

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้นำเข้า ผลิต และจัดจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารที่ใช้ในการแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ วัตถุดิบ ส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient) และสารเติมแต่งและสารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) จากแหล่งกำเนิดชั้นนำทั่วโลก

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคภายใต้แบรนด์ชั้นนำระดับโลก โดยจัดส่งผลิตภัณฑ์ผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) อีกทั้งได้ขยายฐานลูกค้าไปสู่ผู้ให้บริการทางด้านอาหาร และลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร จัดเลี้ยง (Food Service / HoReCa : Hotel, Restaurant & Catering) รวมถึงผู้ค้ารายย่อยอื่นๆ

นอกจากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพแล้ว บริษัทฯ ยังยึดมั่นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ ด้วยการรักษากรานพนักงานขายที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ และเข้าใจธุรกิจของลูกค้าเป็นอย่างดี เพื่อสรรหาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและตรงกับความ ต้องการของลูกค้า

#### 1.1 วิสัยทัศน์ และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

##### วิสัยทัศน์

“เป็นบริษัทชั้นนำ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจอาหารครบวงจรในทุกช่องทางการจัดจำหน่าย”

##### พันธกิจ

“มุ่งมั่นที่จะส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและให้บริการที่เชื่อถือได้ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า พร้อมพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ให้มีความแข็งแกร่งและมีประสบการณ์เชี่ยวชาญในกลุ่มธุรกิจอาหาร รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าของบริษัทฯ”

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจในระยะเวลา 2-3 ปีข้างหน้า ดังนี้

1. บริษัทฯ มีแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร และผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านอาหาร (Food Service/HoReCa) และจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภครายย่อยหรือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย เพื่อขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายของบริษัทฯ ให้หลากหลายมากขึ้น
2. บริษัทฯ จะเพิ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (Customized) รวมถึงการรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์สารผสมและการแบ่งบรรจุรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีเป้าหมายที่จะส่งออกผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเอง อาทิ น้ำตาลไอซิ่ง ผงฟู แป้งสาลี ไปยังประเทศในภูมิภาคใกล้เคียง เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตให้ใกล้เคียงกำลังการผลิตสูงสุดของโรงงาน อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการดำเนินงานต่อหน่วยเพื่อการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. บริษัทฯ มีแนวทางการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ภายใต้ตราสินค้าของตนเอง เพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ ที่กว้างมากขึ้น
4. บริษัทฯ จะขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมลูกค้าอุตสาหกรรมอาหารทุกกลุ่ม โดยจะขยายฐานลูกค้าจากเดิมที่มุ่งเน้นกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารเป็นหลัก ไปยังกลุ่มลูกค้าที่ให้บริการด้านอาหาร (Food Service / HoReCa) และผู้บริโภคขั้นสุดท้ายที่มีแนวโน้มการเติบโตค่อนข้างสูง รวมถึงขยายกลุ่มลูกค้าจากลูกค้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑลไปยังกลุ่มลูกค้าต่างจังหวัด โดยเฉพาะในจังหวัดใหญ่ในแต่ละภูมิภาคที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

5. บริษัทฯ มีแผนที่จะขยายธุรกิจจากอาหารไปสู่ธุรกิจอื่นๆ เช่น ยา เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตัวเอง (Personal care) อาหารสัตว์ และอื่นๆ เพื่อขยายฐานธุรกิจให้เติบโตและมีความหลากหลาย

## 1.2 ประวัติความเป็นมา การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

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

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

ด้วยความเชี่ยวชาญและชำนาญของบริษัทฯ ในการจัดหาวัตถุดิบ และเคมีภัณฑ์อาหารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร ประกอบกับบริษัทฯ มีฐานพนักงานขายที่แข็งแกร่งเข้าใจในธุรกิจของลูกค้าทำให้สามารถสรรหาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ จึงได้ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายได้หลากหลายขึ้น และขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมอาหารประเภทต่างๆ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคภายใต้แบรนด์ชั้นนำระดับโลก เช่น ป๊อปคอร์นสำหรับไมโครเวฟ ตราป๊อปซีเคร็ต (Pop Secret) ธัญพืชแท่ง ตราเนเจอร์ วาลเลย์ (Nature Valley) แป้งเบเกอรี่สำเร็จรูป ตราเบ็ตตี้ คร็อกเกอร์ (Betty Crocker) แยมผลไม้ ตราสตรัมไลน์ (Streamline) น้ำผลไม้ ตรา ฮาร์เวย์ เฟรช (Harvey Fresh) เป็นต้น โดยวางจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) และได้ขยายฐานลูกค้าไปสู่ผู้ให้บริการทางด้านอาหาร หรือลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร จัดเลี้ยง (Food Service / HoReCa : Hotel, Restaurant & Catering) และผู้ค้ารายย่อยอื่นๆ

### การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในปี 2558

1. ในปี 2558 บริษัทฯ ได้คัดสรรผลิตภัณฑ์ใหม่จากแหล่งกำเนิดต่างๆ เพื่อนำเข้าและจัดจำหน่าย ทั้งหมด 93 SKU สรุปได้ดังนี้

#### ผลิตภัณฑ์ประเภท วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (Industry Products)

- ซ็อกโกแลตคูเวร์เจอร์และซ็อกโกแลตคอมพาวด์ (Barry Callebaut)
- แป้งโมดิไฟด์จากมันฝรั่ง (AVEBE)

#### ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer Products)

- กลุ่มขนมขบเคี้ยว (Snack)
  - บิสกิตและคุกกี้ ตราไวโอลันต้า (Violanta)
  - เวเฟอร์ เวเฟอร์สตีก์ และบิสกิตรวมรส ตราวีฟู้ด (VFOOD)
  - ไมโครเวฟป๊อปคอร์น รสคาราเมล ตราป๊อปซีเคร็ต (Pop Secret)

- ผลิตภัณฑ์วัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง (Frozen & Chilled)
    - เฟรนช์ฟรายส์แช่แข็ง ตราดามาโก้ (Damaco)
    - สตรอว์เบอร์รี บลูเบอร์รี ราสเบอร์รี และกีวีแช่แข็ง
  - ผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบอาหารและเบเกอรี่ (Gourmet)
    - เส้นพาสต้า ตราเบอร์รัค (Berrak)
    - วิปป์ครีม และซ็อกโกแลตคุเวอร์เจอร์ ตรามาสเตอร์ มาร์ตินี่ (Master Martini)
    - ฟรุตทอปปี้งและฟรุตฟิลลิ่ง ตราออราโน่ (Orana)
    - มาราสซิโน เชอร์รี่เชื่อม ตราโอลิเวีย (Olivia)
    - น้ำมันคาโนล่าผสมน้ำมันมะกอกบริสุทธิ์ และน้ำมันมะกอกบริสุทธิ์ ออร์แกนิก ตราโรมูโล่ (Romulo)
    - อัลมอนด์จากประเทศออสเตรเลีย
  - น้ำผลไม้และเครื่องดื่ม (Beverage)
    - นมถั่วเหลืองสูตรดั้งเดิม ตราบิงกรือ (Binggrae)
    - น้ำอุนเข้มข้น น้ำกีวีสตรอว์เบอร์รี และน้ำอุนแครนเบอร์รี ตราแลงเจอร์ (Langers)
2. บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ERP โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและปรับปรุง Software ที่ใช้งานภายในบริษัทฯ จากสถานภาพเชิงรับไปเป็นเชิงรุก และสามารถช่วยวางแผนการลงทุน พร้อมทั้งบริหารทรัพยากรของบริษัทฯ ให้คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ โดยโครงการดังกล่าวเริ่มต้นเมื่อเดือนตุลาคม 2557 ที่ผ่านมามีกำหนดแล้วเสร็จในเดือนพฤษภาคม 2559
  3. บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน “Performance Improvement Project” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับกระบวนการทำงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และช่วยเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของพนักงาน ตลอดจนการนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ โดยแนวคิดหลักคือการทำ MBO และร่วมกันกำหนด KPI ขององค์กรและพนักงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อเป็นแนวทางการทำงานที่ชัดเจน โดยเชิญที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินผลการทำงานมาให้ความรู้และแนวทางการดำเนินการโครงการดังกล่าวมีระยะเวลา 12 เดือน ซึ่งเริ่มต้นเมื่อเดือนมีนาคม 2558 ที่ผ่านมามีกำหนดสิ้นสุดโครงการในเดือนมีนาคม 2559
  4. บริษัทฯ ได้รับการรับรองให้ใช้เครื่องหมายรับรอง “ฮาลาล” เพิ่มเติมสำหรับผลิตภัณฑ์แป้งสำเร็จรูปสำหรับทำแพนเค้กและแป้งทอดกรอบ จากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย
  5. บริษัทฯ ตัดสินใจปิดธุรกิจร้านกาแฟเดลิเซ่ (Délisé) สาขาเอกมัย ในเดือนพฤษภาคม 2558 ที่ผ่านมา เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจร้านกาแฟส่งผลให้สาขาเอกมัยมีผลประกอบการไม่สอดคล้องกับค่าใช้จ่าย
  6. เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2558 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยได้ประกาศ “ผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2558” โดยบริษัทฯ ได้รับผลคะแนนอยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” หรือ 4 ดาว (ช่วงคะแนน 80 - 89 คะแนน) ซึ่งถือว่าได้คะแนนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมของบริษัทจดทะเบียนที่ทำการสำรวจทั้งหมดในปี 2558
  7. เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2558 บริษัทฯ ได้เซ็นสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิเทคโนโลยี กับบริษัท อภิสมัยกิจ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ยื่นคำขอรับอนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ “อุปกรณ์ช่วยถ่ายเทความร้อนท่อส่งผ่านสารความเย็นในเครื่องปรับอากาศ” โดยบริษัทฯ ได้รับสิทธิการผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้นำเข้า ผลิต และจัดจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหาร ที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร ได้แก่ วัตถุดิบและส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient) สารเติมแต่งและสารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) โดยมีที่มาจากแหล่งกำเนิดสินค้าทั่วโลกและโดยการผลิตภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ เอง และดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ภายใต้ตราสินค้าชั้นนำระดับโลก เช่น ป๊อปปอร์นสำหรับไมโครเวฟ ธัญพืชแท่ง สาหร่ายปรุงรส พาสต้า น้ำมันมะกอก แยมผลไม้ น้ำผลไม้ ฯลฯ

### • โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ แยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ในปี 2556 - 2558 มีดังนี้

ประเภทรายได้	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการขาย						
1.1 ผลิตภัณฑ์วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม (Industry Products)	629.6	45.2	636.0	44.1	589.3	40.7
1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer Products)	748.0	53.7	794.8	55.0	841.2	58.0
2. รายได้อื่นๆ <sup>1/</sup>	14.9	1.1	13.5	0.9	19.0	1.3
รวม	1,392.5	100	1,444.3	100	1,449.5	100

หมายเหตุ : <sup>1/</sup> รายได้อื่นๆ เช่น รายได้ค่านายหน้า, ดอกเบี้ยรับเงินสนับสนุนทางการเงินตลาด, กำไรจากการขายหน่วยลงทุน เป็นต้น

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย แบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม (Industry products) และกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer products) โดยมีสัดส่วนรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 40.7 ของรายได้รวมในปี 2558 และมีสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคเท่ากับร้อยละ 58.0 ของรายได้รวมในปี 2558 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 2.1.1 วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (Industry Products)

ผลิตภัณฑ์ประเภท วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมอาหารของบริษัทฯ จำแนกได้เป็น

- (1) วัตถุดิบ ส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient)
- (2) สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive)

ซึ่งผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 กลุ่มนี้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำเข้าจากแหล่งกำเนิดของผู้ผลิตที่มีคุณภาพทั่วโลก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเองภายใต้กระบวนการผลิตที่ทันสมัย และมาตรฐานความปลอดภัยที่ดี (GMP) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารที่มีความหลากหลาย และมีสูตรเฉพาะของผู้ประกอบการแต่ละราย โดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ได้อย่างหลากหลาย ทั้งเป็นวัตถุดิบตั้งต้นในการผลิต เป็นส่วนผสมในการผลิต ตัวกลาง และยังสามารถนำไปใช้แปรรูปและผลิตสินค้าของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและเบเกอรี่ได้อีกด้วย

## (1) วัตถุดิบ และส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient)

วัตถุดิบ และส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร ส่วนใหญ่จะถูกใช้เป็นส่วนประกอบหลักในการผลิตอาหารและเบเกอรี่ หรือนำมาแปรรูปเป็นสินค้าของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและเบเกอรี่ โดยแบ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังนี้

### • ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้ง

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

ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งของบริษัทฯ ส่วนใหญ่ถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบและส่วนผสมในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารและเบเกอรี่ อาทิ การแปรรูปเนื้อสัตว์ เช่น ลูกชิ้น ไส้กรอก การแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากข้าวและคาร์โบไฮเดรต เช่น ก๋วยเตี๋ยว บะหมี่ วุ้นเส้น การผลิตขนมขบเคี้ยวและผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เช่น เค้ก บิสกิต คุกกี้ การแปรรูปอาหารทะเล เช่น ซูริมิ ปูอัด อาหารทะเลแช่แข็ง การแปรรูปอาหารกึ่งสำเร็จรูป เช่น ไข่ชุบแป้งทอด กุ้งชุบแป้งทอด เป็นต้น โดยลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมอาหารดังกล่าวเป็นลูกค้าทั้งในกลุ่มที่ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศ และผลิตสินค้าเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งต้องให้ความสำคัญอย่างมากต่อคุณภาพของวัตถุดิบและส่วนผสมที่นำมาใช้ผลิตและแปรรูปเป็นสินค้า

