

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคภายใต้แบรนด์ชั้นนำระดับโลก โดยจัดส่งผลิตภัณฑ์ผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) อีกทั้งได้ขยายฐานลูกค้าไปสู่ผู้ให้บริการทางด้านอาหาร ลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร จัดเลี้ยง (Food Service / HoReCa: Hotel, Restaurant & Catering) รวมถึงผู้ค้ารายย่อยอื่นๆ และกลุ่มลูกค้าออนไลน์ (Online customers) ภายใต้เว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ www.winnerandco.com

นอกจากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพแล้ว บริษัทฯ ยังยึดมั่นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ ด้วยการรักษามาตรฐานพนักงานขายที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ และเข้าใจธุรกิจของลูกค้าเป็นอย่างดี เพื่อสรรหาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงปรับตัวและเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบธุรกิจที่มุ่งสู่สังคมไร้เงินสด (cashless society) พฤติกรรมผู้บริโภคที่มุ่งเน้นการรับรู้สินค้าและบริการผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (social media) เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ครอบคลุมและครบวงจรมากขึ้น

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

วิสัยทัศน์

เป็นบริษัทชั้นนำ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจอาหารครบวงจรในทุกช่องทางการจัดจำหน่าย

พันธกิจ

มุ่งมั่นที่จะส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและให้บริการที่เชื่อถือได้ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า พร้อมพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ให้มีความแข็งแกร่งและมีประสบการณ์เชี่ยวชาญในกลุ่มธุรกิจอาหาร รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าของบริษัทฯ

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

1. บริษัทฯ มีแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร 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) กลุ่มลูกค้าธุรกิจอาหารบริการด่วน (Quick Service Restaurant “QSR”) และผู้บริโภคขั้นสุดท้ายที่มีแนวโน้มการเติบโตค่อนข้างสูง รวมถึงขยายกลุ่มลูกค้าจากลูกค้าในกรุงเทพและปริมณฑลไปยังกลุ่มลูกค้าต่างจังหวัด โดยเฉพาะในจังหวัดใหญ่ในแต่ละภูมิภาคที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ
5. บริษัทฯ มีแผนดำเนินการพัฒนาระบบสารสนเทศขององค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กรโดยรวม และเพิ่มคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า
6. บริษัทฯ มีแผนพัฒนาธุรกิจ OEM เครื่องสำอางให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (Brand awareness) และสร้างโอกาสในการขยายเครือข่ายธุรกิจไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน

1.2 ประวัติความเป็นมา การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “Winner”) ก่อตั้งขึ้นในปี 2526 โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหารนำโดยนายเจน วงศ์อิสรียะกุล ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ดำเนินธุรกิจนำเข้าผลิต และจัดจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารที่ใช้ในการแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ วัตถุดิบ ส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient) และสารเติมแต่ง สารเสริมสร้างคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) จากแหล่งกำเนิดทั่วโลก เช่น แป้งมันฝรั่ง แป้งโมดิฟายด์ แป้งสาลี ไข่ผง สารให้ความเหนียว สารให้ความคงตัว ผงโกโก้ วัตถุดิบเสีย สารให้ความหวานแทนน้ำตาล และเคมีภัณฑ์อาหารอื่นๆ

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

ด้วยความเชี่ยวชาญและความชำนาญของบริษัทฯ ในการจัดหาวัตถุดิบและเคมีภัณฑ์อาหารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร ประกอบกับบริษัทฯ มีฐานพนักงานขายที่แข็งแกร่ง เข้าใจในธุรกิจของลูกค้าทำให้สามารถสรรหาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ จึงได้ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายได้หลากหลายขึ้น และขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมอาหารประเภทต่างๆ

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

ในปี 2561 บริษัทฯ เข้าซื้อกิจการบริษัท เอสเซติก ซีเครท (แอท-ซี) จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจ OEM ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว เครื่องสำอาง อาหารเสริมและยารักษาโรค เพื่อมุ่งสร้างความแข็งแกร่งในการต่อยอดธุรกิจจากผู้จัดจำหน่ายอาหารนำเข้าไปสู่ธุรกิจ OEM ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว เครื่องสำอาง อาหารเสริมและยารักษาโรค

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในปี 2563

1. บริษัทฯ ได้นำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายมากขึ้น รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อขยายฐานลูกค้าทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มผู้ให้บริการด้านอาหารให้ครอบคลุมมากขึ้น โดยในปี 2563 บริษัทฯ ได้จัดจำหน่ายสินค้าใหม่ ดังนี้

สินค้ากลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (Industry Products)

ตราสินค้า

JB Cocoa	ผงโกโก้สีแดงเข้ม (Cocoa powder - dark red)
อื่นๆ	โซเดียมเบนโซเอต (Sodium benzoate)
	โซเดียม ไตรโพลีฟอสเฟต (Sodium Tripolyphosphate)
	ฟอสเฟตมิกซ์ (Phosphate mix)
	คาร์โบเมอร์ (Carbomer)
	เอซีซัลเฟมเค (Acesulfame K)
	น้ำตาลไอซิ่งบดละเอียด (Icing sugar)
	น้ำตาลโดนัทช็อกโกแลต (Chocolate donut sugar)
	ผงไอศกรีมซอฟท์เสิร์ฟ (Soft serve ice cream powder)

สินค้ากลุ่มอาหารเพื่อบริโภค (Consumer Products)

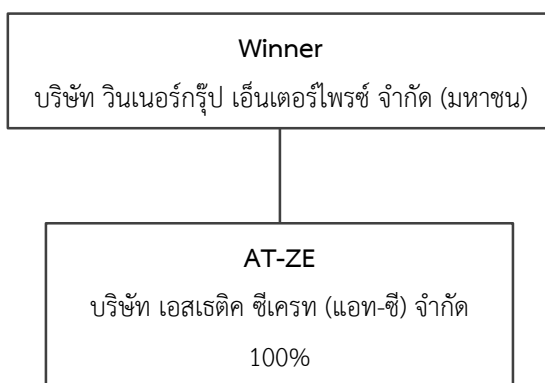
ตราสินค้า

Master Martini	มาการีนสำหรับขนมอบ (Margarine for pastry)
	ฮาเซลนัทอบบด (Roasted and chopped hazelnuts)
Castella	ชีสพิซซ่าทอปปี้งแบบก้อนและแบบขูด (Pizza topping cheese)
Hiestand	เบเกอรี่แช่แข็งสำเร็จรูป (Frozen pastry)
Osterberg	น้ำเชื่อมกลืนมิกซ์เบอร์รี่ (Mixed berry syrup)
	น้ำเชื่อมกลืนคาราเมล (Caramel syrup)
	ซอสซอลท์เท็ดป๊อปคอร์น (Salted popcorn sauce)
	ซอสสตรอว์เบอร์รี่ (Strawberry sauce)
	ซอสสตรอว์เบอร์รี่ชอร์ตเค้ก (Strawberry shortcake sauce)
	ซอสช็อกโกแลต (Chocolate sauce)
	ฟรุตครีชมะม่วง (Mango fruit crush)
	ฟรุตครีชมัลลิกเคอร์แรนต์ (Blackcurrant fruit crush)
	ฟรุตครีชมะนาว (Orange fruit crush)
	ฟรุตครีชมะม่วง (Peach fruit crush)
AT-ZE	เจลล้างมือแอลกอฮอล์ 72.4% (Hand sanitizer gel 72.4%)
	แอลกอฮอล์ 75% / 85% แบบสเปรย์ (Alcohol spray)

2. เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2563 สถาบันไทยพัฒน์ประกาศ 100 หลักทรัพย์ที่โดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล (ESG 100) ปี 2563 โดยบริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับเป็นหนึ่งในรายชื่อบริษัทที่มีความโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล หรือ ESG 100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
3. เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2563 สมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย แจ้งผลคะแนนตามโครงการการประเมินคุณภาพการจัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 โดยบริษัทฯ ได้รับคะแนน 100 คะแนนเต็มต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 อันสะท้อนถึงการเอาใจใส่ต่อการเปิดเผยข้อมูลและการมีส่วนร่วมอันจะช่วยยกระดับธรรมาภิบาล
4. เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2563 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยได้ประกาศ “ผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2563” โดยบริษัทฯ ได้รับผลคะแนนอยู่ในเกณฑ์ “ดีเลิศ” หรือ 5 ดาว (ช่วงคะแนน 90 - 100 คะแนน) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ซึ่งสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมของบริษัทจดทะเบียนที่ทำการสำรวจทั้งหมดในปี 2563

