผู้ใช้โดยตรง ซึ่งการแข่งขันในช่องทางนี้ บริษัท ฯ เน้นกลยุทธ์การจัดหาสินค้าให้มีความหลากหลาย และการบริการที่รวดเร็ว เนื่องจากกลุ่มลูกค้า Food Service มีจำนวนมากและมีความต้องการสินค้าหลายชนิด แต่ปริมาณการสั่งซื้อครั้งไม่มาก เน้นความถี่การสั่งซื้อ พนักงานขายของบริษัท ฯ จึงต้องติดตามงานอย่างใกล้ชิดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการนำเสนอบริการที่พัฒนาสูตรเฉพาะสำหรับลูกค้า (Customized) หรือ การแบ่งบรรจุตามปริมาณและขนาดที่ลูกค้าต้องการ

การจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มนี้ผ่านทั้ง 2 ช่องทางดังกล่าวข้างต้น ทำให้บริษัท ฯ มีความสามารถในการแข่งขันที่เข้มแข็งขึ้น เนื่องจากมีช่องทางในการระบายสินค้า และเพิ่มปริมาณการขายได้มากขึ้น

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป อินเตอร์ไพรซ์ ดำเนินธุรกิจเป็นผู้นำเข้า และผลิต วัตถุดิบ ส่วนผสม เภมภัณฑ์อาหาร และสารเติมแต่งคุณสมบัติของอาหาร ตลอดจนผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทย ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 91.4 ของยอดซื้อรวมในปี 2556 และ ยอดการสั่งซื้อสินค้าในประเทศ คิดเป็น ร้อยละ 8.6 ของยอดซื้อรวมในปี 2556

บริษัทฯ มีสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าและวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ และผู้จัดจำหน่ายในประเทศ ดังนี้

มูลค่าซื้อสินค้าและวัตถุดิบ	2554		2555		2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ต่างประเทศ	827.2	92.0	942.6	92.2	905.8	91.4
ในประเทศ	72.1	8.0	80.1	7.8	84.9	8.6
รวมมูลค่าซื้อ	899.3	100.0	1,022.7	100.0	990.7	100.0

ในปี 2556 บริษัทฯ มีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 10 รายแรกของบริษัทฯ คิดเป็นสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 79 ของมูลค่าซื้อรวมตามลำดับ โดยมีการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ที่มีสัดส่วนการสั่งซื้อเกินกว่าร้อยละ 10 จำนวน 2 ราย ซึ่งบริษัทฯ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวมาเป็นระยะเวลายาวนาน จึงมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวมาโดยตลอด

(ก) การนำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายประมาณร้อยละ 93.5 ของรายได้จากการจัดจำหน่ายรวมในปี 2556 เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งในการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายแต่ละราย บริษัทฯ จะพิจารณาจากผู้ผลิตที่จำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารที่มีคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ตรงความต้องการของลูกค้า ทั้งในด้านคุณภาพและราคาเป็นหลัก เนื่องจากผู้ผลิตในแต่ละรายจะมีแหล่งกำเนิดของวัตถุดิบที่แตกต่างกัน ทำให้วัตถุดิบส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารของผู้ผลิตในแต่ละรายมีคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ทั้งนี้ ในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งต้องมีใบรับรองคุณภาพจากผู้ผลิต และมีเอกสารระบุรายละเอียดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน เนื่องจากลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหาร โดยเฉพาะผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหารเพื่อการส่งออกจำเป็นต้องทราบแหล่งกำเนิด คุณภาพและมาตรฐาน และรายละเอียดคุณสมบัติของวัตถุดิบที่ชัดเจนก่อนที่นำไปผลิต และยังใช้เอกสารดังกล่าวเป็นเอกสารอ้างอิงในการส่งออก

(ข) การผลิตสินค้าภายใต้สายการผลิตของบริษัทฯ เพื่อจำหน่าย

โรงงานที่ใช้ในการดำเนินการผลิตของบริษัทฯ ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน พื้นที่รวม 5 ไร่ 3 งาน 76 ตารางวา มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 4,700 ตารางเมตร สินค้าที่บริษัทฯ ผลิตด้วยสายการผลิตของบริษัทฯ เพื่อจัดจำหน่าย โดยส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มสารเติมแต่งอาหารและสารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) และสารผสม (Premix) ได้แก่ น้ำตาลไอซิ่ง น้ำตาลเคลือบ น้ำตาลที่ใช้ในอุตสาหกรรม ผงฟู และสารให้ความคงตัว เป็นต้น ซึ่งการผลิตสินค้ากลุ่มนี้เป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นการทั่วไป และผลิตตามคำสั่งของลูกค้า โดยเฉพาะ (Made to order)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีสายการผลิตเพื่อแบ่งบรรจุผลิตภัณฑ์ให้มีขนาดต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการให้เหมาะสมกับการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ (Repackaging) โดยสินค้าที่บริษัทฯ ทำการปรับขนาดของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการแปรรูปอาหารและเบเกอรี่ (Food Ingredient) เช่น ผงโกโก้ และเครื่องเทศ (Spice) เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์ขนาดต่างๆ ทั้งเพื่อการจัดจำหน่ายเองโดยตรง และรับจ้างแบ่งบรรจุให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ด้วย

วัตถุดิบหลักที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์กลุ่มสารเติมแต่งอาหารและสารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) และสารผสมล่วงหน้า (Premix) ได้แก่ น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ แป้งมันสำปะหลัง แป้งข้าวโพด เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์กลุ่มสารเติมแต่งอาหารและสารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหารนั้น บริษัทฯ ทำการสั่งซื้อจากตัวแทนจำหน่าย และผู้ผลิตภายในประเทศ

1) กำลังการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิต

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์สารเติมแต่งและสารสร้างคุณสมบัติที่บริษัทฯ ผลิตเพื่อจำหน่ายมีการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในปี 2555 ส่งผลให้บริษัทฯ มีการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นจนใกล้เคียงกำลังการผลิตสูงสุดของบริษัทฯ โดยมีอัตราการใช้กำลังการผลิตรวมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 64.8 ในปี 2554 เป็นร้อยละ 80.7 ในปี 2555 และในปี 2556 บริษัทฯ มีการอัตราการใช้กำลังการผลิตรวมเท่ากับร้อยละ 58.8 ทั้งนี้บริษัทฯ มีกำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการใช้กำลังการผลิตในระหว่างปี 2554 ถึงปี 2556 โดยมีรายละเอียดดังนี้

		ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
กำลังการผลิตสูงสุด ^{1/}	ตันต่อปี	4,305	4,305	5,673 ^{2/}
ปริมาณการผลิตจริง	ตันต่อปี	2,790	3,472	3,334
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	64.8	80.7	58.8

หมายเหตุ : ^{1/} กำลังการผลิตสูงสุด คำนวณจากจำนวนชั่วโมงในการทำงานปกติ 6.5 ชั่วโมงต่อวัน (ซึ่งเป็นชั่วโมงที่ใช้ในการผลิตจริง ซึ่งได้หักเวลาที่ใช้ในการเตรียมและล้างเครื่องเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้ง) และมีจำนวนวันทำงาน 262 วันต่อปี

^{2/} เนื่องจากอาคารผลิตแห่งเดิมมีพื้นที่จำกัด ส่งผลให้สายการผลิตสินค้าของบริษัทมี Bottleneck ในบางขั้นตอน ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงสายการผลิตดังกล่าวในอาคารผลิตแห่งใหม่เพื่อลด Bottleneck ในกระบวนการผลิตดังกล่าว จึงส่งผลให้บริษัทฯ มีกำลังการผลิตสูงสุดเพิ่มขึ้นเป็น 5,673 ตันต่อปี ในปี 2556

ระบบคุณภาพและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีมาตรการในการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอย่างเข้มงวด โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานประกันคุณภาพที่จะตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบตั้งแต่ต้นทาง ในขั้นตอนรับวัตถุดิบเก็บเข้าคลังสินค้าเพื่อเตรียมการผลิต และตรวจสอบวัตถุดิบก่อนที่จะนำไปผลิต และตรวจสอบผลิตภัณฑ์ภายหลังการผลิตก่อนนำมาบรรจุเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ซึ่งการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพที่เข้มงวดนั้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน สะอาด และปลอดภัย

บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมด้านการพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัย อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริษัทฯ มีระบบคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัยที่ได้รับการยอมรับ ในปี 2556 บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันต่างๆ ดังนี้

- มาตรฐานการทำงาน/มาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ (Quality Management System) ISO 9001:2008 ขององค์การนานาชาติว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization –ISO) รับรองโดย SGS United Kingdom Ltd. (“SGS”)



- มาตรฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ดังนี้



หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP) ระดับดีมาก
จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข



บริษัทมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้ตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาสีเขียวโดยมีการจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของนิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน ซึ่งในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาผลการตรวจวัดเป็นไปตามเกณฑ์ของนิคมฯ

รายงานผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำเสียในสถานประกอบการ

ลำดับ	วันที่รายงานผล	สถานที่เก็บตัวอย่าง	พารามิเตอร์	วิธีการวิเคราะห์	วิเคราะห์โดย	ผลวิเคราะห์	หน่วยวัด	มาตรฐาน	ผลเปรียบเทียบ
1	12 พฤษภาคม 2554	บ่อน้ำบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	59	mg/l	500	ผ่าน
2	21 กรกฎาคม 2554	บ่อน้ำบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	56	mg/l	500	ผ่าน
3	23 พฤศจิกายน 2555	บ่อน้ำบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	176	mg/l	500	ผ่าน
4	18 มิถุนายน 2556	บ่อน้ำบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	70	mg/l	500	ผ่าน
5	14 กรกฎาคม 2556	บ่อน้ำบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	153	mg/l	500	ผ่าน
6	14 ตุลาคม 2556	บ่อน้ำบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	46	mg/l	500	ผ่าน
7	21 พฤศจิกายน 2556	บ่อน้ำบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	4	mg/l	500	ผ่าน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

- ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันรุนแรง

ธุรกิจนำเข้า จัดจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค นั้น มีคู่แข่งจำนวนมาก ราย ทั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้าจากต่างประเทศ และผู้ผลิตในประเทศ ประกอบกับสินค้าที่จัดจำหน่าย บางประเภทไม่มีความแตกต่างในคุณลักษณะของสินค้าอย่างเป็นนัยสำคัญ ทำให้มีสินค้าทดแทนได้ง่าย จึงส่งผลให้ธุรกิจมีการแข่งขันในด้านราคาสูง โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม ซึ่งการแข่งขันที่รุนแรงดังกล่าวอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

แต่อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาในธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ คาดว่าจะมีความเสี่ยงดังกล่าวไม่มากนัก เนื่องจากบริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียง มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และบริษัทฯ ยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารในรูปแบบต่างๆ อาทิเช่น ใบรับรองคุณภาพสินค้า ใบรับรองแหล่งกำเนิดของสินค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีบริการให้คำปรึกษาด้านเทคนิคเกี่ยวกับการใช้สินค้า และประสบการณ์ของผู้บริหารในการดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลามากกว่า 30 ปี และทีมพนักงานขายที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีอาหารโดยเฉพาะ ทำให้บริษัทฯ เข้าใจความต้องการของลูกค้าผู้ประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปเป็นอย่างดี และบริษัทฯ ยังมีความเชี่ยวชาญในการคัดสรรสินค้า และจัดหาสินค้าทดแทนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

- ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของราคาและปริมาณผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากสินค้าเกษตรที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปมาจากสินค้าเกษตร อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้ง ซึ่งแปรรูปมาจากข้าวสาลี มันฝรั่ง ข้าวโพด และถั่ว เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 36.1 ของรายได้จากการขายในปี 2556 สินค้าเกษตรแปรรูปอาจมีความผันผวนของราคาสินค้าเป็นไปตามความต้องการซื้อขายของสินค้าเกษตรในตลาดโลก รวมทั้งปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ในแต่ละปีอาจมีปริมาณไม่คงที่ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศในพื้นที่นั้นๆ หากปริมาณผลผลิตสินค้าเกษตรมีจำกัด อาจส่งผลให้ราคาสินค้าเกษตรปรับตัวสูงขึ้นหรือเปลี่ยนแปลงไป หรืออาจทำให้บริษัทฯ ได้รับความจรัสดรสินค้จากผู้ผลิตในปริมาณที่จำกัด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งมันฝรั่งเป็นสินค้าเกษตรแปรรูปที่มีรายได้จากการจำหน่ายสูงสุดในกลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.6 ของรายได้จากการขายปี 2556 ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งสาลีมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปเป็นอันดับสอง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.3 ของรายได้จากการขายปี 2556