### • ผลิตภัณฑ์กลุ่มโกโก้และช็อกโกแลต

ผลิตภัณฑ์กลุ่มโกโก้ที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากการแปรรูปเมล็ดโกโก้ ทั้งประเภทที่ไม่ผ่านและผ่านกระบวนการทางเคมี โดยการเติมสารเพิ่มความเป็นด่างเพื่อปรับความเป็นกรด-ด่าง สี และกลิ่นตามความต้องการ และนำไปสกัดไขมันบางส่วนออกแล้วทำเป็นผงโกโก้ ผลิตภัณฑ์โกโก้ที่บริษัทฯ จำหน่ายมีหลากหลายประเภท เช่น

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

สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มช็อกโกแลต เป็นผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตที่มีคุณสมบัติโดดเด่น นำไปใช้งานได้ง่ายด้วยคุณสมบัติที่สามารถหดรัดตัวได้ดี มีความแข็งแรงและให้ความมันวาว โดยผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายมี 2 ประเภท ได้แก่ ช็อกโกแลตคอมพาวด์ (Chocolate Compound) และช็อกโกแลตคูเวอร์เจอร์ (Chocolate Couverture) ในรูปแบบต่างๆ เช่น แบบก้อน แบบเม็ดกระดุม แบบชิพ (chip) แบบเหลว (paste) ซึ่งสามารถนำไปใช้งานได้หลากหลายรูปแบบในอุตสาหกรรมอาหาร

บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โกโก้ภายใต้ตราสินค้า “JB Cocoa” นำเข้าจากประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นแหล่งผลิตโกโก้ที่มีขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในทวีปเอเชีย สำหรับผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลต บริษัทฯ จัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า “Barry Callebaut” นำเข้าจากประเทศสิงคโปร์ โดยส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์โกโก้และช็อกโกแลตจะถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบและส่วนผสมสำหรับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเบเกอรี่ เช่น บิสกิต เวเฟอร์ คุกกี้ หรือนำไปใช้ในอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับนม เป็นหลัก

## • ผลิตภัณฑ์ไขมัน

ผลิตภัณฑ์ไขมันแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ไขมันผง ไขมัน และไขมัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ไขมันหลักที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร คือ ไขมันผง ซึ่งเป็นโปรตีนไขมันที่มีคุณสมบัติช่วยให้เกิดการเกาะยึดและเพิ่มเนื้อสัมผัสในผลิตภัณฑ์อาหาร ไขมันผงจึงสามารถนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารหลากหลายประเภท เช่น แป้งผสมสำหรับชุบแป้งทอด (Batter Mix) ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากอาหารทะเล ซูริมิ ปูอัด ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เป็นต้น

บริษัทฯ จัดจำหน่ายไขมัน ภายใต้ตราสินค้า “IGRECA” นำเข้าจากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นแหล่งไขมันที่ใหญ่ที่สุดในทวีปยุโรป และภายใต้ตราสินค้า “EGGWAY” นำเข้าจากประเทศอินเดีย

## • ผลิตภัณฑ์กลุ่มน้ำตาลและสารให้ความหวาน

ผลิตภัณฑ์กลุ่มน้ำตาลและสารให้ความหวานที่บริษัทฯ 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) น้ำตาลสำหรับโดนัท (Donut Sugar) และน้ำตาลเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร โดยสามารถนำไปใช้เป็นวัตถุดิบประกอบอาหารได้หลากหลายประเภท เช่น

- ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เช่น ขนมปัง เค้ก คุกกี้ โดนัท
- ผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อสัตว์ เช่น หมูหยอง หมูแผ่น
- ผลิตภัณฑ์แป้งผสม เช่น แป้งชุบทอด เครื่องปรุงรสต่างๆ

ซึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้บริษัทฯ จะจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า ต้นไผ่ (Bamboo Tree) ซึ่งเป็นตราสินค้าของบริษัทฯ เอง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังผลิตน้ำตาลเพื่ออุตสาหกรรมอาหารเกรดต่างๆ ที่มีลักษณะพิเศษหรือมีคุณสมบัติเฉพาะตามความต้องการของลูกค้าอุตสาหกรรมแต่ละราย ในลักษณะของสินค้าที่ผลิตตามความต้องการของลูกค้า (Customized)

## • สารปรุงแต่งรสชาติอาหารและเครื่องเทศ

สารปรุงแต่งรสชาติอาหารที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย ได้แก่ โมโนโซเดียมกลูตาเมต และเครื่องเทศต่างๆ ซึ่งนำไปใช้ในการผลิตเครื่องปรุงรสและอาหารสำเร็จรูป โดยบริษัทฯ นำเข้าเครื่องเทศจากสเปนซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดที่มีชื่อเสียงของโลก

## (2) สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive)

สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) เป็นส่วนประกอบในการผลิตอาหาร ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้คุณสมบัติทางเคมี เพื่อสร้างคุณสมบัติและลักษณะการใช้งานที่เฉพาะเจาะจงของสินค้าที่ผู้ประกอบการอาหาร



จะนำไปแปรรูปเป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูปต่อไป ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

• **สารให้ความคงตัว (Stabilizers) สารเพิ่มความเหนียว (Thickeners) และสารที่ทำให้เกิดเจล (Gelling Agent)**

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- สารที่ได้จากการสังเคราะห์ของจุลินทรีย์ (Bio Gum) เช่น Xanthan Gum, Gellan Gum
- สารที่ได้รับจากการสกัดจากพืช เช่น Carboxymethyl Cellulose (CMC), Carrageenan, Pectin

ซึ่งสารกลุ่มนี้เป็นสารประเภท Polysaccharide มีคุณสมบัติให้ความคงตัว ให้ความเหนียว และทำให้เกิดเจล จึงถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารประเภทที่ต้องการคุณสมบัติเฉพาะ เช่น ซอสหอยนางรม ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ น้ำจิ้มไก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม น้ำผลไม้ ผลิตภัณฑ์นม ผลิตภัณฑ์แป้งผสมสำหรับซุบทอด ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋อง ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ซึ่งโดยส่วนใหญ่บริษัทฯ นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ภายใต้ตราสินค้า “CP Kelco” จากผู้ผลิตประเทศสหรัฐอเมริกา

• **สารที่ทำให้เกิดการขึ้นฟู**

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- ยีสต์ผง ซึ่งบริษัทฯ นำเข้าจากประเทศตุรกี ภายใต้ตราสินค้า “PAKMAYA” ยีสต์ผงทำให้เกิดการขึ้นฟูในผลิตภัณฑ์ประเภทขนมปัง
- ผงฟู ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ พัฒนาและผลิตเอง ภายใต้ตราสินค้า “Panda Kid” โดยผงฟูทำให้เกิดการฟูในผลิตภัณฑ์ประเภท ขนมเค้ก ขนมไข่ คุกกี้ บิสกิต และแป้งผสมสำหรับซุบทอดต่างๆ ซึ่งบริษัทฯ ได้พัฒนาสูตรที่หลากหลายเพื่อให้มีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการใช้งานของแต่ละผลิตภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนาสูตรเฉพาะสำหรับลูกค้าบางรายที่มีความต้องการที่เฉพาะเจาะจงด้วย

• **วัตถุกันเสีย และสารเติมแต่งอื่นๆ**

บริษัทฯ นำเข้าและจัดจำหน่ายวัตถุกันเสียประเภท Sodium Benzoate และ Potassium Sorbate จากประเทศจีน เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเนื้อสัตว์ ลูกชิ้น ไส้กรอก ผลิตภัณฑ์ปรุงรส น้ำปลา ซอส ซีอิ๊ว ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและน้ำผลไม้

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังนำเข้า และจัดจำหน่ายสารเติมแต่งอื่นๆ อาทิ สารประกอบฟอสเฟส ซึ่งมีคุณสมบัติในการปรับปรุงเนื้อสัมผัสของผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น ลูกชิ้น ไส้กรอก ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง

## 2.1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer Products)

ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย ประกอบด้วย 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่

- (1) ขนมขบเคี้ยว
- (2) ผลิตภัณฑ์วัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง
- (3) ผลิตภัณฑ์ประกอบอาหารและเบเกอรี่
- (4) น้ำผลไม้และเครื่องดื่ม

ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากนานาประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา สเปน อิตาลี เยอรมัน ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย สิงคโปร์ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เป็นต้น โดยมีรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ดังนี้

## • ขนมอบเคียว

ขนมอบเคียวที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายเป็นสินค้าภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงจากแหล่งต่างๆ ทั่วโลก ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกา เช่น ป๊อปคอร์นสำหรับไมโครเวฟ ตราป๊อปซีเคร็ท (Pop Secret) ธัญพืชแห้ง ตราเนเจอร์ วัลเลย์ (Nature Valley)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากเกาหลีใต้ เช่น สาหร่ายปรุงรส ตราซีเฟรนด์ (Sea Friend) และตราคิมโนริ (Kimnori)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากเยอรมัน เช่น อาหารเข้าซีเรียล ตราปีเตอร์ คอลน์ (Peter Kölln)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากญี่ปุ่น เช่น ซีสแซนด์วิช ตราโอเกียะ (Ohgiya)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากกรีซ เช่น บิสกิตและคุกกี้ ตราไวโอลันทา (Violanta)
- ผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย เช่น คุกกี้และเวเฟอร์ ตราวีฟู้ด (VFOOD)

## • ผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง

ผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิต ได้แก่ ข้าวโพดอบกึ่งสำเร็จรูป มันฝรั่งแช่แข็ง ผักและผลไม้แช่แข็ง และอาหารทะเลแช่แข็ง นำเข้าจากนานาประเทศ เช่น นิวซีแลนด์ จีน เวียดนาม ฮอลแลนด์ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จัดจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านอาหาร (Food Service/HoReCa) ได้แก่ โรงแรม ภัตตาคาร และร้านอาหาร เพื่อนำไปผลิตและแปรรูปเป็นอาหารจำหน่ายให้กับผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง

## • ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อประกอบอาหาร และเบเกอรี่

บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อประกอบอาหารและเบเกอรี่ภายใต้ตราสินค้านำเข้าของผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงจากแหล่งต่างๆ ทั่วโลก ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกา เช่น แป้งเบเกอรี่สำเร็จรูป ตราเบ็ตตี้ คร็อกเกอร์ (Betty Crocker) อาหารเม็กซิกันสำเร็จรูป ตราโอลด์ เอล พาโซ (Old El Paso - OEP) ชุปกระป๋องประเภทต่างๆ ตราโปรเกรสโซ (Progresso) ลูกเกด ตรามาเรียยานี (Mariani) เซอร์รี่เชื่อม ตราโอลิเวีย (Olivia)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากอิตาลี เช่น เส้นพาสต้า ตราแคมปานา (Campagna) น้ำเลมอน ตราอิทอล เลมอน (Ital Lemon) วิปปิ้งครีมและซ็อกโกแลตคุเวอร์เจอร์ ตรามาสเตอร์ มาร์ตินี (Master Martini)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากสเปน เช่น น้ำมันมะกอก ตราโรมูโล (Romulo) มะกอกในน้ำเกลือ ตราลาเอสพานอลา (La Espanola) เครื่องเทศ ตราเอล อาวียง (El Avion)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากตุรกี เช่น เส้นพาสต้า ตราเบร์รัค (Berrak)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากสิงคโปร์ เช่น น้ำมันงา ตรา Oh Aik Guan
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากออสเตรเลีย เช่น ซอสพาสต้า ตราเลกโก้ส (Leggo's)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากโปแลนด์ เช่น แยมผลไม้ ตราสตรีมไลน์ (Streamline)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากมาเลเซีย เช่น มากรีนและเนย ตรามาเรียนา (Mariana)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากเวียดนาม เช่น ฟรุติลลิ่งและฟรุตครัช ตราออรานา (Orana) และตราออสเตอร์ เบิร์ค (Osterberg)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากจีน เช่น ซอสปรุงรส ตราเพิร์ล รีเวอร์ (Pearl River Bridge - PRB)
- ผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย เช่น ผลไม้กระป๋องและกะทิกระป๋อง ตราช้างคู่ (Twin Elephants)

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



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

#### • น้ำผลไม้และเครื่องดื่ม

บริษัทฯ จัดจำหน่ายน้ำผลไม้และเครื่องดื่มที่นำเข้าภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิตต่างๆ ให้กับผู้บริโภครายย่อย โดยผ่านทางซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นส่วนใหญ่ เช่น

- น้ำเบอร์รี่ ตราแลงเจอร์ (Langers) จากประเทศสหรัฐอเมริกา
- น้ำผลไม้อัดแก๊ส ตราเบล นอร์มอนด์ (Bel Normande) จากประเทศฝรั่งเศส
- น้ำผลไม้ ตราฮาร์เวย์ เฟรช (Harvey Fresh) จากประเทศออสเตรเลีย
- นมถั่วเหลือง ตราบิงกรือ (Binggrae) จากประเทศเกาหลี
- ชาเขียว ตรามารูยาม่า (Maruyama) จากประเทศญี่ปุ่น
- ชาผลไม้ ตราทีคานเน่ (Teekanne) จากประเทศเยอรมัน
- กาแฟ ตราเจ.เจ. ดาร์โบเวน (J.J. Darboven) จากประเทศไอร์แลนด์ เป็นต้น