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563



หมายเหตุ: เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2561 บริษัทฯ ได้เข้าซื้อกิจการบริษัท เอสเอตค ซีเครท (แอท-ซี) จำกัด (AT-ZE) โดยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว

รายละเอียดทางธุรกิจที่สำคัญของแต่ละบริษัท มีดังต่อไปนี้

1) บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”)



ธุรกิจ: นำเข้า ผลิต และจัดจำหน่าย

- ส่วนผสมและสารปรุงแต่งอาหารเพื่ออุตสาหกรรม (Industry Products)
- ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer Products)

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “Winner”) ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้นำเข้า ผลิต และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหาร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม (Industry products) และกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer products) ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ทั้งผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหาร (Industry) ผู้ให้บริการด้านอาหาร (Food Service) และผู้บริโภครายย่อยที่ซื้อผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) และเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ของบริษัทฯ ที่ www.winnerandco.com

2) บริษัท เอสเซติก ซีเครท (แอท-ซี) จำกัด (AT-ZE) (“บริษัทย่อย”)



(บริษัทย่อย)

ธุรกิจ: รับจ้างผลิต

- ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skincare & Cosmeceutical)
- เครื่องสำอาง (Makeup)
- อาหารเสริม (Food Supplement)
- ยารักษาโรคผิวหนัง (Pharmaceutical)

บริษัท เอสเซติก ซีเครท (แอท-ซี) จำกัด (“บริษัทย่อย” หรือ “AT-ZE”) ประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว เครื่องสำอาง อาหารเสริม และยาที่ใช้รักษาโรคผิวหนัง โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ Skincare & Cosmeceutical, Makeup, Food Supplement และ Pharmaceutical ผ่านช่องทางกลุ่มลูกค้า OEM

แอท-ซี ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2554 ด้วยทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท และในปี 2558 ได้ก่อตั้งโรงงานผลิตยา เครื่องสำอาง อาหารเสริมตั้งอยู่ในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อรองรับการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น โดยได้รับใบอนุญาตผลิตเวชสำอางและยาแผนปัจจุบันจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มีการควบคุมคุณภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ได้รับการรับรองภายใต้มาตรฐานสากล ISO 9001:2015, HACCP, GMP และ HALAL

ทั้งนี้ ในเดือนเมษายน 2561 แอท-ซีได้ถูกควบรวมกิจการโดยบริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งต่อมาเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 80 ล้านบาท และย้ายที่ตั้งสำนักงานใหญ่ไปยังที่ทำการใหม่ตั้งอยู่แห่งเดียวกันกับบริษัทฯ ในเดือนมกราคม 2562

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามในอาเซียนที่มีความเป็นเลิศด้านการสร้างนวัตกรรม

พันธกิจ

เพื่อเป้าหมายที่จะเป็นบริษัทที่ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามอย่างต่อเนื่อง และมีกระบวนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานสากล พร้อมทั้งมีบริการที่มุ่งเน้นความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

1. เป็นองค์กรที่แสวงหาผลกำไรอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซื่อสัตย์ และยุติธรรม
2. เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่พนักงาน และยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
3. เป็นองค์กรชั้นนำในการผลิตเครื่องสำอางของประเทศและเป็นเลิศในด้านการบริการ
4. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของแอท-ซี ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงตามข้อกำหนดของลูกค้า และมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค
5. ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้อย่างรวดเร็วและเพียงพอ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและแข่งขันได้กับธุรกิจในกลุ่มเดียวกัน
6. สร้างความแข็งแกร่งให้กับกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดสำหรับธุรกิจเครื่องสำอางในประเทศและต่างประเทศ
7. การันตีคุณภาพผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต การขนส่ง การบริการ การควบคุมสภาพแวดล้อมในการทำงานและการบริหารจัดการ ด้วยมาตรฐานระดับสากลอันเป็นที่ยอมรับ และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ
8. มุ่งเน้นการจัดซื้อจัดจ้างอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ เครื่องจักรอุปกรณ์ และการบริการในด้านต่างๆ เพื่อลดการผูกขาดทางการค้า

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทฯ เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ประกอบธุรกิจนำเข้า ผลิต และจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค โดย ณ วันที่ 28 สิงหาคม 2563 กลุ่มวองอิสริยะกุล เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 และผู้ลงทุนทั่วไปคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49

บริษัทฯ มีนโยบายให้กลุ่มบริษัทซึ่งประกอบด้วยบริษัทย่อยมีนโยบายและบริหารงานของตัวเอง รายได้ของกลุ่มบริษัทมาจากธุรกิจหลักนำเข้า ผลิตและจำหน่ายส่วนผสม สารปรุงแต่งอาหารเพื่ออุตสาหกรรม (Industry Products) ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer Products) และจากธุรกิจรับจ้างผลิตของบริษัทย่อย ซึ่งมาจากผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skincare & Cosmeceutical) เครื่องสำอาง (Makeup) อาหารเสริม (Food Supplement) และยารักษาโรคผิวหนัง (Pharmaceutical)

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ



(บริษัทฯ)



(บริษัทย่อย)

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้นำเข้า ผลิต และ จัดจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร ได้แก่ วัตถุดิบและ ส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient) สารเติมแต่งและสารเสริมสร้างคุณสมบัติ ของอาหาร (Food Additive) โดยมีที่มาจากแหล่งกำเนิดสินค้าทั่วโลกและโดยการผลิตภายใต้ ตราสินค้าของบริษัทฯ เอง และดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ภายใต้ตราสินค้าชั้นนำระดับโลก เช่น ป๊อปคอร์นสำหรับไมโครเวฟ ธัญพืชแห้ง สำหรับปรุงรส พาสต้า น้ำมันมะกอก แยมผลไม้ น้ำผลไม้ ฯลฯ

บริษัท เอสเธติก ซีเครต (แอท-ซี) จำกัด (บริษัทย่อย) ประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ดูแล และบำรุงผิว เวชสำอาง เครื่องสำอาง อาหารเสริม และยาที่ใช้ในการรักษาโรคผิวหนัง โดยได้รับ ใบอนุญาตผลิตเวชสำอางและยาแผนปัจจุบันจากอย. และมีการควบคุมคุณภาพและ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ได้รับการรับรองภายใต้มาตรฐานสากล ISO 9001:2015, GMP, HACCP และ HALAL

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ แยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ในปี 2561 - 2563 มีดังนี้

ประเภทรายได้	ดำเนินการ โดย	2561 ^{3/}		2562		2563	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการขาย							
1.1 ผลิตภัณฑ์วัตถุดิบ ส่วนผสมและ เคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม (Industry Products)	บริษัทฯ	676.3	42.0	646.4	39.2	697.0	41.0
1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer Products)	บริษัทฯ	840.2	52.2	942.1	57.2	939.9	55.4
1.3 ส่วนงานรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ ดูแลและบำรุงผิว เครื่องสำอาง อาหารเสริม และยารักษาโรค ^{1/}	บริษัทย่อย	82.6	5.1	44.6	2.7	50.1	2.9
2. รายได้อื่นๆ^{2/}	บริษัทฯ และ บริษัทย่อย	11.9	0.7	15.2	0.9	11.3	0.7
รวม		1,611.0	100.0	1,648.3	100.0	1,698.3	100.0

หมายเหตุ: ^{1/} รายได้จากการรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว เครื่องสำอาง อาหารเสริม และยารักษาโรค รับรู้รายได้ในไตรมาส 2 ปี 2561

^{2/} รายได้อื่นๆ เช่น รายได้ค่านายหน้า, ดอกเบี้ยรับ, เงินสนับสนุนทางการตลาด, กำไรจากการขายหน่วยลงทุน เป็นต้น

^{3/} งบการเงินปี 2561 (ปรับปรุงใหม่)

2.1 ธุรกิจนำเข้า ผลิตภัณฑ์ และจัดจำหน่ายสินค้า

2.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) จัดจำหน่าย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม (Industry products) และกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer products) ในปี 2563 บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 41.0 ของรายได้รวม และสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคเท่ากับร้อยละ 55.4 ของรายได้รวม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) วัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (Industry Products)