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ นำเข้าสินค้าเกษตรแปรรูปจากผู้ผลิตในต่างประเทศซึ่งดำเนินการแปรรูปสินค้าเกษตรเป็นสินค้าสำเร็จรูป ผู้ผลิตในต่างประเทศดังกล่าวจึงมีการป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบ โดยการทำสัญญาซื้อขายสินค้าเกษตร เช่น ข้าวสาลี ถั่วเหลือง แล้วระดับหนึ่ง ดังนั้น ผู้ผลิตจะทำการเสนอราคาแบ่งให้กับบริษัทฯ ถั่วเหลืองเป็นรายไตรมาส และคงราคาเสนอขายให้กับบริษัทฯ อย่างน้อยสามเดือน หากผู้ผลิตประสงค์จะปรับราคาสินค้าจะทำการแจ้งให้บริษัทฯ ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 1 รอบของการสั่งซื้อ บริษัทฯ จึงมีช่วงเวลาในการปรับราคาสินค้ากับลูกค้าในแต่ละครั้ง (Grace period) โดยอาจจะยื่นราคาสินค้าให้กับลูกค้าอย่างน้อย 1 รอบของการสั่งซื้อ ก่อนที่จะปรับราคาตามราคา

ตลาดที่แท้จริง เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ประกอบกับลักษณะการจัดหาหรือการสั่งซื้อสินค้าเกษตรแปรรูป รวมทั้งแป้งสาลี และแป้งมันฝรั่ง โดยสัดส่วน ร้อยละ 46 ของรายได้จากการขาย จะเป็นการจับคู่ระหว่างคำสั่งซื้อของลูกค้ากับการเสนอซื้อสินค้าของบริษัทฯ จากผู้ผลิต ซึ่งเป็นปกติธุรกิจของลักษณะการเป็นตัวแทนการจัดจำหน่ายสินค้า ทำให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคาสินค้าในตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไปตลอด

ทั้งนี้ ผู้บริหารของบริษัทฯ มีประสบการณ์ในการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปมากกว่า 30 ปี ประกอบกับมีการบริหารความเสี่ยงโดยฝ่ายขายสินค้าอุตสาหกรรมได้ติดตามความเคลื่อนไหวของแนวโน้มราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลก เช่น ข้าวสาลี มันฝรั่ง ถั่ว ข้าวโพด และเมล็ดโกโก้อย่างต่อเนื่อง และสอบถามสถานการณ์ตลาดจากทั้งลูกค้าและผู้ผลิตอยู่เป็นระยะ โดยผู้ผลิตแต่ละรายที่บริษัทฯ นำเข้าสินค้าจะแจ้งความเคลื่อนไหวของราคาผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปสินค้าเกษตรทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลง จากนั้นฝ่ายขายอุตสาหกรรมจะนำข้อมูลจากผู้ผลิตมาตรวจสอบความสอดคล้องกับภาวะตลาดในประเทศ และแจ้งกลับไปยังผู้ผลิตเพื่อเจรจาต่อรองหรือร่วมกันกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้บริษัทฯ ทราบถึงแนวโน้มทั้งด้านราคาและปริมาณในอนาคตเป็นอย่างดี ในกรณีที่ราคามีแนวโน้มสูงขึ้น บริษัทฯ จะดำเนินการวางแผนการสั่งซื้อให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของลูกค้า โดยจัดทำสัญญาซื้อขายเป็นการล่วงหน้าเพื่อกำหนดราคาและปริมาณการสั่งซื้อสินค้ากับทั้งผู้ผลิตและลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทฯ และปรับกลยุทธ์ราคาให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด เพื่อให้สามารถแข่งขันได้กับคู่แข่งในตลาด โดยยังคงรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และในกรณีที่บริษัทฯ ได้รับการจัดสรรสินค้าดังกล่าวในปริมาณที่จำกัด บริษัทฯ อาจจัดหาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อทดแทนความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งเป็นการลดผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทฯ ตระหนักดีว่าบริษัทฯ เผชิญกับความไม่แน่นอนของราคาและปริมาณของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย บริษัทฯ จึงมีนโยบายกระจายความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนดังกล่าว ด้วยการเพิ่มสัดส่วนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคให้สูงขึ้น ซึ่งเป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางจำหน่ายอื่น โดยใน ปี 2556 บริษัทฯ มีสัดส่วนการจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม เท่ากับร้อยละ 45.7 และกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค เท่ากับร้อยละ 54.3

● ความเสี่ยงจากการความไม่แน่นอนของต้นทุนการนำเข้าผลิตภัณฑ์

ในปี 2556 บริษัทฯ นำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายประมาณร้อยละ 91.4 ของมูลค่าสั่งซื้อทั้งหมดของบริษัทฯ การนำเข้าผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ บริษัทฯ ใช้การขนส่งทางเรือเป็นหลัก ซึ่งค่าขนส่งดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนขายของผลิตภัณฑ์ โดยที่การเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าระวางเรือในการขนส่งจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับราคาน้ำมันในตลาดโลก หากราคาน้ำมันปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลให้อัตราค่าระวางเรือปรับเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน ในขณะที่เดียวกัน หากราคาน้ำมันปรับตัวลดลงก็อาจส่งผลให้อัตราค่าระวางเรือต่ำลงได้ การเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าขนส่งจึงส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายของบริษัทฯ และอาจมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตาม ในปี 2556 ค่าระวางเรือของบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 1.25 และบริษัทฯ มีการบริหารจัดการต้นทุนค่าระวางเรือ โดยเลือกใช้บริการจากสายเรือหรือตัวแทนสายเรือ (Freight Forwarder) ที่หลากหลาย ซึ่งจะทำให้สามารถเปรียบเทียบ และต่อรองเพื่อให้ได้อัตราค่าระวางเรือที่ดีที่สุด นอกจากนี้ ในกรณีที่ต้องจัดซื้อค่าระวางเรือ สำหรับสินค้าหลักที่มีปริมาณ และความถี่ในการนำเข้าสูง บริษัทฯ จะต่อรองขอให้สายเรือ หรือตัวแทนสายเรือยื่นอัตราค่าระวางเรืออย่างน้อย 3 เดือน เพื่อลดความผันผวนของต้นทุนในส่วนนี้

● ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญาตัวแทนจำหน่าย หรือ ผู้ผลิตในต่างประเทศแต่งตั้งตัวแทนอื่นจัดจำหน่ายในประเทศไทย

บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายของผลิตภัณฑ์วัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งมันฝรั่ง สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติอาหาร และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ได้แก่ ขนมขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบอาหารและเบเกอรี่ เป็นต้น โดยรูปแบบของสัญญาเป็นทั้งตัวแทนจำหน่ายเพียงรายเดียวในประเทศไทย และเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ มีอายุสัญญา 1 – 5 ปี หลังจากครบกำหนดอายุสัญญา สัญญาดังกล่าวจะถูกต่ออายุโดยอัตโนมัติไปจนกว่าคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะมีหนังสือยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร ในกรณีที่บริษัทฯ ไม่ได้รับการต่อสัญญา หรือผู้ผลิตต่างประเทศแต่งตั้งตัวแทนอื่นจัดจำหน่ายในประเทศไทย จะทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเพื่อจัดจำหน่ายได้ หรือมีการแข่งขันสูงขึ้นได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

ในปี 2556 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในกลุ่มสินค้าที่บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 68.6 ของรายได้จากการขายทั้งหมด ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ เชื่อมั่นว่า บริษัทฯ ประกอบธุรกิจร่วมกับคู่ค้าผู้ให้สิทธิการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่บริษัทฯ โดยส่วนใหญ่มานานมากกว่า 10 ปี และตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับคู่ค้ามาโดยตลอด ซึ่งบริษัทฯ สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขการค้าที่ตกลงในสัญญา และสามารถสร้างการเติบโตของยอดขายของสินค้าที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายมาอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้รับความไว้วางใจจากคู่ค้าในการต่ออายุสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์มาโดยตลอด ผู้บริหารจึงเชื่อมั่นว่า บริษัทฯ มีความเสี่ยงในระดับต่ำที่จะไม่ได้รับการต่อสัญญาตัวแทนจำหน่าย

บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่คู่สัญญาที่เป็นผู้ผลิตสินค้า จะเข้ามาดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าและทำการตลาดในประเทศไทยด้วยตนเองโดยไม่ผ่านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งการดำเนินการดังกล่าว ผู้ผลิตต้องมีต้นทุนเงินลงทุนในการสร้างเครือข่ายการจัดจำหน่ายสินค้าและการกระจายสินค้าด้วยตนเอง ทั้งการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม ซึ่งต้องใช้ทักษะความสามารถในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง และการกระจายตัวของลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรม และลูกค้ากลุ่มผู้ที่ให้บริการด้านอาหาร ที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ หรือในกลุ่มสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ซึ่งต้องมีความเชี่ยวชาญในการทำการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคทั่วประเทศ

อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารเชื่อมั่นว่า ด้วยประสบการณ์และความชำนาญในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม และความสามารถในการจัดหาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคจากผู้ผลิตหลายแห่งทั่วโลก บริษัทฯ สามารถหาผลิตภัณฑ์อื่นๆ มาทดแทนผู้ผลิตรายเดิมได้ หากมีการเปลี่ยนแปลงในการต่ออายุสัญญาตัวแทนฯ โดยสามารถดำเนินการได้ทันกับระยะเวลาที่บริษัทฯ จะต้องส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า เนื่องจากการยกเลิกสัญญาตัวแทนจำหน่ายในแต่ละฉบับ ผู้ให้สิทธิการเป็นตัวแทนจำหน่ายจะต้องส่งหนังสือยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 3- 6 เดือน ทั้งนี้ ที่ผ่านมาบริษัทฯ ไม่เคยถูกยกเลิกสัญญาการให้สิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิตรายใด

นอกจากนี้ ในปี 2556 บริษัทฯ สั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศทั้งหมดประมาณ 62 ราย โดยสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศรายใหญ่รายหนึ่งที่มีสัดส่วนมูลค่าสั่งซื้อร้อยละ 21.8 ซึ่งผู้ผลิตในต่างประเทศรายใหญ่นี้ดังกล่าวนี้ บริษัทฯ ได้สิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวในประเทศไทยจากผู้ผลิตในต่างประเทศและบริษัทฯ ยังเป็นตัวแทนจำหน่าย

ให้กับผู้ผลิตในต่างประเทศรายดังกล่าวมาเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าปริมาณการสั่งซื้อดังกล่าวไม่เป็นการกระจุกตัวกับผู้ผลิตในต่างประเทศรายใดรายหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญ และในปี 2556 บริษัทฯ ไม่มีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตต่างประเทศรายใดเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดสั่งซื้อรวมในปีนั้นๆ

- ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าของบริษัทฯ อาจติดต่อซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยตรง

บริษัทฯ มีลักษณะการประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้านำเข้าเป็นหลัก ซึ่งรายได้หลักของการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้านำเข้า คือ รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีรายได้อื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ รายได้ค่าขนานหน้า ซึ่งเป็นรายได้ที่เกิดจากการที่ลูกค้ากลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมบางรายของบริษัทฯ ที่มีปริมาณคำสั่งซื้อสูงติดต่อซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยตรง เพื่อที่ลูกค้าสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและควบคุมอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้เอง โดยบริษัทฯ จะทำหน้าที่ให้บริการและประสานงานด้านเอกสารทั้งหมดรวมทั้งติดตามการนำเข้า (Shipment) สินค้าดังกล่าว ได้แก่ การติดตามการนำสินค้าลงเรือ การติดตามสายการบินเรือที่นำเข้าสินค้าของลูกค้ามายังประเทศไทย เป็นต้น และแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการนำเข้าสินค้าจนกระทั่งส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า แต่เนื่องจากบริษัทฯ ได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวในประเทศไทยจากผู้ผลิตต่างประเทศในกลุ่มสินค้าดังกล่าว เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าตรงกับผู้ผลิตในต่างประเทศ ผู้ผลิตในต่างประเทศจะต้องจ่ายค่าขนานหน้าให้กับบริษัทฯ ในฐานะผู้ได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายในสินค้านั้น หากในอนาคตลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ติดต่อซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยตรง อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ เนื่องจากอัตราค่าไถ่จากรายได้ค่าขนานหน้าต่ำกว่าอัตราค่าไถ่จากรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้า

อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ลูกค้าเลือกที่จะนำเข้าวัตถุดิบโดยตรงจากผู้ผลิตในต่างประเทศเพื่อผลิตนั้น ลูกค้ามีภาระหน้าที่ในฐานะผู้นำเข้าสินค้าอาหารจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งลูกค้าจะต้องดำเนินการขั้นตอนต่างๆ ทั้งการขอขึ้นทะเบียนนำเข้า (“การขอขึ้นทะเบียนกับ อ.ย.”) กับ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) ที่มีขั้นตอนและการเตรียมเอกสารที่ซับซ้อน และใช้ระยะเวลาในการดำเนินการดังกล่าวค่อนข้างนาน และต้องดำเนินการเคลียร์สินค้าผ่านพิธีการศุลกากร ซึ่งทั้งขั้นตอนการขอขึ้นทะเบียน อ.ย. และการเดินพิธีการศุลกากรนั้นเป็นงานเฉพาะด้านที่ต้องอาศัยบุคคลากรที่มีประสบการณ์และความชำนาญเฉพาะ ซึ่งมีใช้ธุรกิจหลักของลูกค้าที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร จึงอาจจะไม่มีหน่วยงานภายใน หรือ ไม่มีความเชี่ยวชาญเพียงพอในการดำเนินการติดต่อกับหน่วยงานราชการดังกล่าว ประกอบกับระยะเวลาในการขึ้นทะเบียนสินค้านำเข้ากับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จะต้องใช้เวลาค่อนข้างนานก่อนที่จะนำเข้าสินค้าในแต่ละครั้ง อาจจะทำให้ลูกค้าเสียเวลาในการดำเนินการในขั้นตอนดังกล่าวก่อนที่จะนำเข้าวัตถุดิบต่างๆ เพื่อมาผลิตสินค้า

นอกจากนี้ การนำเข้าสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตในต่างประเทศที่มีขั้นตอนที่ซับซ้อนดังกล่าวข้างต้นไม่ใช่แนวทางการดำเนินธุรกิจที่ลูกค้ากลุ่มผู้ให้บริการด้านอาหารและลูกค้ากลุ่มห้างค้าปลีกเลือกที่จะดำเนินการ เนื่องจากกระบวนการดังกล่าวมิใช่ธุรกิจหลักของลูกค้าและไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราค่าไถ่จากการจัดจำหน่ายสินค้านำเข้า บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าลูกค้าโดยส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ยังคงเลือกที่จะใช้บริการนำเข้าสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายเป็นหลัก

● ความเสี่ยงเกี่ยวกับสินค้าหมดอายุ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทั้งหมดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคทั้งผลิตภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งเป็นวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์สำหรับการแปรรูปอาหาร และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่ออุปโภคบริโภค สำหรับผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 1-3 ปี คุณภาพของสินค้ามีความสัมพันธ์โดยตรงกับอายุของสินค้า ดังนั้นบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงที่สินค้าจะหมดอายุก่อนที่บริษัทฯ จะสามารถจัดจำหน่ายได้ จึงเป็นเหตุให้บริษัทฯ ต้องดำเนินการตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพและค่าเผื่อสินค้าล้าสมัย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และการจำหน่ายสินค้าที่หมดอายุ อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ ตระหนักดีถึงความเสี่ยงของสินค้าหมดอายุที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งทางด้านภาพลักษณ์และความสูญเสียที่เกิดขึ้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับระบบและมาตรการในการควบคุมอายุของผลิตภัณฑ์ก่อนการจัดจำหน่ายและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าแต่ละราย ตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง โดยคำนึงถึงวิธีการบริหารจัดการสินค้าที่แตกต่างกันไปตามแต่ละอายุของผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่มสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคนั้น บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายและระบบการบริหารจัดการหมุนเวียนของสินค้าที่วางจำหน่ายตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกดั้งเดิม โดยให้มีอายุของสินค้าคงเหลือที่วางขายนั้น (Shelf life) มีอายุไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนวันหมดอายุที่ระบุบนสินค้า พร้อมทั้งให้พนักงานส่งเสริมการขาย (PC) สำรวจสินค้าตามร้านค้าต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ควบคุมดูแลให้สินค้าที่วางจำหน่ายเป็นไปตามนโยบายที่กำหนด สำหรับสินค้ากลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและระบบการบริหารจัดการหมุนเวียนสินค้า ให้สอดคล้องกับระยะเวลาการสั่งซื้อล่วงหน้า (Lead Time) ของแต่ละประเภทสินค้า โดยในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในแต่ละครั้ง ฝ่ายขายจะมีการประมาณการระยะเวลาในการนำเข้า และระยะเวลาที่คาดว่าจะขายพร้อมส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีอายุคงเหลือเพียงพอที่เหมาะสมที่จะนำไปแปรรูปและบริโภคต่อไปรวมทั้งบริษัทฯ มีระบบการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ตามอายุของผลิตภัณฑ์ และจะมีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าตามระบบ First – in First – out (FIFO) โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตก่อน จะถูกขายออกไปก่อน และบริษัทฯ ยังมีการตรวจนับผลิตภัณฑ์ พร้อมตรวจสอบวันครบกำหนดอายุของผลิตภัณฑ์ทุกเดือน เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ก่อนส่งมอบให้กับลูกค้า นั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ในกรณีที่สินค้าอายุเหลือต่ำกว่าร้อยละ 25 ของอายุสินค้า ตกค้างอยู่ในสต็อกร้านค้าหรือคลังสินค้าของบริษัทฯ บริษัทฯ มีแนวทางในการจัดการดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์เพื่ออุตสาหกรรม ฝ่ายขายต้องเร่งระบายสินค้า โดยเสนอราคาพิเศษให้กับลูกค้าเพื่อเคลียร์สต็อกทั้งหมดก่อนผลิตภัณฑ์หมดอายุ
2. ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่ออุปโภคบริโภค บริษัทฯ จะนำสินค้าอายุสั้นมาจัดรายการโปรโมชันพิเศษ ณ จุดขายในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการซื้อ 1 แถม 1, การลดราคาพิเศษ, การแถมของฟรีมีเย็ม และนำสินค้าออกขายถึงผู้บริโภคโดยตรง โดยการออกงาน Event และ Road show ของบริษัทฯ เอง

ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลา 30 ปี ที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจมา บริษัทฯ ไม่เคยถูกฟ้องร้องจากผู้บริโภคเรื่องการจำหน่ายสินค้าหมดอายุแต่อย่างใด

จากมาตรการการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าดังกล่าว โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการตั้งค่าเผื่อสำรองสินค้าเสื่อมสภาพร้อยละ 100 สำหรับสินค้าที่มีอายุต่ำกว่า 3 เดือน ในปี 2556 บริษัทฯ ได้ตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพ

และการตัดจำหน่ายสินค้าเสื่อมสภาพ มูลค่า 4.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.3 ของรายได้จากการขายในปี 2556 ซึ่งสะท้อนถึงควมมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสินค้า และความเสี่ยงจากผลกระทบดังกล่าวซึ่งมีสัดส่วนอยู่ในระดับต่ำตลอดช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

3.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน

● ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 91.4 ของยอดซื้อรวมในปี 2556 ซึ่งการเสนอราคาและการชำระสินค้าจะใช้เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกาคือหลัก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 87.4 ของมูลค่านำเข้าในปี 2556 ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในประเทศเป็นสกุลเงินบาททั้งหมด ดังนั้น บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เมื่อสถานการณ์ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่งผลให้จำนวนเงินที่บริษัทฯ ต้องชำระค่าสินค้าของบริษัทสูงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายสินค้าของบริษัทที่สูงขึ้นในขณะเดียวกัน หากค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเช่นเดียวกับสถานการณ์ปัจจุบัน ก็อาจจะส่งผลให้ต้นทุนสินค้าของบริษัทฯ ลดต่ำลงได้

อย่างไรก็ตาม เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศดังกล่าว บริษัทฯ ได้ทำธุรกรรมทางการเงินโดยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ในทุกครั้งที่มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถกำหนดต้นทุนสินค้าที่จำหน่าย และเพื่อป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าจะอยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทและเป็นไปตามคู่มืออำนาจดำเนินงานที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท ซึ่งการทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราล่วงหน้าจะทำให้บริษัทฯ ทราบต้นทุนสินค้าขายที่แน่นอน และอาจจะไม่ได้รับผลกระทบจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรามากนัก ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

ในช่วงปี 2554 - 2555 บริษัทฯ มีขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 1.2 ล้านบาท และ 1.1 ล้านบาทตามลำดับ และในปี 2556 บริษัทฯ มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 4.59 ล้านบาท แต่การทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราล่วงหน้าที่ผ่านมาได้เป็นการรับประกันว่า บริษัทฯ จะสามารถบริหารจัดการให้บริษัทฯ มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในขณะที่ทำสัญญา

● ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย

บริษัทฯ มีวงเงินสินเชื่อเพื่อการนำเข้าสินค้าจากสถาบันการเงินเป็นวงเงินกู้ระยะสั้นในประเภททรัสต์รีซีท เป็นอัตราดอกเบี้ยอัตราตลาด (MMR: Money Market Rate) บริษัทฯ ได้ใช้วงเงินสินเชื่อดังกล่าวเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการนำเข้า และจัดหาสินค้าเพื่อจำหน่าย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 วงเงินสินเชื่อทรัสต์รีซีทมียอดคงค้างรวม 119.59 ล้านบาท ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนการเงินของบริษัทฯ โดยในภาวะที่ดอกเบี้ยขาขึ้น อาจทำให้บริษัทฯ มีภาระต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ลดลง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารเงินทุนหมุนเวียนเป็นไปตามโครงสร้างเงินทุนของบริษัทฯ โดยมีแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่มาจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานและส่วนของทุนเป็นหลัก บริษัทฯ มีกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานตลอดระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา โดยในปี 2556 มีกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานจำนวน 84.7 ล้านบาท นอกจากนี้บริษัทฯ สามารถดำรงอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในระดับที่คงที่ คิดเป็น 0.2 เท่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ประกอบกับบริษัทฯ ได้ติดตามแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ย จากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการบริหารการใช้เงินทุนหมุนเวียนให้มีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำที่สุด ทั้งนี้ ภายหลังจากบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ บริษัทฯ มีแหล่งระดมทุนอื่นๆ ที่มีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่าการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเพียงอย่างเดียว ซึ่งจะลดภาระต้นทุนทางการเงินของบริษัทฯ ได้