ตลอดระยะเวลาที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจมากกว่า 30 ปี บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในการคัดเลือกสินค้าที่จัดจำหน่ายจากผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีในการผลิตเป็นของตนเองและมีมาตรฐานการผลิตที่มีคุณภาพ เพื่อคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ทำให้บริษัทฯ เติบโตอย่างต่อเนื่อง และได้รับความไว้วางใจในการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าชั้นนำที่มีชื่อเสียงระดับโลก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 79 ตราสินค้า โดยแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมจำนวน 31 ตราสินค้า และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคจำนวน 48 ตราสินค้า โดยบริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงรายเดียวในประเทศไทย (Exclusive Distributor) สำหรับตราสินค้าจำนวน 10 ตราสินค้า ดังนี้

<b>AVEBE</b>	เป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงด้านผลิตภัณฑ์แป้งมันฝรั่งมากกว่าศตวรรษ และเป็นหนึ่งในผู้ผลิตแป้งมันฝรั่งและแป้งโมดิฟายด์จากมันฝรั่งที่มีขนาดใหญ่ที่สุดระดับโลก ซึ่งมีฐานการผลิตหลักในทวีปยุโรป
<b>IGRECA</b>	ผลิตภัณฑ์ไขมัน ซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบ และส่วนผสมสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร (Food Ingredient) เพื่อเพิ่มโปรตีน และเนื้อสัมผัสให้กับผลิตภัณฑ์อาหารหลากหลายชนิด IGRECA เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไขมันประเภทต่างๆ รายแรกในประเทศฝรั่งเศส และเป็นผู้นำตลาดในผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในทวีปยุโรป
<b>JB Cocoa</b>	ผลิตภัณฑ์โกโก้จากประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเมล็ดโกโก้ที่มีขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในทวีปเอเชีย ประกอบไปด้วยผงโกโก้เกรดต่างๆ (Cocoa Power) เนือโกโก้บด (Cocoa Mass) และไขมันโกโก้ (Cocoa Butter)
<b>Betty Crocker</b>	ตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่งสำหรับสินค้าประเภทแป้งผสมสำเร็จรูปสำหรับทำผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา
<b>Nature Valley</b>	ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ธัญพืชแห้งที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็นที่นิยมในประเทศสหรัฐอเมริกา และส่งออกไปทั่วโลก
<b>Old El Paso</b>	ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเม็กซิกันสำเร็จรูป ที่สะดวกในการปรุงด้วยตนเอง
<b>Progresso</b>	ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ซุปกระป๋องระดับพรีเมียม คัดสรรวัตถุดิบเกรดคุณภาพ และให้คุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วน

Bugles®	เป็นตราสินค้าขนมขบเคี้ยว ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในประเทศสหรัฐอเมริกา
Orana	ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์จากผลไม้เพื่อเป็นส่วนผสมสำหรับ เครื่องดื่ม เบเกอรี่ ขนมหวานและผลิตภัณฑ์นม เช่น แยมผลไม้สำหรับสอดไส้ขนมอบ (Bake Stable Jam) ผลไม้กวนสำหรับสอดไส้และแต่งหน้าขนม (Fruit Filling) เนื้อผลไม้สำเร็จรูป (Fruit Crush) น้ำผลไม้ผสมชนิดเข้มข้น (Fruit Compound) น้ำเชื่อมรสผลไม้ (Syrup) เจลเคลือบหน้าขนม (Glazing)
Osterberg	

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

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาตราสินค้าของบริษัทฯ ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหาร ที่ใช้ในการแปรรูปอาหารและสารผสม (Premix) ได้แก่ ตราสินค้า “Panda Kid”, “Bamboo Tree”, “BAKETEX”, “WINGUM”, “WINSOFT”, “WINPHOS”, “แป๊ะยิ้ม”, “ไบเฟิร์นเขียว”, “ไบเฟิร์นแดง” และ “WINNER” ซึ่งตราสินค้าดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเอง และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำเข้าจากต่างประเทศแต่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสินค้าของบริษัทฯ เอง โดยผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าบริษัทฯ นั้นพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะและมีมาตรฐานการผลิตที่เป็นที่เชื่อถือและสามารถตรวจสอบได้

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### (ก) นโยบายการแข่งขันและจำหน่ายผลิตภัณฑ์

จากการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในการจัดหา คัดสรรวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลายาวนาน บริษัทฯ จึงได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าอย่างกว้างขวางว่า เป็นหนึ่งในผู้นำเข้า ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน ทั้งในด้านความหลากหลายและความครบวงจรของผลิตภัณฑ์ รวมถึงระบบบริหารจัดการที่เป็นระบบ

บริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบการบริหารคุณภาพ ISO 9001:2008 และได้รับการรับรองระบบการผลิตจากการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายรักษาความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะลูกค้าและคู่ค้าของบริษัทฯ และมีกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อรักษฐานลูกค้าเดิม เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

#### 1) การคัดสรรเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับโลกอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการจัดหาวัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารที่ใช้ในการแปรรูปอาหารมานานกว่า 30 ปี ทำให้บริษัทฯ มีข้อมูลของผู้ผลิตและแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐานการผลิตทั่วทุกมุมโลก โดยบริษัทฯ จะทำการคัดเลือกผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีในการผลิตเป็นของตนเองและมีมาตรฐานการผลิตเป็นที่ยอมรับ รวมถึงมีความเชี่ยวชาญในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากบริษัทฯ จำเป็นต้องได้รับข้อมูลสนับสนุนด้านเทคนิคจากฝ่ายวิจัยและพัฒนาของผู้ผลิต เพื่อสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าในการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ไปใช้ในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในขณะเดียวกัน จากความได้เปรียบด้านความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์อาหาร บริษัทฯ มินโยบายให้ความสำคัญกับการดูแลลูกค้า เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วยการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และราคาสอดคล้องตรงกับความต้องการ หรือจัดหาสินค้าอื่นเพื่อทดแทนวัตถุดิบหรือส่วนผสมอื่นที่จะเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ของลูกค้าให้มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนด และบริการให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า โดยการนำเสนอเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร รวมทั้งมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มความหลากหลายของสินค้า

## 2) การตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก

จากการที่บริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับได้ บริษัทฯ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ผลิตอาหารระดับอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะต้องผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานการควบคุมความปลอดภัยของแต่ละประเทศปลายทาง เช่น การส่งออกสินค้าไปยังทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฯลฯ ซึ่งลูกค้าอุตสาหกรรมกลุ่มนี้จำเป็นต้องมีเอกสารรับรองคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเพื่อใช้เป็นเอกสารอ้างอิงประกอบการส่งออกสินค้าของลูกค้า อาทิ หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) ใบรับรองผลการวิเคราะห์คุณภาพสินค้า (Certificate of Analysis: COA) ใบรับรองระบบคุณภาพและมาตรฐานการผลิต เช่น ISO GMP HACCP HALAL KOSHER เอกสารรับรองความปลอดภัยของสินค้า (MSDS – Material Safety Data Sheet) เป็นต้น

## 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์สารผสม (Premix) ให้กับลูกค้า

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

## 4) รับจ้างผลิตและแบ่งบรรจุสินค้า

บริษัทฯ ได้ขยายกำลังการผลิตโดยซื้อเครื่องจักรและเครื่องบรรจุผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อรองรับงานด้านการรับจ้างผลิตสารผสมประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องตีผสม ประเภทชา กาแฟหรือผงปรุงรสและแบ่งผสมต่างๆ รวมทั้งการแบ่งบรรจุผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลายขนาด โดยมีแผนทั้งในส่วนการรับจ้างแบ่งบรรจุตามความต้องการของลูกค้า และการแบ่งบรรจุสินค้าที่บริษัทฯ นำเข้าและผลิตเอง โดยการแบ่งบรรจุสินค้านี้ดังกล่าวเพื่อขยายและกระจายสินค้าไปยังช่องทางและกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น

## 5) รักษา และมุ่งสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับลูกค้าของบริษัทฯ โดยมุ่งสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ด้วยการให้บริการให้คำปรึกษาด้านเทคนิคแก่ลูกค้าและดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด ซึ่งฝ่ายขายของบริษัทฯ จะมีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีอาหาร เป็นผู้ที่มีหน้าที่ติดต่อกับลูกค้า เพื่อทราบถึงความต้องการของลูกค้า และจัดหาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังให้คำแนะนำด้านเทคนิคแก่ลูกค้าในด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์ และร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังแสวงหาผลิตภัณฑ์ทดแทนให้กับลูกค้าเพื่อปรับปรุงคุณภาพสินค้าและลดต้นทุนให้กับลูกค้าอีกด้วย

## 6) ขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังช่องทางผู้ให้บริการอาหารและผู้บริโภค

บริษัทฯ ได้วางแผนขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดเจน เช่น ลูกค้ากลุ่มผู้ให้บริการอาหาร (Food Services) โดยมุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มโรงแรม ร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ทั้งในลักษณะร้านอาหารเต็มรูปแบบ ร้านอาหารที่มีลักษณะเชน (Chain Restaurant) และผู้ให้บริการด้านอาหาร (Catering)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังแผนกเบเกอรี่ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ อาทิ ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีช่องทางการกระจายสินค้าเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของสาขาร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และมีช่องทางการจำหน่ายกระจายอยู่ทั่วประเทศ สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค บริษัทฯ วางแผนขยายช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ ที่บริษัทฯ ยังไม่เคยวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในช่องทางการจำหน่ายดังกล่าว เช่น ร้านสะดวกซื้อ มินิมาร์ท เพื่อให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและกว้างขวางมากขึ้น

## 7) สร้างตราสินค้าของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคให้เป็นที่รู้จัก

บริษัทฯ จัดให้มีกิจกรรมทางการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดอีเวนต์ของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคแต่ละประเภท นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใช้สื่อออนไลน์เพื่อสร้างความรับรู้ในตราสินค้า โดยเฉพาะกลุ่มขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่มและน้ำผลไม้เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มากขึ้น

### • ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายมีความหลากหลายตั้งแต่วัตถุดิบ ส่วนผสม เคมีภัณฑ์อาหาร สารปรุงแต่ง ทั้งนี้ เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งในการแปรรูปอาหาร ตลอดจนเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคปลายทาง ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมทั่วถึง ตั้งแต่ลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม ลูกค้าผู้ที่ให้บริการทางด้านอาหาร ผู้บริโภค และลูกค้าผู้บริโภครายย่อย ดังนี้

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

ลูกค้าผู้ที่ให้บริการทางด้านอาหาร (Food service) เป็นกลุ่มลูกค้าที่นำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปใช้เองโดยตรง และผ่านกระบวนการผลิตเพื่อได้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน เช่น โรงแรม สายการบิน ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการอาหาร (Catering) ภัตตาคาร ร้านอาหาร และร้านเบเกอรี่ที่มีลักษณะเช่น

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

### • ช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มลูกค้า ได้แก่ ช่องทางการจำหน่ายแก่ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเบเกอรี่ (Industry) ช่องทางการจำหน่ายแก่ผู้ให้บริการด้านอาหาร (Food service/HeRoCa) เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และร้านเบเกอรี่ในลักษณะเช่น และช่องทางการค้าปลีกไปยังผู้บริโภค โดยจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และร้านให้บริการด้านอาหารของบริษัทฯ ดังนี้

#### 1) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหาร (Industry)

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

ตนเอง และผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคทั่วไป และ/หรือส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ ซึ่งการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายนี้ บริษัทฯ มีทีมงานขายที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์อาหารและเทคโนโลยีอาหารโดยเฉพาะ เพื่อให้บริการและให้คำแนะนำทางเทคนิคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อีกทั้งยังร่วมกับลูกค้าเพื่อสรรหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของลูกค้า

## 2) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ให้บริการด้านอาหาร (Food Service)

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรงให้กับผู้ให้บริการด้านอาหาร ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร ผู้ให้บริการด้านอาหาร (Catering) ร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ในลักษณะเช่น ร้านเบเกอรี่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด และแผนกเบเกอรี่ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยผู้ประกอบการดังกล่าวจะนำผลิตภัณฑ์ ของบริษัทฯ ไปผลิตเป็นอาหารพร้อมทานและเบเกอรี่ เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคต่อไป

## 3) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคช่องทางการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Modern Trade and Traditional Trade)

บริษัทฯ วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต สยามพารากอน เอ็มโพเรียม เดอะมอลล์ แม็คโคร เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี ฟู้ดแลนด์ วิลล่า แฟมิลีมาร์ท และผ่านร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) เช่น ผู้ขายส่งหรือยี่ปั้ว ร้านขายส่งสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเบเกอรี่ รวมกว่า 3,000 สาขา ซึ่งช่องทางดังกล่าวได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในประเทศไทย ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยมุ่งเน้นลูกค้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จังหวัดใหญ่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และจังหวัดที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูง

สำหรับการจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกดั้งเดิม กรรมสิทธิ์ในสินค้าจะถูกโอนไปยังร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกดั้งเดิมทันทีที่บริษัทฯ ส่งมอบสินค้า ซึ่งหากเกิดความเสียหายในสินค้าภายหลังส่งมอบสินค้า บริษัทฯ ไม่มีภาระความรับผิดชอบในมูลค่าของสินค้าดังกล่าว ทั้งนี้ บริษัทฯ จะพิจารณารับคืนสินค้าในบางกรณี อาทิ รับคืนสินค้าเฉพาะสินค้าที่อายุสินค้าน้อยกว่า 3 เดือน เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้าของบริษัทฯ และเป็นการรักษาภาพพจน์ของตราสินค้าและภาพพจน์บริษัทฯ ในฐานะผู้นำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่าย

## (ข) ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

เศรษฐกิจไทยในช่วงปี 2558 อยู่ในช่วงชะลอตัวอันเนื่องมาจากปัจจัยหลายๆ ด้าน ถึงแม้ว่าภาพรวมทางด้านการเมืองจะดีขึ้นกว่าปีก่อนหน้า แต่ทางด้านเศรษฐกิจกลับฟื้นตัวได้ไม่มากนัก โดยเฉพาะภาคการส่งออกที่ยังคงลดลงตามภาวะเศรษฐกิจโลก และปัจจัยราคาสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลกที่หดตัวสูง กอปรกับการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและตลาดการเงินโลกจากแนวโน้มการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและอาเซียน อีกทั้งเหตุการณ์วาระเปิด ณ สีแยกราชประสงค์ กรุงเทพฯ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาคการท่องเที่ยว ส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารได้รับผลกระทบไปในทิศทางเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ความต้องการสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารยังคงเติบโตได้ เนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่

สำหรับในปี 2559 คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมอาหารจะมีแนวโน้มเติบโตได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีปัจจัยบวกที่มาช่วยกระตุ้นหลายปัจจัย เช่น สถานการณ์ทางการเมืองที่มีเสถียรภาพมากขึ้น นโยบายการเงินที่ผ่อนคลายอย่างต่อเนื่องซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ การใช้จ่ายลงทุนของภาครัฐที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับภาคธุรกิจและสนับสนุนให้เกิดการลงทุนของเอกชนในโครงการที่เกี่ยวข้องได้ รวมทั้งนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเปิดเสรีการค้าอาเซียน (AEC)

ในด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรม สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ตามประเภทผลิตภัณฑ์ของบริษัทดังนี้

#### 1) ผลิตภัณฑ์กลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์เพื่ออุตสาหกรรม

ลูกค้าหลักของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้คือโรงงานอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป บะหมี่ ก๋วยเตี๋ยว วุ้นเส้น น้ำผลไม้ เครื่องดื่ม อาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง เบเกอรี่ และอื่นๆ บริษัทฯ จึงมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพอย่างหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ ได้อย่างครอบคลุม ปัจจุบัน บริษัทฯ มีคู่แข่งหลักที่สามารถนำเข้าสินค้าทดแทนสินค้าของบริษัทฯ ได้ประมาณ 3-5 ราย/สินค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและขยายฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง จากการดำเนินกลยุทธ์ทางการแข่งขันในด้านของคุณภาพสินค้าที่มีมาตรฐานรับรองการผลิตในระดับสากล เป็นที่ยอมรับระดับโลก ความต่อเนื่องในการป้อนสินค้าให้ลูกค้า ตลอดจนการรักษาและมุ่งสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

#### 2) ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค

ผลิตภัณฑ์นำเข้าของบริษัทฯ มีคุณภาพระดับพรีเมียมโดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลักผ่าน 2 ช่องทาง ได้แก่ ห้างค้าปลีกโมเดิร์นเทรดและห้างค้าปลีกดั้งเดิมกว่า 3,000 แห่งทั่วประเทศ และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรงให้แก่ผู้ให้บริการด้านอาหาร มากกว่า 1,200 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งคู่แข่งในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันนี้ ส่วนมากจะเน้นการขายสินค้าผ่านห้างค้าปลีกโมเดิร์นเทรดเพียงช่องทางเดียว จากการที่บริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มนี้ผ่านทั้ง 2 ช่องทางดังกล่าวข้างต้น ทำให้บริษัทฯ มีศักยภาพในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง เนื่องจากบริษัทฯ สามารถเพิ่มปริมาณการขายผ่านช่องทางการระบายสินค้าไปยังกลุ่มผู้ให้บริการด้านอาหารอีกช่องทางหนึ่ง

ด้านการแข่งขันในช่องทางโมเดิร์นเทรด บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมการตลาด ณ จุดขายในรูปแบบของ โปรโมชั่นต่างๆ เช่น การลดราคา การตั้งกองจัดขึ้นโชว์พิเศษ การสาธิตและแจกชิม การแถมของพรีเมียม ซึ่งบริษัทฯ เน้นทำกิจกรรมต่างๆ ให้เหมาะสมกับแต่ละแบรนด์สินค้า รวมไปถึงการออกสื่อประชาสัมพันธ์และอื่นๆ เพื่อสร้างการรับรู้ตราสินค้า และกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง

ด้านการแข่งขันในช่องทางผู้ให้บริการอาหาร ลูกค้ากลุ่มนี้มีจำนวนมากและมีความต้องการสินค้าหลายชนิด มีความถี่การสั่งซื้อสูงแต่ปริมาณการสั่งซื้อครั้งไม่มาก พนักงานขายของบริษัทฯ จึงต้องติดตามงานอย่างใกล้ชิดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงเน้นกลยุทธ์การจัดหาสินค้าให้มีความหลากหลายและการบริการที่รวดเร็ว รวมถึงบริการพัฒนาผลิตภัณฑ์สารผสม (Premix) ให้กับลูกค้า เพื่อให้ตรงตามความต้องการและช่วยลดต้นทุนการผลิตให้แก่ลูกค้าอีกด้วย นอกจากนี้ ในปี 2558 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้จัดตั้งหน่วยงานที่ปรึกษาทางเทคนิค ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความชำนาญในการแนะนำการใช้สินค้า ผ่านรูปแบบการทำสาธิตและการจัดสัมมนาให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าและสามารถนำสินค้าไปใช้ได้ตรงกับความต้องการมากยิ่งขึ้น

### 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเป็นผู้นำเข้าและผลิต วัตถุดิบ ส่วนผสม เคมีภัณฑ์อาหาร และสารเติมแต่งคุณสมบัติของอาหาร ตลอดจนผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทย ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 92.1 ของยอดซื้อรวมในปี 2558 และ ยอดการสั่งซื้อสินค้าในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 7.9 ของยอดซื้อรวมในปี 2558

บริษัทฯ มีสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าและวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ และผู้จัดจำหน่ายในประเทศ ดังนี้



มูลค่าซื้อสินค้าและ วัตถุดิบ	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ต่างประเทศ	905.8	91.4	936.4	90.8	983.3	92.1
ในประเทศ	84.9	8.6	94.4	9.2	84.9	7.9
รวมมูลค่าซื้อ	990.7	100.0	1,030.8	100.0	1,068.2	100.0

ในปี 2558 บริษัทฯ มีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 10 รายแรกของบริษัทฯ คิดเป็นสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 74.5 ของมูลค่าสั่งซื้อทั้งหมด โดยมีการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ที่มีสัดส่วนการสั่งซื้อเกินกว่าร้อยละ 10 จำนวน 2 ราย ซึ่งบริษัทฯ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวมาเป็นระยะเวลายาวนาน จึงมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวมาโดยตลอด

#### (ก) การนำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายประมาณร้อยละ 92 ของรายได้จากการจัดจำหน่ายรวมในปี 2558 เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งในการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายแต่ละราย บริษัทฯ จะพิจารณาจากผู้ผลิตที่จำหน่ายวัตถุดิบส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารที่มีคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งในด้านคุณภาพและราคาเป็นหลัก เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายจะมีแหล่งกำเนิดของวัตถุดิบที่แตกต่างกัน ทำให้วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารของผู้ผลิตแต่ละรายมีคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ทั้งนี้ ในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งต้องมีใบรับรองคุณภาพจากผู้ผลิตและมีเอกสารระบุรายละเอียดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน เนื่องจากลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหาร โดยเฉพาะผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหารเพื่อการส่งออกจำเป็นต้องทราบแหล่งกำเนิด คุณภาพและมาตรฐาน และรายละเอียดคุณสมบัติของวัตถุดิบที่ชัดเจนก่อนที่นำไปผลิต และยังใช้เอกสารดังกล่าวเป็นเอกสารอ้างอิงสำหรับการส่งออก

#### (ข) การผลิตสินค้าภายใต้สายการผลิตของบริษัทฯ เพื่อจำหน่าย

โรงงานที่ใช้ดำเนินการผลิตของบริษัทฯ ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน พื้นที่รวม 5 ไร่ 3 งาน 76 ตารางวา มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 4,700 ตารางเมตร สินค้าที่บริษัทฯ ผลิตด้วยสายการผลิตของบริษัทฯ เพื่อจัดจำหน่าย ประกอบด้วยส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหารและเบเกอรี่ (Food Ingredient) สารเติมแต่งอาหารและสารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) และสารผสม (Premix) ได้แก่ น้ำตาลไอซิ่ง น้ำตาลเคลือบ น้ำตาลที่ใช้ในอุตสาหกรรม ผงฟู และสารให้ความคงตัว ซึ่งการผลิตสินค้ากลุ่มนี้เป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายทั่วไป และผลิตตามคำสั่งของลูกค้าโดยเฉพาะ (Made to Order)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีสายการผลิตเพื่อแบ่งบรรจุผลิตภัณฑ์ให้มีขนาดต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการให้เหมาะสมกับการจำหน่ายไปยังผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ (Repackaging) โดยสินค้าที่บริษัทฯ ได้ปรับขนาดของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการแปรรูปอาหารและเบเกอรี่ (Food Ingredient) เช่น ผงโกโก้ เครื่องเทศ (Spices) ทั้งนี้ บริษัทฯ ผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์ขนาดต่างๆ เพื่อจัดจำหน่ายโดยตรง และรับจ้างแบ่งบรรจุให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ

สำหรับวัตถุดิบหลักที่บริษัทฯ ใช้ผลิตผลิตภัณฑ์กลุ่มสารเติมแต่งอาหารและสารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) และสารผสมล่วงหน้า (Premix) เช่น น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ แป้งมันสำปะหลัง แป้งข้าวโพด นั้น บริษัทฯ ได้สั่งซื้อจากตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตภายในประเทศ

## 1) กำลังการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิต

ปริมาณกำลังการผลิตสูงสุดในปี 2558 เท่ากับ 6,548 ตันต่อปี เพิ่มขึ้นจากปี 2557 จำนวน 438 ตัน ในขณะที่ปริมาณการผลิตจริงเท่ากับ 3,624 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 เท่ากับ 119 ตัน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีกำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการใช้กำลังการผลิตในระหว่างปี 2555 ถึงปี 2558 โดยมีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
กำลังการผลิตสูงสุด <sup>1/</sup> ตันต่อปี	4,305	5,673 <sup>2/</sup>	6,110	6,548
ปริมาณการผลิตจริง ตันต่อปี	3,472	3,334	3,505	3,624
อัตราการใช้กำลังการผลิต ร้อยละ	80.7	58.8	57.4	55.3



หมายเหตุ : <sup>1/</sup> กำลังการผลิตสูงสุด คำนวณจากจำนวนชั่วโมงในการทำงานปกติ 6.5 ชั่วโมงต่อวัน (ซึ่งเป็นชั่วโมงที่ใช้ในการผลิตจริง ที่ได้หักเวลาที่ใช้ในการเตรียมและล้างเครื่องเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้ง) และมีจำนวนวันทำงาน 262 วันต่อปี

<sup>2/</sup> เนื่องจากอาคารผลิตแห่งเดิมมีพื้นที่จำกัด ส่งผลให้สายการผลิตสินค้าของบริษัทมี Bottleneck ในบางขั้นตอน ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงสายการผลิตดังกล่าวในอาคารผลิตแห่งใหม่เพื่อลด Bottleneck ในกระบวนการผลิตดังกล่าว จึงส่งผลให้บริษัทฯ มีกำลังการผลิตสูงสุดเพิ่มขึ้นเป็น 5,673 ตันต่อปี ในปี 2556

## 2) ระบบคุณภาพและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีมาตรการในการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอย่างเข้มงวด โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานประกันคุณภาพที่จะตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบตั้งแต่ต้นทาง เริ่มจากขั้นตอนรับวัตถุดิบเก็บเข้าคลังสินค้า เพื่อเตรียมการผลิต ตรวจสอบวัตถุดิบก่อนที่จะนำไปผลิต จนถึงตรวจสอบผลิตภัณฑ์ภายหลังการผลิตก่อนนำมาบรรจุเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ซึ่งการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพที่เข้มงวดนั้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน สะอาด และปลอดภัย

บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมด้านการพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัย อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริษัทฯ มีระบบคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัยที่ได้รับการยอมรับ ในระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันต่างๆ ดังนี้