ผลิตภัณฑ์ประเภท วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรมอาหารของบริษัทฯ จำแนกได้เป็น วัตถุดิบส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient) และ สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) ซึ่งผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 กลุ่มนี้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำเข้าจากแหล่งกำเนิดของผู้ผลิตที่มีคุณภาพทั่วโลก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเองภายใต้กระบวนการผลิตที่ทันสมัย และมาตรฐานความปลอดภัยที่ดี (GMP) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารที่มีความหลากหลาย และมีสูตรเฉพาะของผู้ประกอบการแต่ละราย โดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ได้อย่างหลากหลาย ทั้งเป็นวัตถุดิบตั้งต้นในการผลิต เป็นส่วนผสมในการผลิตตัวกลาง และยังสามารถนำไปใช้แปรรูปและผลิตสินค้าของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและเบเกอรี่ได้อีกด้วย

1.1) วัตถุดิบ และส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร (Food Ingredient)

วัตถุดิบ และส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร ส่วนใหญ่จะถูกใช้เป็นส่วนประกอบหลักในการผลิตอาหารและเบเกอรี่ หรือนำมาแปรรูปเป็นสินค้าของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและเบเกอรี่ โดยแบ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

• ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้ง

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

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

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาและจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มแป้งผสมสำเร็จรูป ได้แก่ แป้งทอดกรอบ และแป้งแพนเค้กสำเร็จรูป ภายใต้ตราสินค้า “ลิลลี่” (Lilly) เพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้ากลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร และร้านค้าสำหรับการจำหน่ายต่อไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคโดยตรง (End User)

- **ผลิตภัณฑ์กลุ่มโกโก้และช็อกโกแลต**

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

- ผลิตภัณฑ์โกโก้ประเภทไม่ใช้ต่างในกรรมวิธีการผลิต ได้แก่ ผงโกโก้บริสุทธิ์ (Natural Cocoa Powder) เนือโกโก้บด (Cocoa Mass) และไขมันโกโก้ (Cocoa Butter)
- ผลิตภัณฑ์โกโก้ประเภทใช้ต่างในกรรมวิธีการผลิต ได้แก่ ผงโกโก้ดัดแปลง (Alkalized Cocoa Powder)

สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มช็อกโกแลต เป็นผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตที่มีคุณสมบัติโดดเด่น นำไปใช้งานได้ง่ายด้วยคุณสมบัติที่สามารถหดรัดได้ดี 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

- **ผลิตภัณฑ์ไข่ผง**

ผลิตภัณฑ์ไข่ผงแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ไข่ขาวผง ไข่แดงผง และไข่รวมผง ซึ่งผลิตภัณฑ์ไข่ผงหลักที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร คือ ไข่ขาวผง ซึ่งเป็นโปรตีนไข่ที่มีคุณสมบัติช่วยให้เกิดการเกาะยึดและเพิ่มเนื้อสัมผัสในผลิตภัณฑ์อาหาร ไข่ขาวผงจึงสามารถนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารหลากหลายประเภท เช่น แป้งผสมสำหรับชุบแป้งทอด (Batter Mix) ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากอาหารทะเล ซูริมิ ปูอัด ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เป็นต้น

บริษัทฯ จัดจำหน่ายไข่ผง ภายใต้ตราสินค้า “IGRECA” นำเข้าจากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นแหล่งไข่ไก่ที่ใหญ่ที่สุดในทวีปยุโรป และภายใต้ตราสินค้า “EGGWAY” นำเข้าจากประเทศอินเดีย

- **ผลิตภัณฑ์กลุ่มน้ำตาลและสารให้ความหวาน**

ผลิตภัณฑ์กลุ่มน้ำตาลและสารให้ความหวานที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเพื่อจำหน่าย โดยสารให้ความหวานที่บริษัทฯ นำเข้าเพื่อจำหน่ายมีหลากหลายประเภท ได้แก่

- มอลโตเดกซ์ตริน (Maltodextrin) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการย่อยสลายคาร์โบไฮเดรตจากพืชต่างๆ 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
- ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ เช่น แป้งชูททอด เครื่องปรุงรสต่างๆ

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

• สารปรุงแต่งรสชาติอาหารและเครื่องเทศ

สารปรุงแต่งรสชาติอาหารที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย ได้แก่ โมโนโซเดียมกลูตาเมต และเครื่องเทศต่างๆ ซึ่งนำไปใช้ในการผลิตเครื่องปรุงรสและอาหารสำเร็จรูป โดยบริษัทฯ นำเข้าเครื่องเทศจากสเปนซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดที่มีชื่อเสียงของโลก

1.2) สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive)

สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติของอาหาร (Food Additive) เป็นส่วนประกอบในการผลิตอาหาร ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้คุณสมบัติทางเคมี เพื่อสร้างคุณสมบัติและลักษณะการใช้งานที่เฉพาะเจาะจงของสินค้าที่ผู้ประกอบการอาหารจะนำไปแปรรูปเป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูปต่อไป ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

• สารให้ความคงตัว (Stabilizers) สารให้ความหนืด (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 ให้ความหนืด และทำให้เกิดเจล จึงถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารประเภทที่ต้องการคุณสมบัติเฉพาะ เช่น ซอสหอยนางรม ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ น้ำจิ้มไก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม น้ำผลไม้ ผลิตภัณฑ์นม ผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับชูททอด 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 และแป้งผสมสำหรับชูททอดต่างๆ ซึ่งบริษัทฯ ได้พัฒนาสูตรที่หลากหลายเพื่อให้มีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการใช้งานของแต่ละผลิตภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนาสูตรเฉพาะสำหรับลูกค้าบางรายที่มีความต้องการที่เฉพาะเจาะจงด้วย

- **วัตถุดิบเสีย และสารเติมแต่งอื่นๆ**

บริษัทฯ นำเข้าและจัดจำหน่ายวัตถุดิบกันเสียประเภท 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) ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer Products)

ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย ประกอบด้วย 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ขนมขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์วัตถุดิบสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบอาหารและเบเกอรี่ และน้ำผลไม้และเครื่องดื่ม ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากนานาประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา สเปน อิตาลี เยอรมัน ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย สิงคโปร์ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เป็นต้น โดยมีรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ดังนี้

2.1) ขนมขบเคี้ยว

ขนมขบเคี้ยวที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายเป็นสินค้าภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงจากแหล่งต่างๆ ทั่วโลก ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกา เช่น ป๊อปคอร์นสำหรับไมโครเวฟ ตราป๊อปซีเคร็ต (Pop Secret) รัญพีช แท่ง ตราเนเจอร์ วาลเลย์ (Nature Valley)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากเกาหลีใต้ เช่น สาหร่ายปรุงรส ตราซีเฟรนด์ (Sea Friend) และตราคิมโนริ (Kimnori) ขนมเยลลี่กลิ่นผลไม้ ตราฟรุทบายเดอะฟุต (Fruit By The Foot) วิตามินซี ชนิดเม็ด ตราโซลาร์-ซี (Solar-C)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากเยอรมัน เช่น อาหารเข้าซีเรียล ตราปีเตอร์ คอลน์ (Peter Kölln)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากญี่ปุ่น เช่น ชีสแซนด์วิช ตราโอกิยะ (Ohgiya)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากอินโดนีเซีย เช่น บะหมี่กรอบปรุงรส ตราเกมเซ ซูกิ (Gemez Suki)
- ผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย เช่น คุกกี้ เวเฟอร์ และคอร์น สแน็ค ตราวีฟู้ด (VFOODS)

2.2) ผลิตภัณฑ์ประเภทวัตถุดิบสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง

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

2.3) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อประกอบอาหาร และเบเกอรี่

บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อประกอบอาหารและเบเกอรี่ภายใต้ตราสินค้านำเข้าของผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงจากแหล่งต่างๆ ทั่วโลก ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกา เช่น แป้งเบเกอรี่สำเร็จรูป ตราเบ็ตตี้ คร็อกเกอร์ (Betty Crocker) อาหารเม็กซิกันสำเร็จรูป ตราโอลด์ เอล พาโซ (Old El Paso - OEP) ชุปกระป๋องประเภทต่างๆ ตราโปรเกรสโซ (Progresso) ลูกเกต ตรามาเรียนี (Mariani) เซอร์รี่เชื่อม ตราโอลิเวีย (Olivia)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากอิตาลี เช่น เส้นพาสต้า ตราแคมปาน่า (Campagna) น้ำเลมอน ตราอิทอล เลมอน (Ital Lemon) วิปปิงครีมและช็อกโกแลตคูเอร์เจอร์ ตรามาสเตอร์ มาร์ตินี (Master Martini)

- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากสเปน เช่น น้ำมันมะกอก ตราโรมูโล่ (Romulo) มะกอกในน้ำเกลือ ตรา ลาเอสพานอลา (La Espanola) เครื่องเทศ ตราเอล อาวียอง (El Avion) มะกอกสอได้และผัดทองในน้ำเกลือ ตรา เซอร์พิส (Serpis)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากสิงคโปร์ เช่น น้ำมันงา ตรา Oh Aik Guan
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากโปแลนด์ เช่น แยมผลไม้ ตราสตรัมไลน์ (Streamline)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากมาเลเซีย เช่น มาการีนและเนย ตรามาเรียนา (Mariana)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากเวียดนาม เช่น ฟรุตฟิลลิง ฟรุตครีช และไซรป ตราอออราน่า (Orana) และตราออสเตอร์เบิร์ก (Osterberg)
- ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากจีน เช่น ซอสปรุงรส ตราเพิร์ลริเวอร์ (Pearl River Bridge - PRB)

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อประกอบอาหารและเบเกอรี่นี้ ผ่านทั้งช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าหรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) และจำหน่ายตรงกับลูกค้ากลุ่มผู้ให้บริการด้านอาหาร (Food Service/HoReCa) ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านเบเกอรี่ และครัวสายการบิน เพื่อนำไปผลิตและแปรรูปเป็นอาหารจำหน่ายให้กับผู้บริโภคชั้นสุดท้าย

2.4) น้ำผลไม้และเครื่องดื่ม

บริษัทฯ จัดจำหน่ายน้ำผลไม้และเครื่องดื่มที่นำเข้าภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิตต่างๆ ให้กับผู้บริโภครายย่อย โดยผ่านทางซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นส่วนใหญ่ เช่น

- น้ำเบอร์รี่ ตราแลงเจอร์ (Langers) จากประเทศสหรัฐอเมริกา
- น้ำผลไม้อัดแก๊ส ตราเบล นอร์มอนด์ (Bel Normande) จากประเทศฝรั่งเศส
- น้ำผลไม้ ตราฮาร์เวย์ เฟรช (Harvey Fresh) จากประเทศออสเตรเลีย
- ชาผลไม้ ตราทีคานเน่ (Teekanne) จากประเทศเยอรมัน
- กาแฟ ตราเจ.เจ. ดาร์โบเวน (J.J. Darboven) จากประเทศไอร์แลนด์
- ไวน์แดง ไวน์ขาว และสปาร์คกลิงไวน์ ตราโคลส ปงส์ (Clos Pons) จากประเทศสเปน
- ไวน์แดงและไวน์ขาว ตรา Le Sang Des Seigneurs จากประเทศฝรั่งเศส

ตลอดระยะเวลาที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจมากกว่า 35 ปี บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในการคัดเลือกสินค้าที่จัดจำหน่ายจากผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีในการผลิตเป็นของตนเองและมีมาตรฐานการผลิตที่มีคุณภาพ เพื่อคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ทำให้บริษัทฯ เติบโตอย่างต่อเนื่อง และได้รับความไว้วางใจในการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าชั้นนำที่มีชื่อเสียงระดับโลก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงรายเดียวในประเทศไทย (Exclusive Distributor) สำหรับตราสินค้าจำนวน 10 ตราสินค้า ดังนี้

AVEBE	เป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงด้านผลิตภัณฑ์แป้งมันฝรั่งมากกว่าศตวรรษ และเป็นหนึ่งในผู้ผลิตแป้งมันฝรั่งและแป้งโมดิฟายด์จากมันฝรั่งที่มีขนาดใหญ่ที่สุดระดับโลก ซึ่งมีฐานการผลิตหลักในทวีปยุโรป
IGRECA	ผลิตภัณฑ์ไข่ผง ซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบ และส่วนผสมสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร (Food Ingredient) เพื่อเพิ่มโปรตีน และเนื้อสัมผัสให้กับผลิตภัณฑ์อาหารหลากหลายชนิด IGRECA เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไข่ผงประเภทต่างๆ รายแรกในประเทศฝรั่งเศส และเป็นผู้นำตลาดในผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในทวีปยุโรป

JB Cocoa	ผลิตภัณฑ์โกโก้จากประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเมล็ดโกโก้ที่มีขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในทวีปเอเชีย ประกอบไปด้วยผงโกโก้เกรดต่างๆ (Cocoa Power) เนื้อโกโก้บด (Cocoa Mass) และไขมันโกโก้ (Cocoa Butter)
Betty Crocker	ตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่งสำหรับสินค้าประเภทแป้งผสมสำเร็จรูปสำหรับทำผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา
Nature Valley	ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ธัญพืชแห้งที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็นที่นิยมในประเทศสหรัฐอเมริกา และส่งออกทั่วโลก
Old El Paso	ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเม็กซิกันสำเร็จรูป ที่สะดวกในการปรุงด้วยตนเอง
Progresso	ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ซุปกระป๋องระดับพรีเมียม คัดสรรวัตถุดิบเกรดคุณภาพ และให้คุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วน
Bugles®	เป็นตราสินค้าขนมขบเคี้ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในประเทศสหรัฐอเมริกา
Orana	ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์จากผลไม้เพื่อเป็นส่วนผสมสำหรับ เครื่องดื่ม เบเกอรี่ ขนมหวานและ
	ผลิตภัณฑ์นม เช่น แยมผลไม้สำหรับสอดไส้ขนมอบ (Bake Stable Jam) ผลไม้กวนสำหรับสอดไส้
Osterberg	และแต่งหน้าขนม (Fruit Filling) เนื้อผลไม้สำเร็จรูป (Fruit Crush) น้ำผลไม้ผสมชนิดเข้มข้น (Fruit Compound) น้ำเชื่อมรสผลไม้ (Syrup) เจลเคลือบหน้าขนม (Glazing)

และบริษัทฯ ได้รับแต่งตั้งเป็นตัวแทนผู้จำหน่ายอย่างเป็นทางการ (Authorized Distributor) สำหรับตราสินค้า “CP Kelco” ซึ่งเป็นตราสินค้าของผลิตภัณฑ์กลุ่ม Bio Gum และ Food Gum เช่น Xanthan Gum, Gellan Gum, Carrageenan, Pectin 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”, “WINSWEET”, “แป๊ะยิ้ม”, “ไบเฟิร์นเขียว”, “ไบเฟิร์นแดง” “WINNER” และ “ลิลลี่” ซึ่งตราสินค้านี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเอง และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำเข้าจากต่างประเทศแต่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสินค้าของบริษัทฯ เอง โดยผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าบริษัทฯ นั้นพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะและมีมาตรฐานการผลิตที่เป็นที่เชื่อถือและสามารถตรวจสอบได้

2.1.2 การตลาดและการแข่งขัน

(ก) นโยบายการแข่งขันและจำหน่ายผลิตภัณฑ์

จากการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นผู้มีความรู้ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการจัดหา คัดสรรวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลายาวนาน บริษัทฯ จึงได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าอย่างกว้างขวางว่า เป็นหนึ่งในผู้นำเข้า ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน ทั้งในด้านความหลากหลายและความครบวงจรของผลิตภัณฑ์ รวมถึงระบบบริหารจัดการที่เป็นระบบ

บริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบการบริหารคุณภาพ ISO 9001:2015 มาตรฐาน HACCP และได้รับการรับรองระบบการผลิตจากการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายรักษาความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะลูกค้าและคู่ค้าของบริษัทฯ และมีกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1) การคัดสรรเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับโลกอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการจัดหาวัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารที่ใช้ในการแปรรูปอาหารมานานกว่า 30 ปี ทำให้บริษัทฯ มีข้อมูลของผู้ผลิตและแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐานการผลิตที่ทั่วทุกมุมโลก โดยบริษัทฯ จะทำการคัดเลือกผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีในการผลิตเป็นของตนเองและมีมาตรฐานการผลิตเป็นที่ยอมรับ รวมถึงมีความเชี่ยวชาญในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากบริษัทฯ จำเป็นต้องได้รับข้อมูลสนับสนุนด้านเทคนิคจากฝ่ายวิจัยและพัฒนาของผู้ผลิต เพื่อให้สามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าในการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ไปใช้ในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในขณะเดียวกัน จากความได้เปรียบด้านความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์อาหาร บริษัทฯ มีนโยบายให้ความสำคัญกับการดูแลลูกค้า เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วยการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และราคาสอดคล้องตรงกับความต้องการ หรือจัดหาสินค้าอื่นเพื่อทดแทนวัตถุดิบหรือส่วนผสมอื่นที่จะเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ของลูกค้าให้มีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนด และบริการให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า โดยการนำเสนอเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร รวมทั้งนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มผลกำไรของลูกค้า