3.3 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้น

● ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารของบริษัท

การเติบโตของผลประกอบการของบริษัทตลอดระยะเวลา 30 ปีที่ผ่านมา เป็นผลมาจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะทางในอุตสาหกรรมอาหารของผู้บริหารหลักของบริษัท ซึ่งได้แก่ นายเจน วงศ์อิริยะกุล นางวรรณพร วงศ์อิริยะกุล และนางสาวกนกพรณ เกียรติกรฤกษ์ และผู้บริหารหลักยังมีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับลูกค้าและคู่ค้ารายอื่นๆ ของบริษัทฯ โดยตลอด ปัจจุบันกลุ่มผู้บริหรดังกล่าวเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งอาจจะพิจารณาได้ว่า บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหาร ดังนั้น หากบริษัทฯ เกิดความสูญเสียกลุ่มผู้บริหารไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม อาจจะทำให้บริษัทฯ ประสบปัญหาในการบริหารจัดการซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริษัทฯ มีโครงสร้างการบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการบริหาร (Executive Committee) ผู้บริหารที่เข้าร่วมประชุมมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโดยตรงเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารและแสดงความคิดเห็นในเรื่องสำคัญของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการเพื่อดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ บริษัทฯ มีนโยบายให้ผู้บริหารมีอาชีพที่มีประสบการณ์เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารกิจการ โดยมีการกระจายอำนาจการบริหารจากคณะกรรมการบริษัท ไปยังคณะกรรมการบริหาร และผู้บริหารระดับสูง ได้แก่ รองกรรมการผู้จัดการในสายงานต่างๆ และผู้จัดการฝ่ายต่างๆ ตามโครงสร้างองค์กร รวมทั้งบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในทุกหน่วยงาน และสร้างให้พนักงานมีความรู้สึกมีส่วนร่วมในการเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น และเสนอแผนงานที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท รวมทั้งกระจายอำนาจให้ผู้บริหารระดับกลางมีส่วนร่วมในการบริหารและการตัดสินใจต่างๆ มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ มูลค่าตามบัญชีสุทธิ 260.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 28.13 ของสินทรัพย์รวม โดยมีรายละเอียดสินทรัพย์ถาวร ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) ณ 31 ธ.ค. 2556	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน ที่ตั้งคลังสินค้าบางนา แห่งที่ 1 ,คลังสินค้าบางนา แห่งที่ 2 และโรงงานบางปะอิน พื้นที่รวม 11 ไร่ 3 งาน 79 ตารางวา	บริษัทฯ	114.3	จดจำนองเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันกับสถาบันการเงิน ในวงเงินกู้รวมจำนวน 290 ล้านบาท (การจำนองดังกล่าวไม่รวมที่ดินคลังสินค้า ต.บางนา อ.พระโขนง กรุงเทพฯ จำนวน 1 ไร่ ซึ่งไม่มีภาระผูกพันกับสถาบันการเงิน)
2. อาคารสิ่งปลูกสร้าง และส่วนปรับปรุงอาคาร 2.1 คลังสินค้าแห่งที่ 1 (บางนา) 2.2 คลังสินค้าแห่งที่ 2 (บางนา) 2.3 โรงงาน (บางปะอิน)	บริษัทฯ บริษัทฯ บริษัทฯ	81.4	
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	บริษัทฯ	8.3	- ไม่มี -
4. เครื่องมือและอุปกรณ์	บริษัทฯ	6.5	- ไม่มี -
5. เครื่องตกแต่งและเครื่องมือใช้สำนักงาน	บริษัทฯ	16.4	- ไม่มี -
6. ยานพาหนะและเครื่องทุนแรง	บริษัทฯ	13.7	มีภาระผูกพันภายใต้สัญญาเช่าการเงินจำนวน 1 คัน
8.งานระหว่างก่อสร้าง	บริษัทฯ	19.5	- ไม่มี -
รวมมูลค่าสุทธิตามบัญชี		260.1	

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ มูลค่าสุทธิตามบัญชีเท่ากับ 1.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.19 ของสินทรัพย์รวม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเภท	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี
ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์	บริษัทฯ	1.7
รวมมูลค่าสุทธิตามบัญชี		1.7

4.3 เครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการในประเทศ ที่สำคัญต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ดังนี้

4.3.1 เครื่องหมายการค้า

รูปแบบเครื่องหมาย	สำหรับสินค้า	วันสิ้นสุดอายุ	เจ้าของเครื่องหมาย
	ผงฟู น้ำตาลไอซิ่ง	30 สิงหาคม 2562	บริษัทฯ
	ผงฟู น้ำตาลไอซิ่ง	30 สิงหาคม 2562	บริษัทฯ
BAKETEX เบคเทกซ์	สารปรุงแต่งรส/กลิ่นอาหาร ขกเว้น หวานมันหอมระเหย	2 กุมภาพันธ์ 2558	บริษัทฯ
BAKETEX เบคเทกซ์	ผงฟู	15 กรกฎาคม 2562	บริษัทฯ
WINGUM วินกัม	สารให้ความคงตัวสำหรับอาหาร และ สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร	10 เมษายน 2559	บริษัทฯ
WINSOFT วินซอฟท์	สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร	30 มีนาคม 2558	บริษัทฯ
WINPHOS วินฟอส	สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร	15 กรกฎาคม 2562	บริษัทฯ
	แป้งสาลี ผงฟู	14 กันยายน 2558	บริษัทฯ
	แป้งสาลี	14 กันยายน 2558	บริษัทฯ
	แป้งสาลี	14 กันยายน 2558	บริษัทฯ

4.3.2 เครื่องหมายบริการ

รูปแบบเครื่องหมาย บริการ	สำหรับบริการ	วันสิ้นสุดอายุ	เจ้าของ เครื่องหมาย
	บริการ อาหารและเครื่องดื่ม	14 มีนาคม 2563	บริษัทฯ

4.4 สัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

4.4.1 สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย

บริษัทฯ เข้าทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายเพียงรายเดียวในประเทศไทย กับผู้ผลิตต่างประเทศ จำนวน 5 ราย คือ General Mill Marketing Inc, AVEBE U.A, General Mills, Inc, Igreca SA และ JB Cocoa SDN. BHD และ เป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ กับ ผู้ผลิตต่างประเทศ คือ CP Kelco Singapore Pte., Ltd. โดยมีสาระสำคัญของสัญญาตัวแทนจำหน่าย ดังนี้

4.4.1.1 สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายเพียงรายเดียวในประเทศไทย (Exclusive Distributor Agreement)

1. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย กับ General Mill Marketing, Inc

ชื่อคู่สัญญา : General Mills Marketing, Inc (ประเทศสหรัฐอเมริกา)
วันเริ่มต้นทำสัญญา : 1 พฤษภาคม 2545
ระยะเวลาของสัญญา : 1 ปี
สาระสำคัญของสัญญา : บริษัท ฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ภายใต้ชื่อทางการค้าเช่น “Betty Crocker ,Old El Paso, Progresso, Nature Valley” และอื่นๆ ของบริษัท General Mills Marketing, Inc จำกัด เพียงรายเดียวในประเทศไทย
การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปเป็นระยะเวลา 12 เดือน นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างน้อย 90 วันล่วงหน้า

2. สัญญาได้รับสิทธิตัวแทนจำหน่าย กับ AVEBE U.A.