รายละเอียด		2555	2556	2557	2558
มาตรฐานการทำงาน/มาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ (Quality Management System) ISO 9001:2008 ขององค์การนานาชาติด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization - ISO) รับรองโดย SGS (Thailand) Ltd.. (“SGS”)		✓	✓	✓	✓
มาตรฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร จาก BSI GROUP (THAILAND) CO., LTD - ระบบมาตรฐานวิธีการที่ดีในการผลิต เป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่193) พ.ศ.2543 เรื่อง วิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษา (GMP)		✓	✓	✓	✓
มาตรฐาน “ฮาลาล” (HAL-Q) – ระบบบริหารจัดการเพื่อการจัดเตรียมอาหารฮาลาลปลอดภัยจากศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย			✓	✓	✓
มาตรฐาน “ฮาลาล” จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำตาลไอซิ่ง, น้ำตาลบด, เกล็ดช็อกโกแลต, น้ำตาลโตนด, ผงฟู, เบคกิ้งโซดา, วินซอฟท์ วินกัม แป้งสำเร็จรูปสำหรับทำแพนเค้ก และแป้งทอดกรอบ				✓	✓



นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้ตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้วยการจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของนิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน ซึ่งในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ผลการตรวจวัดเป็นไปตามเกณฑ์ของนิคมฯ ดังต่อไปนี้

ตารางรายงานผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำเสียในสถานประกอบการ

ลำดับ	วันที่รายงานผล	สถานที่เก็บตัวอย่าง	พารามิเตอร์	วิธีการวิเคราะห์	วิเคราะห์โดย	ผลวิเคราะห์	หน่วยวัด	มาตรฐาน*	ผลเปรียบเทียบ
1	12 พฤษภาคม 2554	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	59	mg/l	500	ผ่าน
2	21 กรกฎาคม 2554	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	56	mg/l	500	ผ่าน
3	23 พฤศจิกายน 2555	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	176	mg/l	500	ผ่าน
4	18 มิถุนายน 2556	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	70	mg/l	500	ผ่าน
5	14 กรกฎาคม 2556	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	153	mg/l	500	ผ่าน
6	14 ตุลาคม 2556	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	46	mg/l	500	ผ่าน
7	21 พฤศจิกายน 2556	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	4	mg/l	500	ผ่าน
8	20 กุมภาพันธ์ 2557	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	4	mg/l	500	ผ่าน
9	22 เมษายน 2557	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	10	mg/l	500	ผ่าน
10	18 สิงหาคม 2557	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	5	mg/l	500	ผ่าน
11	22 ธันวาคม 2557	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	2	mg/l	500	ผ่าน
12	17 กุมภาพันธ์ 2558	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	42	mg/l	500	ผ่าน
13	15 มิถุนายน 2558	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	19	mg/l	500	ผ่าน
14	26 ตุลาคม 2558	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บริษัท แอนาไลติกคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส จำกัด	0	mg/l	500	ผ่าน

\*มาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งจากโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรม ประกาศการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย 78/2554 เรื่อง หลักเกณฑ์ทั่วไปในการระบายน้ำเสียเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางในนิคมอุตสาหกรรม

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### 3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

- **ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันรุนแรง**

ธุรกิจนำเข้า จัดจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อโภชนาการ มีคู่แข่งจำนวนมาก ทั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้าจากต่างประเทศและผู้ผลิตในประเทศ ประกอบกับสินค้าที่จัดจำหน่ายบางประเภทไม่มีความแตกต่างในคุณลักษณะของสินค้าอย่างเป็นนัยสำคัญ ทำให้มีสินค้าทดแทนได้ง่าย จึงส่งผลให้ธุรกิจมีการแข่งขันในด้านราคาสูง โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม ซึ่งการแข่งขันที่รุนแรงดังกล่าวอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาในธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ คาดว่าจะมีความเสี่ยงดังกล่าวไม่มากนัก เนื่องจากบริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียง มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารในรูปแบบต่างๆ อาทิ ใบรับรองคุณภาพสินค้า ใบรับรองแหล่งกำเนิดของสินค้า รวมถึงการให้บริการคำปรึกษาด้านเทคนิคเกี่ยวกับการใช้สินค้าจากประสบการณ์ของผู้บริหารที่ดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลามากกว่า 30 ปี และทีมพนักงานขายที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีอาหารโดยเฉพาะ ทำให้บริษัทฯ เข้าใจความต้องการของลูกค้าผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปเป็นอย่างดี และบริษัทฯ ยังมีความเชี่ยวชาญในการคัดสรรสินค้า และจัดหาสินค้าทดแทนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอีกด้วย

- **ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของราคาและปริมาณผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากสินค้าเกษตรที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย**

สินค้าเกษตรแปรรูปอาจมีความผันผวนของราคาสินค้าไปตามความต้องการซื้อขายของสินค้าเกษตรในตลาดโลก รวมทั้งปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ในแต่ละปีอาจมีปริมาณไม่คงที่ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศในพื้นที่นั้นๆ หากปริมาณผลผลิตสินค้าเกษตรมีจำกัด อาจส่งผลให้ราคาสินค้าเกษตรปรับตัวสูงขึ้นหรือเปลี่ยนแปลงไป หรืออาจทำให้บริษัทฯ ได้รับการจัดสรรสินค้าจากผู้ผลิตในปริมาณที่จำกัด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสินค้าเกษตรที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งซึ่งแปรรูปมาจากข้าวสาลี มันฝรั่ง และข้าวโพด ผลิตภัณฑ์กลุ่มโกโก้ ผลิตภัณฑ์กลุ่มมาการีนและเนยขาว และผลิตภัณฑ์ไขมัน โดยในปี 2558 บริษัทฯ ได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปมาจากสินค้าเกษตร คิดเป็นร้อยละ 24 ของรายได้จากการขาย และผลิตภัณฑ์ที่มีรายได้จากการจำหน่ายสูงสุดในกลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูป คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งมันฝรั่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.3 ของรายได้จากการขายทั้งหมด รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งสาลี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6 ของรายได้จากการขายทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ นำเข้าสินค้าเกษตรแปรรูปจากผู้ผลิตในต่างประเทศซึ่งดำเนินการแปรรูปสินค้าเกษตรเป็นสินค้าสำเร็จรูป ผู้ผลิตในต่างประเทศดังกล่าวจึงมีการป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบโดยการทำสัญญาซื้อขายสินค้าเกษตร เช่น ข้าวสาลี ล่วงหน้าไว้แล้วระดับหนึ่ง ผู้ผลิตจะเสนอราคาแบ่งให้กับบริษัทฯ ล่วงหน้าเป็นรายไตรมาส และคงราคาเสนอขายให้กับบริษัทฯ อย่างน้อยสามเดือน หากผู้ผลิตประสงค์จะปรับราคาสินค้า ทางผู้ผลิตจะต้องแจ้งให้บริษัทฯ ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 1 รอบของการสั่งซื้อ บริษัทฯ จึงมีช่วงเวลาในการปรับราคาสินค้าในแต่ละครั้ง (Grace period) โดยอาจจะยื่นราคาสินค้าให้กับลูกค้าอย่างน้อย 1 รอบของการสั่งซื้อ ก่อนที่จะปรับราคาตามราคาตลาดที่แท้จริง เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ประกอบกับลักษณะการจัดหาหรือการสั่งซื้อสินค้าเกษตรแปรรูป รวมทั้งแป้งสาลีและแป้งมันฝรั่ง จะเป็นการจับคู่ระหว่างคำสั่งซื้อของลูกค้ากับการเสนอซื้อสินค้าของบริษัทฯ จากผู้ผลิต ซึ่งเป็นปกติของธุรกิจที่มีลักษณะเป็นตัวแทนการจัดจำหน่ายสินค้า ทำให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคาสินค้าในตลาดโลกลดลง โดยในปี 2558 นี้บริษัทมีการจับคู่การสั่งซื้อคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.6 ของรายได้จากการขายสินค้าเกษตรแปรรูปทั้งหมด

นอกจากนี้ ผู้บริหารของบริษัทฯ มีประสบการณ์ในการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปมากกว่า 30 ปี ประกอบกับมีการบริหารความเสี่ยงโดยฝ่ายขายสินค้าอุตสาหกรรมที่คอยติดตามความเคลื่อนไหวของแนวโน้มราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง เช่น ข้าวสาลี มันฝรั่ง ถั่ว ข้าวโพด เมล็ดโกโก้ อีกทั้งยังสอบถามสถานการณ์ตลาดจากลูกค้าและผู้ผลิตเป็นระยะ โดยผู้ผลิตแต่ละรายที่บริษัทฯ นำเข้าสินค้าจะแจ้งความเคลื่อนไหวของราคาผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปสินค้าเกษตรทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลง จากนั้นฝ่ายขายอุตสาหกรรมจะนำข้อมูลจากผู้ผลิตมาตรวจสอบความสอดคล้องกับภาวะตลาดในประเทศและแจ้งกลับไปยังผู้ผลิตเพื่อเจรจาต่อรองหรือร่วมกันกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้บริษัทฯ ทราบถึงแนวโน้มทั้งด้านราคาและปริมาณในอนาคตเป็นอย่างดี ในกรณีที่ราคามีแนวโน้มสูงขึ้น บริษัทฯ จะดำเนินการวางแผนการสั่งซื้อให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของลูกค้า โดยจัดทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าเพื่อกำหนดราคาและปริมาณการสั่งซื้อสินค้ากับผู้ผลิตและลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทฯ พร้อมปรับกลยุทธ์ราคาให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ โดยยังรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และในกรณีที่บริษัทฯ ได้รับการจัดสรรสินค้าดังกล่าวในปริมาณที่จำกัด บริษัทฯ อาจจัดหาผลิตภัณฑ์อื่นๆทดแทนความต้องการของลูกค้าเพื่อลดผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความไม่แน่นอนของราคาและปริมาณของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ บริษัทฯ จึงมีนโยบายกระจายความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนดังกล่าวด้วยการเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคให้สูงขึ้น ซึ่งเป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายอื่น โดยใน ปี 2558 บริษัทฯ มีสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าในกลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม เท่ากับร้อยละ 41.2 และกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค เท่ากับร้อยละ 58.8

- **ความเสี่ยงจากการความไม่แน่นอนของต้นทุนการนำเข้าผลิตภัณฑ์**

ในปี 2558 บริษัทฯ นำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายประมาณร้อยละ 92.1 ของมูลค่าสั่งซื้อทั้งหมดของบริษัทฯ บริษัทฯ ใช้การขนส่งทางเรือเป็นหลัก เพื่อนำเข้าผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ ซึ่งค่าขนส่งดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนขายของผลิตภัณฑ์ โดยที่การเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าระวางเรือในการขนส่งจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับราคาน้ำมันในตลาดโลก หากราคาน้ำมันปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลให้อัตราค่าระวางเรือปรับเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน ในขณะเดียวกัน หากราคาน้ำมันปรับตัวลดลงก็อาจส่งผลให้อัตราค่าระวางเรือต่ำลงได้ การเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าขนส่งจึงส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายของบริษัทฯ และอาจมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการต้นทุนค่าระวางเรือ โดยเลือกใช้บริการจากสายเรือหรือตัวแทนสายเรือ (Freight Forwarder) ที่หลากหลาย ซึ่งจะทำให้สามารถเปรียบเทียบและต่อรองเพื่อให้ได้อัตราค่าระวางเรือที่ดีที่สุด นอกจากนี้ ในกรณีที่ต้องจัดซื้อค่าระวางเรือสำหรับสินค้าหลักที่มีปริมาณและความถี่ในการนำเข้าสูง บริษัทฯ จะต่อรองขอให้สายเรือ หรือตัวแทนสายเรือยื่นอัตราค่าระวางเรืออย่างน้อย 3 เดือน เพื่อลดความผันผวนของต้นทุนในส่วนนี้ โดยในปี 2558 บริษัทฯ มีอัตราค่าระวางเรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5

- **ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญาตัวแทนจำหน่าย หรือ ผู้ผลิตในต่างประเทศแต่งตั้งตัวแทนอื่นจัดจำหน่ายในประเทศไทย**

บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายของผลิตภัณฑ์วัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม เช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งมันฝรั่ง สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติอาหาร และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค เช่น ขนมขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบอาหารและเบเกอรี่ ฯลฯ โดยรูปแบบของสัญญาเป็นทั้งตัวแทนจำหน่ายเพียงรายเดียวในประเทศไทย และเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ มีอายุสัญญา 1-5 ปี ภายหลังจากครบกำหนดอายุสัญญา สัญญาดังกล่าวจะได้รับการต่ออายุโดยอัตโนมัติจนกว่าคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะมีหนังสือยกเลิกสัญญา

เป็นลายลักษณ์อักษร ในกรณีที่บริษัทฯ ไม่ได้รับการต่อสัญญา หรือผู้ผลิตต่างประเทศแต่งตั้งตัวแทนอื่นจัดจำหน่ายในประเทศไทย จะทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเพื่อจัดจำหน่าย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

ในปี 2558 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในกลุ่มสินค้าที่บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 57.2 ของรายได้จากการขายทั้งหมด ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ เชื่อมั่นว่า บริษัทฯ ประกอบธุรกิจร่วมกับคู่ค้าผู้ให้สิทธิการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่บริษัทฯ โดยส่วนใหญ่มานานมากกว่า 10 ปี และตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับคู่ค้ามาโดยตลอดซึ่งบริษัทฯ สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขการค้าที่ตกลงในสัญญา และสามารถสร้างยอดขายสินค้าที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้รับความไว้วางใจจากคู่ค้าในการต่ออายุสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์มาโดยตลอด ผู้บริหารจึงเชื่อมั่นว่า บริษัทฯ มีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการต่อสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายในระดับต่ำ