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 ไม่ว่าจะเป็นเครื่องตีผง ประเภทชา กาแฟหรือผงปรุงรส และแป้งผสมต่างๆ รวมทั้งการแบ่งบรรจุผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลายขนาด โดยมีแผนทั้งในส่วนการรับจ้างแบ่งบรรจุตามความต้องการของลูกค้า และการแบ่งบรรจุสินค้าที่บริษัทฯ นำเข้าและผลิตเอง โดยการแบ่งบรรจุสินค้านี้ดังกล่าวเพื่อขยายและกระจายสินค้าไปยังช่องทางและกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น

5) รักษา และมุ่งสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับลูกค้าของบริษัทฯ โดยมุ่งสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ด้วยการให้บริการให้คำปรึกษาด้านเทคนิคแก่ลูกค้าและดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด ซึ่งฝ่ายขายของบริษัทฯ จะมีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีอาหาร

เป็นผู้มีหน้าที่ติดต่อกับลูกค้า เพื่อทราบถึงความต้องการของลูกค้า และจัดหาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า 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) สร้างตราสินค้าของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคให้เป็นที่ยอมรับ

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

• ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

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

- 1) **ลูกค้าอุตสาหกรรม (Industry)** ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารและเบเกอรี่ ทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล โดยกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปผ่านกระบวนการผลิตของตนเองก่อนนำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภค เช่น ผู้ผลิตเบเกอรี่สำเร็จรูป ผู้ผลิตเบเกอรี่ ผู้ผลิตก๋วยเตี๋ยว ผู้ผลิตวันเส้น ผู้ผลิตน้ำผลไม้และเครื่องดื่ม ผู้ผลิตอาหารกระป๋อง ผู้ผลิตอาหารแช่แข็ง ผู้ผลิตซอสและเครื่องปรุงรส ผู้ผลิตนมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับนม และผู้ผลิตเบเกอรี่ขนาดใหญ่และขนาดกลาง
- 2) **ลูกค้าผู้ที่ให้บริการทางด้านอาหาร (Food service)** เป็นกลุ่มลูกค้าที่นำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปใช้เองโดยตรงและผ่านกระบวนการผลิตเพื่อได้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน เช่น โรงแรม สายการบิน ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการอาหาร (Catering) ภัตตาคาร ร้านอาหาร และร้านเบเกอรี่ที่มีลักษณะเชน
- 3) **ลูกค้าผู้บริโภคทั่วไป (Consumer)** เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าของบริษัทฯ ไปใช้เพื่อการบริโภคผ่านช่องทางร้านค้าปลีกหรือร้านค้าออนไลน์ของบริษัทฯ และผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการจากร้านให้บริการด้านอาหาร (Délicé) ของบริษัทฯ โดยตรง

• ช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มลูกค้า ได้แก่ ช่องทางการจำหน่ายแก่ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเบเกอรี่ (Industry) ช่องทางการจำหน่ายแก่ผู้ให้บริการด้านอาหาร (Food service/HoReCa) เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และร้านเบเกอรี่ในลักษณะเชน ช่องทางการค้าปลีกไปยังผู้บริโภค

โดยจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ร้านให้บริการด้านอาหาร และช่องทางการจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์ ขายสินค้าออนไลน์ของบริษัทฯ ดังนี้

1) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหาร (Industry)

บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรง ให้แก่ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหารและเบเกอรี่ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด มากกว่า 500 โรงงานทั่วประเทศ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มลูกค้า ตัวแทนจำหน่าย (Dealer) ที่นำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปจำหน่ายต่อให้โรงงานขนาดเล็ก แต่บริษัทฯ ไม่มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ ผู้ประกอบการดังกล่าวจะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปผ่านกระบวนการผลิตของตนเอง และผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคทั่วไป และ/หรือส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ซึ่งการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายนี้ บริษัทฯ มีทีมงานงานขายที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์อาหารและเทคโนโลยีอาหารโดยเฉพาะ เพื่อให้บริการและให้คำแนะนำทางเทคนิคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อีกทั้งยังร่วมกับลูกค้าเพื่อสรรหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของลูกค้า

2) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ให้บริการด้านอาหาร (Food Service)

บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรงให้กับผู้ให้บริการด้านอาหาร ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรม ภัตตาคาร และร้านอาหาร ผู้ให้บริการด้านอาหาร (Catering) ร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ในลักษณะเช่น ร้านเบเกอรี่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด และแผนกเบเกอรี่ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยผู้ประกอบการดังกล่าวจะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ 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 โดยมุ่งเน้นลูกค้าในกรุงเทพและปริมณฑล จังหวัดใหญ่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และจังหวัดที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูง

สำหรับการจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกดั้งเดิม กระบวนการในสินค้าจะถูกโอนไปยังร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกดั้งเดิมทันทีที่บริษัทฯ ส่งมอบสินค้า ซึ่งหากเกิดความเสียหายในสินค้าภายหลังส่งมอบสินค้า บริษัทฯ ไม่มีการระงับความรับผิดชอบในมูลค่าของสินค้านั้นๆ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะพิจารณารับคืนสินค้าในบางกรณี อาทิ รับคืนสินค้าเฉพาะสินค้าที่อายุสินค้าน้อยกว่า 3 เดือน เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้าของบริษัทฯ และเป็นการรักษาภาพพจน์ของตราสินค้าและภาพพจน์บริษัทฯ ในฐานะผู้นำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่าย

4) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคช่องทางการจำหน่ายผ่านร้านค้าออนไลน์ (Online Shopping)

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่ก้าวเข้าสู่ยุคสังคมไร้เงินสด จึงได้นำแพลตฟอร์มของร้านค้าออนไลน์เพื่อวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางร้านค้าออนไลน์ภายใต้เว็บไซต์ “Winner & CO” (www.winnerandco.com) โดยสินค้าที่วางจำหน่ายเป็นสินค้าที่บริษัทฯ นำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สเปน อิตาลี ออสเตรเลีย สิงคโปร์ จีน ญี่ปุ่น และเกาหลี สำหรับกลุ่มสินค้าที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบด้วย กลุ่มขนมและอาหารเช้า (Snack & Cereal) กลุ่มเครื่องดื่ม (Beverage) กลุ่ม

วัตถุดิบปรุงอาหาร (Gourmet Foods) กลุ่มวัตถุดิบเบเกอรี่ (Bakery Ingredient) กลุ่มของขวัญและกระเช้า (Gifts & Hampers) กลุ่มสินค้าแช่แข็ง (Frozen Products) และกลุ่มสุขภาพและความงาม (Health & Personal Care)

นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ได้รับมอบหมายรับรองการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง อันถือเป็นเอกสารรับการจดทะเบียนของธุรกิจที่นำเสนอขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์อย่างถูกต้อง จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ซึ่งคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่สคบ. กำหนดจึงเป็นการรับรองได้ถึงการขายสินค้าที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

(ข) ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

เศรษฐกิจไทยในปี 2563 ยังคงชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อทั่วโลก ภาครัฐต้องใช้นโยบายการล็อกดาวน์ การจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศ รวมถึงการเว้นระยะห่างทางสังคม เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ซึ่งส่งผลกระทบให้เกิดการหดตัวของภาคเอกชนจากมาตรการปิดสถานประกอบการต่างๆ เพื่อการเว้นระยะห่างทางกายภาพ การชะงักของการลงทุนภาคเอกชนจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การลดลงของการส่งออกสินค้าจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลก และการท่องเที่ยวที่หายไปจากการจำกัดการเดินทางเข้าประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และจากปัญหาการระบาดในต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยเชิงลบเพิ่มเติมจากความตึงเครียดทางการเมืองภายในประเทศในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี อย่างไรก็ตาม ภาครัฐได้ออกมาตรการเพื่อช่วยเหลือทั้งภาคธุรกิจและภาคครัวเรือน ซึ่งมีทั้งมาตรการพักชำระหนี้ การปรับโครงสร้างหนี้ และออกมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายในประเทศ ผ่านโครงการต่างๆ และเริ่มผ่อนคลายนโยบายให้นักท่องเที่ยวประเภทพิเศษ (STV) เดินทางเข้าไทยได้ในช่วงปลายเดือนตุลาคม 2563 ส่งผลให้การใช้จ่ายภายในประเทศเริ่มฟื้นตัวดีขึ้นในช่วงปลายปี อย่างไรก็ตาม ในด้านการแข่งขันกันของผู้ประกอบการในปัจจุบัน ผลจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ส่งผลให้ธุรกิจมีการแข่งขันกันสูงขึ้น สำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและความงามนั้นได้รับผลกระทบเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจท่ามกลางภาวะความผันผวนของเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในปัจจุบัน

ในด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรม สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ตามประเภทผลิตภัณฑ์ของบริษัทดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์กลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์เพื่ออุตสาหกรรม

ลูกค้าหลักของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้คือโรงงานอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป บะหมี่ ก๋วยเตี๋ยว วุ้นเส้น น้ำผลไม้ เครื่องดื่ม อาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง เบเกอรี่ และอื่นๆ บริษัทฯ จึงนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพอย่างหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ 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 ส่วนมากจะเน้นการขายสินค้าผ่านห้างค้าปลีก

โมเดิร์นเทรดเพียงช่องทางเดียว จากการที่บริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มนี้ผ่านทั้ง 2 ช่องทางดังกล่าวข้างต้น ทำให้บริษัทฯ มีศักยภาพในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง เนื่องจากบริษัทฯ สามารถเพิ่มปริมาณการขายผ่านช่องทางการระบายสินค้าไปยังกลุ่มผู้ให้บริการด้านอาหารอีกช่องทางหนึ่ง

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

ด้านการแข่งขันในช่องทางผู้ให้บริการอาหาร ลูกค้าย่อยนี้มีจำนวนมากและมีความต้องการสินค้าหลายชนิด มีความถี่ในการสั่งซื้อสูงแต่ปริมาณการสั่งซื้อครั้งไม่มาก พนักงานขายของบริษัทฯ จึงต้องติดตามงานอย่างใกล้ชิดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงเน้นกลยุทธ์การจัดหาสินค้าให้มีความหลากหลายและการบริการที่รวดเร็ว รวมถึงบริการพัฒนาผลิตภัณฑ์สารผสม (Premix) ให้กับลูกค้า เพื่อให้ตรงตามความต้องการและช่วยลดต้นทุนการผลิตให้แก่ลูกค้าอีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดตั้งหน่วยงานที่ปรึกษาทางเทคนิค ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความชำนาญในการแนะนำการใช้สินค้าผ่านรูปแบบการทำสาธิตและการจัดสัมมนาให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าและสามารถนำสินค้าไปใช้ได้ตรงกับความต้องการมากยิ่งขึ้น

2.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเป็นผู้นำเข้าและผลิต วัตถุดิบ ส่วนผสม เคมีภัณฑ์อาหาร และสารเติมแต่งคุณสมบัติของอาหาร ตลอดจนผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทย ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 90.3 ของยอดซื้อรวมในปี 2563 และ ยอดการสั่งซื้อสินค้าในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 9.7 ของยอดซื้อรวมในปี 2563

บริษัทฯ มีสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าและวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ และผู้จัดจำหน่ายในประเทศ ดังนี้

มูลค่าซื้อสินค้าและวัตถุดิบ	2561		2562		2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ต่างประเทศ	991.3	92.3	1,011.1	92.7	1,014.9	90.3
ในประเทศ	82.8	7.7	79.3	7.3	108.6	9.7
รวมมูลค่าซื้อ	1,074.1	100.0	1,090.4	100.0	1,123.5	100.0

ในปี 2563 บริษัทฯ มีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 10 รายแรกของบริษัทฯ คิดเป็นสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 66.5 ของมูลค่าสั่งซื้อทั้งหมด โดยมีการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ที่มีสัดส่วนการสั่งซื้อเกินกว่าร้อยละ 10 จำนวน 2 ราย ซึ่งบริษัทฯ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวมาเป็นระยะเวลายาวนาน จึงมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวมาโดยตลอด

(ก) การนำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายประมาณร้อยละ 93.1 ของรายได้จากการจัดจำหน่ายรวมในปี 2563 เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งในการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายแต่ละราย บริษัทฯ จะพิจารณาจากผู้ผลิตที่จำหน่ายวัตถุดิบส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารที่มีคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งในด้านคุณภาพและราคาเป็นหลัก เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายจะมีแหล่งกำเนิดของวัตถุดิบที่แตกต่างกัน ทำให้วัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารของผู้ผลิตแต่ละรายมีคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ทั้งนี้ ในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งต้องมีใบรับรองคุณภาพจากผู้ผลิตและมีเอกสารระบุรายละเอียดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน เนื่องจากลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการโรงงานแปรร

รูปอาหาร โดยเฉพาะผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหารเพื่อการส่งออกจำเป็นต้องทราบแหล่งกำเนิด คุณภาพและมาตรฐาน และรายละเอียดคุณสมบัติของวัตถุดิบที่ชัดเจนก่อนที่นำไปผลิต และยังใช้เอกสารดังกล่าวเป็นเอกสารอ้างอิงสำหรับการส่งออก

(ข) การผลิตสินค้าภายใต้สายการผลิตของบริษัทฯ เพื่อจำหน่าย

โรงงานที่ใช้ดำเนินการผลิตของบริษัทฯ ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน พื้นที่รวม 5 ไร่ 3 งาน 76 ตารางวา มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 4,700 ตารางเมตร สินค้าที่บริษัทฯ ผลิตด้วยสายการผลิตของบริษัทฯ เพื่อจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ส่วนผสมที่ใช้ในการแปรรูปอาหารและเบเกอรี่ (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 ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการแปรรูปอาหารและเบเกอรี่ (Food Ingredient) เช่น ผงโกโก้ ช็อกโกแลต เครื่องเทศ ลูกเกด อัลมอนต์ ทั้งนี้ บริษัทฯ ผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์ขนาดต่างๆ เพื่อจัดจำหน่ายโดยตรง และรับจ้างแบ่งบรรจุให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ

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

1) กำลังการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิต

ปริมาณกำลังการผลิตสูงสุดในปี 2563 เท่ากับ 9,492 ตัน และมีปริมาณการผลิตจริงเท่ากับ 4,424 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2562 จำนวน 138 ตัน โดยมีรายละเอียดกำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการใช้กำลังการผลิตในระหว่างปี 2561 ถึงปี 2563 ดังนี้

		ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563
กำลังการผลิตสูงสุด	ตัน	9,492	9,492	9,492
ปริมาณการผลิตจริง	ตัน	4,052	4,286	4,424
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	42.7	45.2	46.6





2) ระบบคุณภาพและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีมาตรการในการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอย่างเข้มงวด โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานประกันคุณภาพที่จะตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบตั้งแต่ต้นทาง เริ่มจากขั้นตอนรับวัตถุดิบเก็บเข้าคลังสินค้าเพื่อเตรียมการผลิต ตรวจสอบวัตถุดิบก่อนที่จะนำไปผลิต จนถึงตรวจผลิตภัณฑ์ภายหลังการผลิตก่อนนำมาบรรจุเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ซึ่งการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพที่เข้มงวดนั้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน สะอาด และปลอดภัย

บริษัทฯ ยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้กระบวนการผลิตสินค้าและบริการได้ตามข้อกำหนดของมาตรฐานสากลต่างๆ โดยในปี 2563 บริษัทฯ ได้จัดทำระบบมาตรฐานควบคุมดูแลความปลอดภัยในทุกกระบวนการผลิตอาหาร เพื่อป้องกันอันตรายและสิ่งปนเปื้อนในอาหาร (HACCP: Hazard Analysis Critical Control Point) มาใช้ในการควบคุมการผลิต ซึ่งเป็นการจัดการด้านการควบคุมการผลิตโดยเน้นการจัดการจุดที่วิเคราะห์แล้วว่า เป็นจุดที่สำคัญหรือจุดวิกฤตในการควบคุมอันตรายไม่ให้ไปสู่ผู้บริโภค โดยได้รับการรับรองจาก Intertek เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2563