ชื่อคู่สัญญา : AVEBE U.A. (ประเทศเนเธอร์แลนด์)
วันเริ่มต้นทำสัญญา : 1 ตุลาคม 2550
ระยะเวลาของสัญญา : 1 ปี
สาระสำคัญของสัญญา : บริษัท ฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ากลุ่มแป้งมันฝรั่ง ชื่อทางการค้า “AVEBE” เพียงรายเดียวในประเทศไทย
การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปเป็นระยะเวลา 12 เดือน นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างน้อย 6 เดือนล่วงหน้า

3. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย กับ General Mills, Inc

ชื่อคู่สัญญา : General Mills, Inc (ประเทศสหรัฐอเมริกา)
วันเริ่มต้นทำสัญญา : 4 พฤษภาคม 2536

- ระยะเวลาของสัญญา : 1 ปี
- สาระสำคัญของสัญญา : บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ภายใต้ชื่อทางการค้า “Bugles®” ของบริษัท General Mills, Inc จำกัด เพียงรายเดียวในประเทศไทย
- การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปเป็นระยะเวลา 12 เดือน นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างน้อย 180 วันล่วงหน้า

4. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย กับ Igreca SA

- ชื่อคู่สัญญา : Igreca SA (ประเทศฝรั่งเศส)
- วันเริ่มต้นทำสัญญา : 1 กุมภาพันธ์ 2556
- ระยะเวลาของสัญญา : 1 ปี
- สาระสำคัญของสัญญา : บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าไอศกรีม ภายใต้ชื่อทางการค้า “IGRECA” ของบริษัท IGRECA SA จำกัด เพียงรายเดียวในประเทศไทย ยกเว้นการจำหน่ายให้ลูกค้าบางรายที่ผู้ให้สิทธิได้สงวนสิทธิไว้ในสัญญา
- การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปโดยอัตโนมัติ นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างน้อย 4 เดือนล่วงหน้า

5. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย กับ JB Cocoa SDN. BHD.

- ชื่อคู่สัญญา : JB Cocoa SDN. BHD (ประเทศมาเลเซีย)
- วันเริ่มต้นทำสัญญา : 25 มีนาคม 2556
- ระยะเวลาของสัญญา : 1 ปี
- สาระสำคัญของสัญญา : บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าผงโกโก้ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากโกโก้ ภายใต้ชื่อทางการค้า “JB Cocoa” ของบริษัท JB Cocoa จำกัด เพียงรายเดียวในประเทศไทย ยกเว้นการจำหน่ายให้ลูกค้าบางรายที่ผู้ให้สิทธิได้สงวนสิทธิไว้ในสัญญา
- การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปโดยอัตโนมัติ นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างน้อย 4 เดือนล่วงหน้า

4.4.1.2 สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ (Authorized Distributor Agreement)

สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย กับ CP Kelco Singapore Pte., Ltd.

- ชื่อคู่สัญญา : CP Kelco Singapore Pte., Ltd. (ประเทศสิงคโปร์)
- วันเริ่มต้นทำสัญญา : 8 พฤศจิกายน 2555

- ระยะเวลาของสัญญา : 2 ปี
- สาระสำคัญของสัญญา : บริษัท ฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ากลุ่ม Bio Gum และ Food Gum ภายใต้ชื่อทางการค้า “CP Kelco” ของบริษัท CP Kelco Singapore จำกัด ยกเว้นการจำหน่ายให้ลูกค้าบางรายที่ผู้ให้สิทธิได้สงวนสิทธิไว้ในสัญญา
- การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปโดยอัตโนมัติ โดยไม่มีกำหนดระยะเวลาของสัญญา นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร

4.4.2 สัญญาการค้าที่สำคัญ

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) มีข้อตกลงเงื่อนไขการค้า กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลายราย (Modern Trade) เพื่อขายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคของบริษัท โดยมีข้อตกลงประเภทปีต่อปี อย่างไรก็ตาม ในอดีตที่ผ่านมา บมจ.วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ สามารถดำเนินการต่ออายุข้อตกลงดังกล่าวได้อย่างต่อเนื่อง และยังไม่เคยได้รับการบอกเลิกสัญญาจากคู่สัญญาใดๆ

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) มีนโยบายมุ่งเน้นขยายขอบเขตของการดำเนินธุรกิจ โดยอาจจะมีการตั้งบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วมทุน หรือลงทุนในธุรกิจที่สนับสนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคต ซึ่งบริษัทฯ จะพิจารณาถึงผลตอบแทนจากการลงทุน สัดส่วนการลงทุนที่เหมาะสม และผลประโยชน์อื่นที่บริษัทฯ คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนเพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เป็นสำคัญ ทั้งนี้ ในการพิจารณาการตั้งบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วมทุน หรือพิจารณาการลงทุนต่างๆ จะกระทำโดยผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการของบริษัทฯ และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ แล้วแต่กรณี และบริษัทฯ มีนโยบายควบคุมดูแลบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม โดยการส่งกรรมการ และ/หรือ ผู้ที่ได้รับมอบหมายของบริษัทฯ เข้าไปเป็นตัวแทนตามสัดส่วนการถือหุ้น หรือเข้าไปเป็นกรรมการของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมดังกล่าว เพื่อร่วมกำหนดนโยบายการดำเนินงานที่สำคัญเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	: บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	: นำเข้า ผลิต และจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 889 อาคารไทยซีซีทาวเวอร์ ชั้น 21 ห้อง 214-219 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107556000256
โทรศัพท์	: 0-2675-6525-31
โทรสาร	: 0-2675-6544
เว็บไซต์	: www.winnergroup.co.th
ทุนจดทะเบียน	: 100,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 400,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 0.25 บาทต่อหุ้น
ทุนชำระแล้ว	: 100,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 400,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 0.25 บาทต่อหุ้น
นายทะเบียนหลักทรัพย์	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขที่ 62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์: 0-2229-2888 (Call Center)
ผู้สอบบัญชี	: ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต บริษัท บัญชีกิจ จำกัด 87 อาคารโมเดิร์นทาวน์ (ชั้น 9) เอกมัยซอย 3 ถนนสุขุมวิท 63 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์: 0-2382-0414