ถึงแม้ว่าบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่คู่สัญญาที่เป็นผู้ผลิตสินค้าจะเข้ามาดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าและทำการตลาดในประเทศไทยด้วยตนเองโดยไม่ผ่านตัวแทนจำหน่าย แต่การดำเนินการดังกล่าว ผู้ผลิตต้องมีต้นทุนจากเงินลงทุนในการสร้างเครือข่ายการจัดจำหน่ายสินค้าและการกระจายสินค้าด้วยตนเอง ทั้งนี้ การจัดจำหน่ายสินค้าประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม ต้องใช้ทักษะความสามารถในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมอย่างมาก เนื่องจากการแข่งขันที่สูง และการกระจายตัวของลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมและลูกค้ากลุ่มผู้ให้บริการด้านอาหารที่มีอยู่ทั่วประเทศ หรือแม้แต่ในกลุ่มสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ก็ต้องมีความเชี่ยวชาญในการทำการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคทั่วประเทศเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารเชื่อมั่นว่า ด้วยประสบการณ์และความชำนาญในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม และความสามารถในการจัดหาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคจากผู้ผลิตหลายแห่งทั่วโลก บริษัทฯ สามารถหาผลิตภัณฑ์อื่นๆ มาทดแทนผู้ผลิตรายเดิมได้ หากมีการเปลี่ยนแปลงในการต่ออายุสัญญาตัวแทนฯ โดยสามารถดำเนินการได้ทันกับระยะเวลาที่บริษัทฯ จะต้องส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า เนื่องจากการยกเลิกสัญญาตัวแทนจำหน่ายในแต่ละฉบับ ผู้ให้สิทธิการเป็นตัวแทนจำหน่ายจะต้องส่งหนังสือยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 3-6 เดือน โดยที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยถูกยกเลิกสัญญาการให้สิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิตแม้แต่รายเดียว

ทั้งนี้ ในปี 2558 บริษัทฯ สั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศทั้งหมดประมาณ 67 ราย โดยสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศรายใหญ่รายหนึ่งมีสัดส่วนมูลค่าสั่งซื้อร้อยละ 24.7 ซึ่งผู้ผลิตในต่างประเทศรายใหญ่นี้ดังกล่าว บริษัทฯ ได้สิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าปริมาณการสั่งซื้อดังกล่าวไม่เป็นการกระจุกตัวกับผู้ผลิตในต่างประเทศรายใดรายหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญ และในปี 2558 บริษัทฯ ไม่มีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตต่างประเทศรายใดเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดสั่งซื้อรวมในปีนั้นๆ

- **ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าของบริษัทฯ อาจติดต่อซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยตรง**

บริษัทฯ มีลักษณะการประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้านำเข้าเป็นหลัก ซึ่งรายได้หลักของการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้านำเข้า คือ รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีรายได้อื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ รายได้ค่านายหน้า ซึ่งเป็นรายได้ที่เกิดจากลูกค้ากลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมบางรายของบริษัทฯ ที่มีปริมาณคำสั่งซื้อสูง ติดต่อซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยตรง เพื่อที่ลูกค้าสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและควบคุมอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้วยตนเอง โดยบริษัทฯ จะทำหน้าที่ให้บริการและประสานงานด้านเอกสารทั้งหมด รวมทั้งติดตามการนำเข้า (Shipment) สินค้าดังกล่าว เช่น การติดตามการนำสินค้าลงเรือ การติดตามสายการบินเรือที่นำเข้ามาสินค้าของลูกค้ามายังประเทศไทย รวมถึงแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการนำเข้าสินค้าจนกระทั่งส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า แต่เนื่องจากบริษัทฯ ได้รับ



สิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวในประเทศไทยจากผู้ผลิตต่างประเทศในกลุ่มสินค้าดังกล่าว เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าโดยตรงกับผู้ผลิตในต่างประเทศ ผู้ผลิตในต่างประเทศจะต้องจ่ายค่านายหน้าให้กับบริษัทฯ ในฐานะผู้ได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายในสินค้านั้น หากในอนาคตลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ติดต่อซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยตรง อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ได้ เนื่องจากอัตรากำไรจากรายได้ค่านายหน้าต่ำกว่าอัตรากำไรจากการจัดจำหน่ายสินค้า

อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ลูกค้าเลือกที่จะนำเข้าวัตถุดิบโดยตรงจากผู้ผลิตในต่างประเทศเพื่อผลิตนั้น ลูกค้ามีภาระหน้าที่ในฐานะผู้นำเข้าสินค้าอาหารจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งลูกค้าจะต้องดำเนินการขั้นตอนต่างๆ ทั้งการขอขึ้นทะเบียนนำเข้า (“การขอขึ้นทะเบียนกับ อ.ย.”) กับ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) ซึ่งมีขั้นตอนและการเตรียมเอกสารที่ซับซ้อนและใช้ระยะเวลาในการดำเนินการดังกล่าวค่อนข้างนาน อีกทั้งยังต้องดำเนินการเคลียร์สินค้าผ่านพิธีการศุลกากร ซึ่งทั้งขั้นตอนการขอขึ้นทะเบียน อ.ย. และการเดินพิธีการศุลกากรนั้น เป็นงานเฉพาะด้านที่ต้องอาศัยบุคลากรที่มีประสบการณ์และความชำนาญเฉพาะ

การนำเข้าสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตในต่างประเทศที่มีขั้นตอนซับซ้อนดังกล่าวข้างต้นไม่ใช่แนวทางการดำเนินธุรกิจที่ลูกค้ากลุ่มผู้ให้บริการด้านอาหารและลูกค้ากลุ่มห้างค้าปลีกเลือกที่จะดำเนินการ เนื่องจากกระบวนการดังกล่าวมิใช่ธุรกิจหลักของลูกค้าและไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับอัตรากำไรจากการจัดจำหน่ายสินค้านำเข้า บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ยังคงเลือกใช้บริการนำเข้าสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายเป็นหลัก

#### • ความเสี่ยงเกี่ยวกับสินค้าหมดอายุ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทั้งหมดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค ทั้งผลิตภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งเป็นวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์สำหรับการแปรรูปอาหาร และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่ออุปโภคบริโภค สำหรับผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 1-3 ปี คุณภาพของสินค้ามีความสัมพันธ์โดยตรงกับอายุของสินค้า ดังนั้น บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงที่สินค้าจะหมดอายุก่อนที่บริษัทฯ จะสามารถจัดจำหน่ายได้ จึงเป็นเหตุให้บริษัทฯ ต้องดำเนินการตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพและค่าเผื่อสินค้าล้าสมัย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และการจำหน่ายสินค้าที่หมดอายุ อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงของสินค้าหมดอายุที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งทางด้านภาพลักษณ์และความสูญเสียที่เกิดขึ้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับระบบและมาตรการในการควบคุมอายุของผลิตภัณฑ์ก่อนการจัดจำหน่ายและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าแต่ละราย ตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง โดยคำนึงถึงวิธีการบริหารจัดการสินค้าที่แตกต่างกันไปตามแต่ละอายุของผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่มสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคนั้น บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายและระบบการบริหารการหมุนเวียนของสินค้าที่วางจำหน่ายตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกดั้งเดิม โดยให้มีอายุของสินค้าคงเหลือที่วางขายนั้น (Shelf life) มีอายุไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนวันหมดอายุที่ระบุบนสินค้า พร้อมทั้งให้พนักงานส่งเสริมการขาย (PC) สํารวจสินค้าตามร้านค้าต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อควบคุมดูแลสินค้าที่วางจำหน่ายเป็นไปตามนโยบายที่กำหนด

สำหรับสินค้ากลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและระบบการบริหารการหมุนเวียนสินค้าให้สอดคล้องกับระยะเวลาการสั่งซื้อล่วงหน้า (Lead Time) ของแต่ละประเภทสินค้า โดยในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในแต่ละครั้ง ฝ่ายขายจะประมาณการระยะเวลาการนำเข้า และระยะเวลาที่คาดว่าจะขายพร้อมส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีอายุคงเหลือเพียงพอเหมาะสมที่จะนำไปแปรรูปและบริโภคต่อไป รวมทั้งบริษัทฯ มีระบบการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ตามอายุของผลิตภัณฑ์และมีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าตามระบบ First-in First-out (FIFO) โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตก่อนจะถูกขายออกไปก่อน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการตรวจนับผลิตภัณฑ์ พร้อม

ตรวจสอบวันครบกำหนดอายุของผลิตภัณฑ์ทุกเดือน เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่ส่งมอบให้กับลูกค้านั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

ในกรณีที่มีสินค้าอายุเหลือต่ำกว่าร้อยละ 25 ของอายุสินค้าตกค้างอยู่ในสต็อกร้านค้าหรือคลังสินค้า บริษัทฯ มีแนวทางการจัดการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์เพื่ออุตสาหกรรม ฝ่ายขายต้องเร่งระบายสินค้า โดยเสนอราคาพิเศษให้กับลูกค้าเพื่อเคลียร์สต็อกทั้งหมดก่อนผลิตภัณฑ์หมดอายุ
2. ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่ออุปโภคบริโภค บริษัทฯ จะนำสินค้าอายุสั้นมาจัดรายการโปรโมชั่นพิเศษ ณ จุดขายในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการซื้อ 1 แถม 1 การลดราคาพิเศษ การแถมของพรีเมียม หรือนำสินค้าออกขายถึงผู้บริโภคโดยตรง โดยการออกงาน Event และ Road show ของบริษัทฯ เอง

ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจมา บริษัทฯ ไม่เคยถูกฟ้องร้องจากผู้บริโภคเรื่องการจำหน่ายสินค้าหมดอายุแต่อย่างใด

จากมาตรการการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าดังกล่าวที่บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการตั้งค่าเผื่อสำรองสินค้าเสื่อมสภาพร้อยละ 100 สำหรับสินค้าที่มีอายุต่ำกว่า 3 เดือน ในปี 2558 บริษัทฯ ได้ตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพและการตัดจำหน่ายสินค้าเสื่อมสภาพ มูลค่า 3 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.2 ของรายได้จากการขายในปี 2558 ซึ่งสะท้อนถึงควมมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสินค้า และความเสี่ยงจากผลกระทบดังกล่าวซึ่งมีสัดส่วนอยู่ในระดับต่ำตลอดช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

### 3.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน

#### ● ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 92.1 ของยอดซื้อรวมในปี 2558 ซึ่งการเสนอราคาและการชำระสินค้าจะใช้เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐเป็นหลัก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 91.6 ของมูลค่านำเข้าในปี 2558 ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายในประเทศเป็นสกุลเงินบาททั้งหมด ดังนั้น บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเมื่อสถานการณ์ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่งผลให้จำนวนเงินที่บริษัทฯ ต้องชำระค่าสินค้าสูงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายสินค้าของบริษัทฯ ให้สูงขึ้นตามไปด้วย ในขณะเดียวกัน หากค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นก็อาจส่งผลให้ต้นทุนสินค้าของบริษัทฯ ลดต่ำลงได้

อย่างไรก็ตาม เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ทุกครั้งที่นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถกำหนดต้นทุนสินค้าที่จำหน่าย และป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าจะอยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทฯ และเป็นไปตามคู่มืออำนาจดำเนินการที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

การทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราล่วงหน้าจะทำให้บริษัทฯ ทราบต้นทุนสินค้าขายที่แน่นอน และลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

ในปี 2556 บริษัทฯ มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 4.59 ล้านบาท ในปี 2557 บริษัทฯ ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 1.21 ล้านบาท และในปี 2558 บริษัทฯ มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 9.4 ล้านบาท การทำสัญญา

ซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราล่วงหน้าที่ผ่านมาได้เป็นการรับประกันว่า บริษัทฯ จะสามารถบริหารจัดการให้บริษัทฯ มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในขณะที่ทำสัญญา

- **ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย**

บริษัทฯ มีวงเงินสินเชื่อเพื่อการนำเข้าสู่สินค้าจากสถาบันการเงินเป็นวงเงินกู้ระยะสั้นในประเภททรัสต์รีซีฟเป็นอัตราดอกเบี้ยอัตราตลาด (MMR: Money Market Rate) บริษัทฯ ได้ใช้วงเงินสินเชื่อดังกล่าวเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการนำเข้าและจัดหาสินค้าเพื่อจำหน่าย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 วงเงินสินเชื่อทรัสต์รีซีฟมียอดคงค้างรวม 79.6 ล้านบาท ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนการเงินของบริษัทฯ โดยในภาวะที่ดอกเบี้ยขาขึ้น อาจทำให้บริษัทฯ มีภาระต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น และอาจส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ลดลง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารเงินทุนหมุนเวียนตามโครงสร้างเงินทุนของบริษัทฯ โดยแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่มาจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานและส่วนของทุนเป็นหลัก บริษัทฯ มีกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานตลอดระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา โดยในปี 2558 มีกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานจำนวน 33.4 ล้านบาท