ทั้งนี้ ถือเป็นอีกหนึ่งก้าวสำคัญของบริษัทฯ ในฐานะผู้นำเข้า ผลิต และจัดจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหาร ในการพัฒนาระบบบริหารคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ บริการที่

เพื่อให้ได้ บุคลากรที่เชี่ยวชาญในกลุ่มธุรกิจอาหาร และตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทได้อย่างยั่งยืน รวมถึงเพื่อให้บริษัทฯ มีระบบคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัยที่ได้รับการยอมรับ ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก สถาบันต่างๆ ดังนี้

รายละเอียด		2561	2562	2563
	มาตรฐานการทำงาน/มาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ (Quality Management System) ISO 9001:2015 ขององค์การนานาชาติว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization - ISO) รับรองโดย BSI GROUP (THAILAND) CO., LTD (“BSI”)	✓	✓	✓
	มาตรฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร จาก Intertek Industry and Certification Services (Thailand) Limited - Food Safety Management Systems, GMP (Good Manufacturing Practice)	✓	✓	✓
	มาตรฐาน “ฮาลาล” จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำตาลไอซิ่ง, น้ำตาลบด, เกล็ดชิ่ง ชูการ์, น้ำตาลโชนัท, ผงฟู, เบคเท็กซ์, วินซอฟท์, วินกัม, แป้งสำเร็จรูปสำหรับทำแพนเค้ก, แป้งทอดกรอบ, แป้งข้าวโพด, ผงโกโก้, เบคพลัส, ผงสำหรับทำคัสตาร์ดสำเร็จรูป, แป้งกวนไส้, อัลมอนต์, คูเวอร์เจอร์ช็อคโกแลต, โรลโอ้ต, แครนเบอร์รี่อบแห้ง, ลูกเกดดำ, ลูกเกดเหลือง, วินสวีท, ซอฟท์เสิร์ฟ, เม็ดมะม่วงหิมพานต์, คอมพาวด์ช็อคโกแลต	✓	✓	✓
	มาตรฐานควบคุมดูแลความปลอดภัยในทุกกระบวนการผลิตอาหาร เพื่อป้องกันอันตรายและสิ่งปนเปื้อนในอาหาร HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) ซึ่งได้รับการรับรองโดย Intertek Industry and Certification Services (Thailand) Limited	-	-	✓

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้ตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้วยการจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของนิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน ซึ่งในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ผลการตรวจวัดเป็นไปตามเกณฑ์ของนิคมฯ ดังต่อไปนี้

ตารางรายงานผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำเสียในสถานประกอบการ

ลำดับ	วันที่ รายงานผล	สถานที่เก็บตัวอย่าง	พารามิเตอร์	วิธีการวิเคราะห์	วิเคราะห์โดย	ผล วิเคราะห์	หน่วยวัด	มาตรฐาน ^{1/}	ผล เปรียบเทียบ
1	7 ก.พ. 2561	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บก. แอนาไลติคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	7	mg/l	500	ผ่าน
2	4 เม.ย. 2561	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บก. แอนาไลติคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	5	mg/l	500	ผ่าน
3	6 มิ.ย. 2561	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บก. แอนาไลติคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	3	mg/l	500	ผ่าน
4	1 ส.ค. 2561	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บก. แอนาไลติคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	Not Detected ^{2/}	mg/l	500	ผ่าน
5	3 ต.ค. 2561	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บก. แอนาไลติคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	2	mg/l	500	ผ่าน
6	1 ธ.ค. 2561	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บก. แอนาไลติคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	Not Detected ^{2/}	mg/l	500	ผ่าน
7	6 ก.พ. 2562	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บก. แอนาไลติคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	3	mg/l	500	ผ่าน
8	6 เม.ย. 2562	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บก. แอนาไลติคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	Not Detected ^{2/}	mg/l	500	ผ่าน
9	5 มิ.ย. 2562	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บก. แอนาไลติคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	3	mg/l	500	ผ่าน
10	7 ส.ค. 2562	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บก. แอนาไลติคอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	3	mg/l	500	ผ่าน

ลำดับ	วันที่ รายงานผล	สถานที่เก็บตัวอย่าง	พารามิเตอร์	วิธีการวิเคราะห์	วิเคราะห์โดย	ผล วิเคราะห์	หน่วยวัด	มาตรฐาน ^{1/}	ผล เปรียบเทียบ
11	2 ต.ค. 2562	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บจก. แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	Not Detected ^{2/}	mg/l	500	ผ่าน
12	4 ธ.ค. 2562	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บจก. แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	3.2	mg/l	500	ผ่าน
13	8 ม.ค. 2563	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บจก. แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	17	mg/l	500	ผ่าน
14	1 เม.ย. 2563	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บจก. แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	4.3	mg/l	500	ผ่าน
15	1 ก.ค. 2563	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บจก. แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	3.2	mg/l	500	ผ่าน
16	7 ต.ค. 2563	บ่อบำบัดภายในโรงงาน	BOD	5 Day BOD Test	บจก. แอนาไลติกอล ลาบอราทอรีส์ เซอร์วิส	7.8	mg/l	500	ผ่าน

^{1/} มาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งจากโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรม ประกาศการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยที่ 78/2554 เรื่อง หลักเกณฑ์ทั่วไปในการระบายน้ำเสียเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางในนิคมอุตสาหกรรม

^{2/} Not detected (ND) หมายถึง พารามิเตอร์ดังกล่าวตรวจไม่พบคุณภาพน้ำเสีย หรือมีค่า BOD น้อยกว่าความสามารถของเครื่องวิเคราะห์ที่จะสามารถวิเคราะห์ได้

2.2 ธุรกิจรับจ้างผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว เวชสำอาง เครื่องสำอาง อาหารเสริม และยา (OEM for Skincare & Cosmeceutical, Make up, Food Supplement and Pharmaceutical Product)

2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัท เอสเรติก ซีเคิร์ท (แอท-ซี) จำกัด (บริษัทย่อย) รับจ้างผลิต ประกอบด้วย 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skincare and Cosmeceutical) เครื่องสำอาง (Make up) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement) และยาที่ใช้รักษาโรคผิวหนัง (Pharmaceutical Product) ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้รับใบอนุญาตผลิตเวชสำอางและยาแผนปัจจุบันจาก ออย. และมีการควบคุมคุณภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ได้รับการรับรองภายใต้มาตรฐานสากล ISO 9001:2015, GMP, HACCP และ HALAL

1) ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skincare and Cosmeceutical)

เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าขายดีของบริษัทย่อย เช่น

- ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด เช่น ครีมกันแดดเนื้อครีมผสมวิตามินซี (VIT C BIO FACE UV PROTECTION) หรือครีมกันแดดเนื้อเจลผสมรองพื้นสูตรน้ำ (AQUA PERFECT HOKKAIDO MILK FOUNDATION PHYSICAL SUNSCREEN) เนื้อบางเบาไม่หนักหน้า เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ไวท์เทนนิ่ง เช่น มาร์สปรับสมดุลผิวหน้า (Balancing Mask) เพื่อสุขภาพผิวกระจ่างใสปลอดภัยทุกปัญหาผิวหน้า
- ผลิตภัณฑ์มอยเจอร์ไรเซอร์ เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าสูตรช่วยฟื้นฟูผิว (Defensil Cream) ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวรูปแบบใหม่ที่จะช่วยปรับสมดุลการทำงานให้สอดคล้องตามหลักนาฬิกาของผิว (Hydro Energizing Booster)
- ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว เช่น โลชั่นบำรุงผิวสูตรกันน้ำ (Water Resistant Milky Body Lotion)
- ผลิตภัณฑ์ลดเลือนริ้วรอย เช่น เซรั่มปกป้องผิวจากริ้วรอย (Alp Rose Anti-Perfect Serum)
- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวสำหรับผิวหน้าและผิวกาย เช่น โฟมล้างหน้าสูตรแอกทีฟคาร์บอนผงถ่านเข้มข้น (Detoxifying Charcoal Cleansing Foam)
- สบู่ก้อน เช่น สบู่ล้างหน้า Red Rose Wine Facial Soap
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เพื่อสุขอนามัยสำหรับมือ เช่น แอลกอฮอล์ดำรับน้ำสำหรับทำความสะอาดมือ แอลกอฮอล์ดำรับเจลสำหรับทำความสะอาดมือ

2) เครื่องสำอาง (Make up)