### 3.3 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้น

- **ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารของบริษัท**

ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่ผ่านมา การเติบโตของผลประกอบการของบริษัทฯ เป็นผลมาจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะทางด้านอุตสาหกรรมอาหารของผู้บริหารหลักของบริษัทฯ ซึ่งได้แก่ นายเจน วองอิสริยะกุล นางวรรณพร วองอิสริยะกุล และนางสาวกนกพรณ เกียรติกรภุชญา และผู้บริหารหลักยังมีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับลูกค้าและคู่ค้ารายอื่นๆ ของบริษัทฯ มาโดยตลอด ปัจจุบันกลุ่มผู้บริหารดังกล่าวเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งอาจจะพิจารณาได้ว่า บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหาร ดังนั้น หากบริษัทฯ เกิดสูญเสียกลุ่มผู้บริหารไปไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม บริษัทฯ อาจประสบปัญหาด้านการบริหารจัดการซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้

ปัจจุบันบริษัทฯ มีโครงสร้างการบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการบริหาร (Executive Committee) ผู้บริหารที่เข้าร่วมประชุมทุกคนจะมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโดยตรง ซึ่งจะเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารและแสดงความคิดเห็นในเรื่องสำคัญของบริษัทฯ เช่น การบริหารจัดการเพื่อดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีนโยบายให้ผู้บริหารมีอาชีพที่มีประสบการณ์เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารกิจการ โดยมีการกระจายอำนาจการบริหารจากคณะกรรมการบริษัท ไปยังคณะกรรมการบริหาร และผู้บริหารระดับสูง ได้แก่ รองกรรมการผู้จัดการในสายงานต่างๆ และผู้จัดการฝ่ายต่างๆ ตามโครงสร้างองค์กร รวมทั้งบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในทุกหน่วยงาน และสร้างให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นและเสนอแผนงานที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ รวมทั้งกระจายอำนาจให้ผู้บริหารระดับกลางมีส่วนร่วมในการบริหารและการตัดสินใจต่างๆ มากขึ้น ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งผลให้บริษัทมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 สินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ มูลค่าตามบัญชีสุทธิ 248.3 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 27 ของสินทรัพย์รวม โดยมีรายละเอียดสินทรัพย์ถาวร ดังนี้

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) ณ 31 ธ.ค. 2558	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	72.3	
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	บริษัทฯ	24.3	
4. เครื่องมือและอุปกรณ์	บริษัทฯ	5.9	
5. เครื่องตกแต่งและเครื่องมือใช้สำนักงาน	บริษัทฯ	9.1	- ไม่มี -
6. ยานพาหนะและเครื่องทุนแรง	บริษัทฯ	17.9	- ไม่มี -
7. ทรัพย์สินระหว่างรอโอน	บริษัทฯ	4.5	- ไม่มี -
<b>รวมมูลค่าสุทธิตามบัญชี</b>		<b>248.3</b>	

##### 4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ มูลค่าสุทธิตามบัญชีเท่ากับ 2.3 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.25 ของสินทรัพย์รวม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเภท	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี
ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์	บริษัทฯ	1.3
ลิขสิทธิ์ในประเทศ <sup>1/</sup>	ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิจำนวน 5 ปี	1.0
<b>รวมมูลค่าสุทธิตามบัญชี</b>		<b>2.3</b>

หมายเหตุ : <sup>1/</sup>บริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยีตามรายละเอียดคุณสมบัติบัตรในข้อ 4.3.3 สิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร และรายละเอียดของสัญญาในข้อ 4.4.5 สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยี

##### 4.3 เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ และอนุสิทธิบัตรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ


ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการในประเทศรวมทั้งสิ้น 108 เครื่องหมายการค้า โดยเครื่องหมายการค้าที่สำคัญต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ มีดังนี้

#### 4.3.1 เครื่องหมายการค้า

รูปแบบเครื่องหมาย	สำหรับสินค้า	วันสิ้นอายุ	เจ้าของเครื่องหมาย
	ผงฟู น้ำตาลไอซิ่ง	30 สิงหาคม 2562	บริษัทฯ
	แป้งมันสำปะหลัง	5 ตุลาคม 2567	บริษัทฯ
	ผงฟู น้ำตาลไอซิ่ง	30 สิงหาคม 2562	บริษัทฯ
BAKETEX เบคเทกซ์	ผงฟู	15 กรกฎาคม 2562	บริษัทฯ
WINGUM วินกัม	สารให้ความคงตัวสำหรับอาหาร และ สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร	10 เมษายน 2559	บริษัทฯ
WINSOFT วินซอฟท์	สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร	30 มีนาคม 2568	บริษัทฯ
WINPHOS วินฟอส	สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร	15 กรกฎาคม 2562	บริษัทฯ
WINSWEET วินสวีท	สารปรุงแต่งรส/กลิ่นอาหาร ยกเว้น น้ำมันหอมระเหย	10 เมษายน 2559	บริษัทฯ
	แป้งสาลี ผงฟู	14 กันยายน 2568	บริษัทฯ
	แป้งสาลี	14 กันยายน 2568	บริษัทฯ
	แป้งสาลี	14 กันยายน 2568	บริษัทฯ
WINNER วินเนอร์	ผงโกโก้	14 ตุลาคม 2567	บริษัทฯ
WINNER วินเนอร์	ผงฟู สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร	2 กุมภาพันธ์ 2568	บริษัทฯ
Lilly ลิลลี่	ผงโกโก้	14 ตุลาคม 2567	บริษัทฯ
Lilly ลิลลี่	แป้งสาลี	8 พฤศจิกายน 2568	บริษัทฯ

รูปแบบเครื่องหมาย	สำหรับสินค้า	วันสิ้นอายุ	เจ้าของ เครื่องหมาย
WINCOAT วินโค้ด	สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร	10 เมษายน 2559	บริษัทฯ

#### 4.3.2 เครื่องหมายบริการ

รูปแบบเครื่องหมาย บริการ	สำหรับบริการ	วันสิ้นอายุ	เจ้าของ เครื่องหมาย
	บริการ อาหารและเครื่องดื่ม	14 มีนาคม 2563	บริษัทฯ
WinMart วินมาร์ท	บริการอาหารและเครื่องดื่ม / บริการ นำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความ สะดวกของผู้บริโภค	6 ธันวาคม 2563	บริษัทฯ

#### 4.3.3 สิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร

เลขที่คำขอ	วันยื่นคำขอ	รายละเอียด	ผู้ขอรับสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตร	ผู้ได้รับอนุญาต ให้ใช้สิทธิใน เทคโนโลยี <sup>1/</sup>
1503001356	28 สิงหาคม 2558	อนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ “อุปกรณ์ ช่วยถ่ายเทความร้อนท่อส่งผ่านสารทำ ความเย็นที่มีอุณหภูมิสูงใน เครื่องปรับอากาศ”	พลเรือตรีโอฬาร นางพิมพ์สินี และ นายสืบสายพงศ์ นาวานุรักษ์	บริษัทฯ
1503001479	15 กันยายน 2558	อนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ “อุปกรณ์ ช่วยถ่ายเทความร้อนท่อส่งผ่านสารทำ ความเย็นแนวตั้งของชุด เครื่องปรับอากาศ”	พลเรือตรีโอฬาร นางพิมพ์สินี และ นายสืบสายพงศ์ นาวานุรักษ์	บริษัทฯ
1503003187	15 กันยายน 2558	อนุสิทธิบัตรการออกแบบ “อุปกรณ์ ช่วยถ่ายเทความร้อนท่อส่งผ่านสารทำ ความเย็นแนวตั้งของชุด เครื่องปรับอากาศ”	พลเรือตรีโอฬาร นางพิมพ์สินี และ นายสืบสายพงศ์ นาวานุรักษ์	บริษัทฯ
1503003345	29 กันยายน 2558	อนุสิทธิบัตรการออกแบบ “อุปกรณ์ ช่วยถ่ายเทความร้อนท่อส่งผ่านสารทำ ความเย็นแนวนอนของชุด เครื่องปรับอากาศ”	พลเรือตรีโอฬาร นางพิมพ์สินี และ นายสืบสายพงศ์ นาวานุรักษ์	บริษัทฯ

หมายเหตุ : <sup>1/</sup>บริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยีตามรายละเอียดสัญญาที่ปรากฏในข้อ 4.4.5 สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยี



#### 4.4 สัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

##### 4.4.1 สัญญาเช่าพื้นที่อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าพื้นที่อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ กำหนดค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 253,300 บาท และค่าบริการเป็นรายเดือน เดือนละ 253,300 บาท โดยมีสาระสำคัญของสัญญา ดังนี้

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
<b>สัญญาเช่าพื้นที่</b> <b>คู่สัญญา</b> บจก. ศรีสยาม พรอพเพอร์ตี้ส์ (“ผู้ให้เช่า”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้เช่า”)	1. พื้นที่เช่าอาคาร ตั้งอยู่ที่ 43 อาคารไทยซีซี ทาวเวอร์ ห้องเลขที่ 214 - 219 ชั้น 21 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โดยมีพื้นที่ใช้สอยรวม 1,116 ตารางเมตรระยะเวลาเช่า 3 ปี 1.1 สำหรับพื้นที่เช่าห้องเลขที่ 218 - 219 : นับตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2556 - วันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 1.2 สำหรับพื้นที่เช่าห้องเลขที่ 215 - 217 : นับตั้งแต่วันที่ 15 มีนาคม 2557 - วันที่ 14 มีนาคม 2560 1.3 สำหรับพื้นที่เช่าห้องเลขที่ 214 : นับตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2558 - วันที่ 31 ตุลาคม 2561 2. หากผู้เช่าอยู่ไม่ครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญาเช่า ผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่าริบเงินค้ำมัดจำที่ผู้เช่าชำระไว้
<b>สัญญาบริการ</b> <b>คู่สัญญา</b> บจก. ศรีสยาม พรอพเพอร์ตี้ส์ (“ผู้ให้เช่า”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้เช่า”)	1. ผู้เช่าตกลงชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้เช่า เพื่อดูแลรักษาความสะอาด ความเรียบร้อยและการรักษาความปลอดภัย ในบริเวณส่วนกลางของอาคารไทยซีซี ทาวเวอร์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 2. อายุสัญญา 3 ปี โดยระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาบริการของพื้นที่สำนักงาน จะเท่ากับระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาเช่าพื้นที่อาคารในแต่ละสัญญา

##### 4.4.2 สัญญาเช่าพื้นที่ซึ่งเป็นที่ตั้งของร้านให้บริการอาหาร Délicé

วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของร้านให้บริการด้านอาหาร Délicé จำนวน 2 ร้าน กำหนดค่าเช่าเป็นรายเดือนรวมเดือนละ 22,664 บาท และค่าบริการและค่าสาธารณูปโภคเป็นรายเดือนรวมเดือนละ 38,419 บาท โดยมีสาระสำคัญของสัญญาดังนี้

##### 1) สัญญาเช่าพื้นที่ร้านให้บริการอาหาร Délicé ร้านที่ 1

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
<b>สัญญาเช่าพื้นที่</b> <b>คู่สัญญา</b> บจก. ศรีสยาม พรอพเพอร์ตี้ส์ (“ผู้ให้เช่า”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้เช่า”)	1. พื้นที่เช่าอาคาร ตั้งอยู่ที่ 43 อาคารไทยซีซี ทาวเวอร์ ยูนิตที่ 2 ชั้นที่จี ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โดยอาคารมีพื้นที่ใช้สอยรวม 42.07 ตารางเมตร 2. ระยะเวลาเช่า 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2558 - 30 มิถุนายน 2559 3. หากผู้เช่าอยู่ไม่ครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญาเช่า ผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่าริบเงินค้ำมัดจำที่ผู้เช่าชำระไว้

<b>สัญญาบริการ</b>  <b>คู่สัญญา</b> บจก. ศรีสยาม พรอพเพอร์ตี้ส์ (“ผู้ให้เช่า”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้เช่า”)	1. ผู้เช่าตกลงชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้เช่า เพื่อดูแลรักษาความสะอาด ความเรียบร้อยและการรักษาความปลอดภัย ในบริเวณส่วนกลางของอาคารไทย ซีซี ทาวเวอร์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 2. อายุสัญญา 1 ปี โดยระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาบริการของพื้นที่สำนักงาน จะเท่ากับระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาเช่าพื้นที่อาคารในแต่ละสัญญา
--	--

## 2) สัญญาเช่าพื้นที่ร้านให้บริการอาหาร Délicé ร้านที่ 2

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
<b>สัญญาเช่าพื้นที่</b>  <b>คู่สัญญา</b> บจก.สยาม รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์ (“ผู้ให้เช่า”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้เช่า”)	1. พื้นที่เช่า ตั้งอยู่ที่ 587,589,589/7-9 อาคารศูนย์การค้า เดอะพารามาต่า ห้องเลขที่ P-1013 และพื้นที่ P-1013 (T) ชั้นที่ 1 ถนนรามอินทรา แขวง คันนายาว เขตคันนายาว กรุงเทพฯ โดยมีพื้นที่ใช้สอยรวม 58.57 ตร.ม. 2. ระยะเวลาเช่า 6 เดือน นับตั้งแต่วันที่ 9 ธันวาคม 2558 - 31 พฤษภาคม 2559 3. ผู้เช่าได้วางเงินประกันค่าเสียหาย ไว้ตลอดอายุสัญญาเช่า โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินประกันค่าเสียหายดังกล่าวเมื่อครบกำหนดอายุของสัญญาเช่าโดยไม่มีดอกเบี้ย 4. หากผู้เช่าต้องการต่ออายุสัญญาเช่า ต้องบอกกล่าวเป็นหนังสือให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนครบกำหนดสัญญาเช่า
<b>สัญญาบริการ</b>  <b>คู่สัญญา</b> บจก.สยาม รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์ (“ผู้ให้บริการ”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้รับบริการ”)	1. ผู้ให้บริการตกลงให้บริการสาธารณูปโภคส่วนกลางแก่ผู้รับบริการซึ่งได้ทำการเช่าพื้นที่บางส่วน โดยผู้รับบริการตกลงจะชำระค่าบริการและค่าสาธารณูปโภคเป็นรายเดือน 2. ระยะเวลาเช่า 6 เดือน นับตั้งแต่วันที่ 9 ธันวาคม 2558 - 31 พฤษภาคม 2559 โดยกำหนดระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาให้บริการสาธารณูปโภคเท่ากับกำหนดระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาเช่าพื้นที่ 3. ผู้รับบริการได้วางเงินประกันการชำระค่าบริการส่วนกลาง และประกันค่าเสียหายในกรณีที่ผู้รับบริการผิดสัญญา หรืออื่นๆ ของผู้รับบริการอื่นจะต้องรับผิดชอบผู้ให้บริการ เงินจำนวนดังกล่าว ผู้ให้บริการจะคืนให้เท่ากับจำนวนเดิมเมื่อครบกำหนดอายุสัญญาให้บริการสาธารณูปโภคโดยไม่มีดอกเบี้ย

### 4.4.3 สัญญาเช่าอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของคลังสินค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของคลังสินค้า และสัญญาเช่าพื้นที่ห้องเย็น เพื่อเก็บวัตถุดิบและเคมีภัณฑ์ กำหนดค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 155,400 บาท และค่าบริการเป็นรายเดือน เดือนละ 45,400 บาท โดยมีสาระสำคัญของสัญญา ดังนี้

### 1) สัญญาเช่าอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของคลังสินค้า แห่งที่ 1

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
<b>สัญญาเช่าอาคาร</b> <b>คู่สัญญา</b> ผู้ให้เช่าที่เป็นบุคคลภายนอก (“ผู้ให้เช่า”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้เช่า”)	1. พื้นที่เช่าอาคาร ตั้งอยู่ที่อาคารเลขที่ 69/17 หมู่ที่ 2 ซอยถนนหนามแดง-บางพลี 17 ถนนหนามแดง-บางพลี ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีพื้นที่ใช้สอยรวม 435 ตารางเมตร 2. ระยะเวลาการเช่า 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 10 กันยายน 2558 - 9 กันยายน 2559 3. ผู้เช่าตกลงวางเงินประกันไว้กับผู้ให้เช่า โดยเงินประกันดังกล่าวเป็นหลักประกันว่า ผู้เช่าจะปฏิบัติตามสัญญาเช่าตลอดระยะเวลาของสัญญาเช่า 4. หากผู้เช่าจะต่ออายุสัญญาเช่าหรือเลิกสัญญาเช่าตามกำหนด ให้ผู้เช่าแจ้งความประสงค์ให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นเวลาไม่เกินกว่า 3 เดือน และไม่ต่ำกว่า 1 เดือนก่อนสัญญาเช่าสิ้นสุดอายุ
<b>สัญญาบริการ</b> <b>คู่สัญญา</b> ผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลภายนอก (“ผู้ให้บริการ”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้รับบริการ”)	1. ผู้รับบริการตกลงจะชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการตกลงจะให้บริการดังต่อไปนี้ การรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ดูแลบำรุงรักษาด่าน อุปกรณ์และเครื่องใช้อื่นๆ ดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณส่วนกลาง และดูแลระบบสาธารณูปโภคส่วนกลาง 2. อายุสัญญา 1 ปี ในกรณีที่สัญญาเช่าสิ้นสุดให้ถือว่าสัญญาบริการนี้เป็นอันสิ้นสุดลงด้วย

### 2) สัญญาเช่าอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของคลังสินค้า แห่งที่ 2

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
<b>สัญญาเช่าอาคาร</b> <b>คู่สัญญา</b> ผู้ให้เช่าที่เป็นบุคคลภายนอก (“ผู้ให้เช่า”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้เช่า”)	1. พื้นที่เช่าอาคาร ตั้งอยู่ที่อาคารเลขที่ 69/14 หมู่ที่ 2 ซอยถนนหนามแดง-บางพลี 17 ถนนหนามแดง-บางพลี ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีพื้นที่ใช้สอยรวม 700 ตารางเมตร 2. ระยะเวลาการเช่า 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 16 ธันวาคม 2558 - 15 ธันวาคม 2559 3. ผู้เช่าตกลงวางเงินประกันไว้กับผู้ให้เช่า โดยเงินประกันดังกล่าวเป็นหลักประกันว่า ผู้เช่าจะปฏิบัติตามสัญญาเช่าตลอดระยะเวลาของสัญญาเช่า 4. หากผู้เช่าจะต่ออายุสัญญาเช่าหรือเลิกสัญญาเช่าตามกำหนด ให้ผู้เช่าแจ้งความประสงค์ให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นเวลาไม่เกินกว่า 3 เดือน และไม่ต่ำกว่า 1 เดือนก่อนสัญญาเช่าสิ้นสุดอายุ
<b>สัญญาบริการ</b> <b>คู่สัญญา</b> ผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลภายนอก (“ผู้ให้บริการ”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้รับบริการ”)	1. ผู้รับบริการตกลงจะชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการตกลงจะให้บริการดังต่อไปนี้ การรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ดูแลบำรุงรักษาด่าน อุปกรณ์และเครื่องใช้อื่นๆ ดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณส่วนกลาง และดูแลระบบสาธารณูปโภคส่วนกลาง 2. อายุสัญญา 1 ปี ในกรณีที่สัญญาเช่าสิ้นสุดให้ถือว่าสัญญาบริการนี้เป็นอันสิ้นสุดลงด้วย

### 3) สัญญาเช่าพื้นที่ห้องเย็นเก็บสินค้า

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
<b>สัญญาบริการรับฝากสินค้า</b> <b>คู่สัญญา</b> บจก. เจพีเค โคลด์ สโตร์เรจ (“ผู้รับฝาก”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้ฝาก”)	1. พื้นที่ห้องเย็นเก็บสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 88/89 หมู่ที่ 7 ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โดยมีพื้นที่ใช้สอย 350 ตารางเมตร 2. ระยะเวลาสัญญา 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 - 1 มกราคม 2560 3. ผู้ฝากตกลงชำระค่าบริการรับฝากสินค้าให้แก่ผู้รับฝากตามอัตราที่กำหนดไว้ในสัญญา 4. หากผู้ฝากประสงค์ต่ออายุสัญญาฝากสินค้า ให้ผู้ฝากแจ้งความประสงค์เป็นลายลักษณ์อักษรไปยังผู้รับฝากเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 30 วัน ก่อนสัญญาสิ้นสุดลง

#### 4.4.4 สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย

บริษัทฯ เข้าทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายเพียงรายเดียวในประเทศไทยกับผู้ผลิตต่างประเทศ จำนวน 7 ราย ได้แก่ General Mill Marketing Inc, AVEBE U.A, General Mills, Inc, Igreca SA, JB Cocoa SDN. BHD และ Osterberg International A/S และเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการกับผู้ผลิตต่างประเทศ ได้แก่ CP Kelco Singapore Pte., Ltd. โดยมีสาระสำคัญของสัญญาตัวแทนจำหน่าย ดังนี้

#### ก. 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 นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย 90 วัน

##### 2. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย 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 นอกจาก  
คู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างน้อยล่วงหน้า 6  
เดือน
3. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย กับ General Mills, Inc
- ชื่อคู่สัญญา : General Mills, Inc (ประเทศสหรัฐอเมริกา)
- วันเริ่มต้นทำสัญญา : 4 พฤษภาคม 2536
- ระยะเวลาของสัญญา : 1 ปี
- สาระสำคัญของสัญญา : บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ภายใต้ชื่อ  
ทางการค้า “Bugles®” ของบริษัท General Mills, Inc จำกัด เพียงรายเดียวใน  
ประเทศไทย
- การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปเป็นระยะเวลา 12 เดือน นอกจาก  
คู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย  
180 วัน
4. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย กับ Igreca SA
- ชื่อคู่สัญญา : Igreca SA (ประเทศฝรั่งเศส)
- วันเริ่มต้นทำสัญญา : 1 กุมภาพันธ์ 2556
- ระยะเวลาของสัญญา : 1 ปี
- สาระสำคัญของสัญญา : บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าไอพ่น ภายใต้ชื่อทางการค้า “IGRECA” ของ  
บริษัท IGRECA SA จำกัด เพียงรายเดียวในประเทศไทย ยกเว้นการจำหน่ายให้  
ลูกค้าบางรายที่ผู้ให้สิทธิได้สงวนสิทธิไว้ในสัญญา
- การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปโดยอัตโนมัติ นอกจากคู่สัญญาแต่  
ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย 4 เดือน
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 ภายใต้  
ชื่อทางการค้า “JB Cocoa” ของบริษัท JB Cocoa จำกัด เพียงรายเดียวใน  
ประเทศไทย ยกเว้นการจำหน่ายให้ลูกค้าบางรายที่ผู้ให้สิทธิได้สงวนสิทธิไว้ใน  
สัญญา
- การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปโดยอัตโนมัติ นอกจากคู่สัญญาแต่  
ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย 4 เดือน
6. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย กับ Osterberg International A/S
- ชื่อคู่สัญญา : Osterberg International A/S (ประเทศเดนมาร์ก)
- วันเริ่มต้นทำสัญญา : 8 กันยายน 2557
- ระยะเวลาของสัญญา : 3 ปี

- สาระสำคัญของสัญญา : บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแปรรูปจากผลไม้ ภายใต้ชื่อทางการค้า “Orana” และ “Osterberg” ของบริษัท Osterberg International A/S จำกัด เพียงรายเดียวในประเทศไทย
- การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปเป็นระยะเวลา 3 ปีโดยอัตโนมัติ นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า อย่างน้อย 6 เดือน

#### ข. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ (Authorized Distributor Agreement)

1. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย กับ CP Kelco Singapore Pte., Ltd.

- ชื่อคู่สัญญา : CP Kelco Singapore Pte., Ltd. (ประเทศสิงคโปร์)
- วันเริ่มต้นทำสัญญา : 8 พฤศจิกายน 2555
- ระยะเวลาของสัญญา : 2 ปี
- สาระสำคัญของสัญญา : บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ากลุ่ม Bio Gum และ Food Gum ภายใต้ชื่อทางการค้า “CP Kelco” ของบริษัท CP Kelco Singapore จำกัด ยกเว้นการจำหน่ายให้ลูกค้าบางรายที่ผู้ให้สิทธิได้สงวนสิทธิไว้ในสัญญา
- การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปโดยอัตโนมัติโดยไม่มีกำหนดระยะเวลาของสัญญา นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร

#### 4.4.5 สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยี

บริษัทฯ ได้ทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยีกับบริษัท อภิสมภัยกิจ จำกัด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- ชื่อคู่สัญญา : บริษัท อภิสมภัยกิจ จำกัด
- วันเริ่มต้นทำสัญญา : 1 พฤศจิกายน 2558
- ระยะเวลาของสัญญา : 5 ปี
- สาระสำคัญของสัญญา : บริษัทฯ ได้รับสิทธิในการผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ช่วยถ่ายเทความร้อนท่อส่งผ่านสารทำความเย็นในชุดเครื่องปรับอากาศ ทั้งแนวตั้งและแนวนอน แต่เพียงผู้เดียวภายในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน
- การต่ออายุของสัญญา : บริษัทฯ จะต้องแจ้งความประสงค์ที่จะต่ออายุสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร ก่อนที่สัญญาจะสิ้นสุดลงไม่น้อยกว่า 3 เดือน

#### 4.4.6 สัญญาการค้าที่สำคัญ

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) มีข้อตกลงเงื่อนไขการค้ากับร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลายราย (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 การพิจารณาการตั้งบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมทุน หรือพิจารณาการลงทุนต่างๆ จะกระทำโดยผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการของบริษัทฯ และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ แล้วแต่กรณี และบริษัทฯ มีนโยบายควบคุมดูแลบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม โดยการส่งกรรมการ และ/หรือ ผู้ที่ได้รับมอบหมายของบริษัทฯ เข้าไปเป็นตัวแทนตามสัดส่วนการถือหุ้น หรือเข้าไปเป็นกรรมการของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมดังกล่าว เพื่อร่วมกำหนดนโยบายการดำเนินงานที่สำคัญเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	: บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	: นำเข้า ผลิต และจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม และ ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 43 อาคารไทยซีทาวเวอร์ ชั้น 21 ห้อง 214-219 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107556000256
โทรศัพท์	: 0-2675-6525-31
โทรสาร	: 0-2675-6544
เว็บไซต์	: <a href="http://www.winnergroup.co.th">www.winnergroup.co.th</a>
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 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์: 0-2009-9000 (Call Center)
ผู้สอบบัญชี	: ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต บริษัท บัญชีกิจ จำกัด 87 อาคารโมเดิร์นทาวน์ (ชั้น 9) เอกมัยซอย 3 ถนนสุขุมวิท 63 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์: 0-2382-0414