บริษัทย่อยรับจ้างผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์แต่งหน้า เช่น

- ผลิตภัณฑ์ลิป เช่น ลิปลิควิด ลิปสติก และลิปกลอส
- ผลิตภัณฑ์แต่งหน้า เช่น แป้งพัฟเนื้อละเอียด แป้งพัฟผสมสารกันแดด คuschun แป้งฝุ่น translucent
- ผลิตภัณฑ์แต่งหน้าอื่นๆ เช่น โทนาอ์พครีม (Tone-up) บลัชออน เจลเขียนคิ้ว ที่เขียนคิ้วแบบฝุ่นอายไลน์เนอร์ บลัชออนเนื้อฝุ่น ลิปทินท์ เป็นต้น

3) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement Product)

บริษัทย่อยรับจ้างผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารซึ่งสกัดจากสารสกัดธรรมชาติ ทั้งในรูปแบบเม็ดตอก แคปซูล และรูปแบบของ ใต้แก้ว

- กลุ่มควบคุมน้ำหนัก และเสริมกล้ามเนื้อ (Weight Control) เช่น เวย์โปรตีน
- กลุ่มลดเลือนริ้วรอย (Anti-Aging)
- กลุ่มบำรุงผิวพรรณ เช่น กลูต้า (Gluta) ที่ช่วยลดเม็ดสีในผิวให้ผิวกระจ่างใสจากภายใน
- กลุ่มบำรุงกระดูกและข้อต่อ (Bone & Joint) เช่น คอลลาเจน (Collagen) ที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ รวมถึงข้อต่อต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

4) ยาที่ใช้ในการรักษาโรคผิวหนัง (Pharmaceutical Product)

บริษัทย่อยรับจ้างผลิตและจัดจำหน่ายที่ใช้ในการรักษาโรคผิวหนัง เช่น กลุ่มรักษาสิว (Acne Treatment) กลุ่มรักษาฝ้า (Melasma Treatment)

2.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

(ก) นโยบายการแข่งขันและจำหน่ายผลิตภัณฑ์

บริษัทย่อยหรือ “แอท-ซี” ซึ่งได้รับการรับรองระบบบริหารงานต่างๆ โดยบริษัท เอสจีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง และเพื่อให้ระบบบริหารงานต่างๆ ขององค์กรยังคงความทันสมัย มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และเหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน บริษัทฯ จึงได้ทบทวน ปรับปรุงระบบบริหารงานต่างๆ รวมถึงกระบวนการทำงานขององค์กรภายใต้คำแนะนำของที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ ทั้งจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสมาคมเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ พร้อมทั้งเริ่มปรับเปลี่ยนผู้ให้การรับรองระบบบริหารงานขององค์กรเป็นบริษัท ทูฟ นอร์ด (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการตรวจรับรองตามมาตรฐานหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอางในระดับสากล เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทฯ อีกทั้ง แอท-ซี ยังใช้มาตรฐานโครงสร้างพื้นฐานสภาพแวดล้อมของการทำงานที่มีความสะอาด ปลอดภัย และปราศจากเชื้อแบคทีเรีย ในระดับอุตสาหกรรมยา เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและเสริมอาหารของบริษัทฯ นั้นถูกควบคุมอยู่ในสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสม รวมทั้งใช้ควบคุมคุณภาพการผลิตในทุกขั้นตอน เพราะในฐานะผู้ผลิตและให้บริการสร้างแบรนด์สุขภาพความงามที่มีคุณภาพ มุ่งเน้นพัฒนา และปรับปรุงมาตรฐานการผลิตให้มีระดับสูงอยู่เสมอ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงยิ่งขึ้นและสร้างประโยชน์แก่ผู้บริโภคมากที่สุด

นอกจากนี้ แอท-ซี ได้กำหนดนโยบายการรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะลูกค้าและคู่ค้า อีกทั้งมีกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1) การคัดสรรและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

แอท-ซี มีทีมงานที่มีประสบการณ์และเชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสรรหาวัตถุดิบ มีนโยบายให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำออกจำหน่าย อาทิ คุณภาพวัตถุดิบ ได้คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากประเทศผู้ผลิตชั้นนำของโลก

เช่น ยุโรป อเมริกา มีการตรวจสอบทุกกระบวนการและพิธีพิธีทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิตจนออกมาเป็นสินค้าสำเร็จรูป เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตั้งแต่รับความต้องการของลูกค้าจนถึงขั้นตอนการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบให้กับลูกค้าผ่านการทดสอบความคงตัวและการระคายเคืองของผลิตภัณฑ์ จึงมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบให้กับลูกค้านั้นจะมีคุณภาพและความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

2) การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

แอท-ซี มีทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประสบการณ์และเชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของลูกค้า และมีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังรับความต้องการที่แตกต่าง ด้วยการให้บริการพัฒนาสูตรสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงมีทีมผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ให้คำปรึกษาทั้งด้านการสร้างแบรนด์และสารสกัดต่างๆ ที่สำคัญในการนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบความคงตัวและประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

3) รักษาและมุ่งสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

แอท-ซี ให้ความสำคัญกับลูกค้า โดยมุ่งสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า โดยมีหน่วยงานรับซื้อร้องเรียน รวมถึงการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า ตลอดจนนโยบายมุ่งใจลูกค้าโดยจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

4) ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและการสร้างตราสินค้าของบริษัท

แอท-ซี ให้ความสำคัญในความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ ภายนอก ดังนั้นแล้วเพื่อลดผลกระทบจากปัจจัยภายนอกดังกล่าว บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านของแอท-ซีจึงได้วิจัยและพัฒนา ทั้งทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการผลิต รวมไปถึงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ เพื่อสร้างตราสินค้าของบริษัทฯ อันจะตอบสนองต่อความต้องการต่างๆ ของผู้บริโภคและปัจจัยภายนอกโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์โรคระบาดอันเกิดจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งส่งผลกระทบต่อความตระหนักในด้านการรักษาความสะอาด และความงามจากภายใน แอท-ซีจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เพื่อสุขอนามัยสำหรับมือ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสร้างความงามจากภายใน ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างทันทั่วถึง

• ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

แอท-ซี เป็นผู้ให้บริการรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ที่ให้บริการตั้งแต่รับความต้องการของลูกค้าจนถึงขั้นตอนการผลิตออกมาเป็นสินค้าสำเร็จรูป ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแอท-ซี คือกลุ่มลูกค้าบริษัทที่เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม และกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่อยากเป็นเจ้าของแบรนด์

• ช่องทางการจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย

แอท-ซี รับจ้างผลิต ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว เครื่องสำอาง และอาหารเสริม โดยผ่านผู้แทนขายที่ให้บริการแก่ลูกค้าในทุกพื้นที่ ทั้งกรุงเทพฯ และพื้นที่ต่างจังหวัด โดยแบ่งเขตพื้นที่รับผิดชอบตามแต่ละภูมิภาคเพื่อความสะดวกในการเข้าพบและให้บริการกับลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังได้มีการนำเอาเครื่องมือการสื่อสารออนไลน์ต่างๆ มาช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าในวงกว้าง อาทิ เฟสบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์หลักที่เข้าถึงทุกกลุ่มลูกค้าและเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย และอินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) ได้เป็นอย่างดี รวมถึงสื่อสมัยใหม่อย่าง ดิกต็อก (Tik Tok) ก็เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน อีกทั้งยังครอบคลุมไปถึง LINE Official ที่ผู้สนใจสามารถติดตามข่าวสาร รวมถึงได้ตอบกับทางเจ้าหน้าที่ได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

นอกจากนี้ แอท-ซี ยังได้ขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางมาร์เก็ตเพลส (Market Place) อย่าง LAZADA SHOPEE และ JD Central เพื่อใช้เป็นช่องทางกระจายสินค้าให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น ซึ่งมีระบบรองรับเรื่องการชำระสินค้า การจัดส่งสินค้า

อย่างเป็นทางการมาตรฐาน และเพื่อให้ครบทุกช่องทางตามแนวคิดการตลาด 360 องศา (Marketing 360) ทางแอม-ซี ยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมการตลาดแบบออฟไลน์ (Offline Marketing) โดยมีการออกบูธกิจกรรมไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่มลูกค้าและผู้สนใจที่ต้องการสัมผัสหรือลองชิมสินค้าจริงเพื่อประกอบการตัดสินใจ อาทิ การออกบูธขายสินค้าตามอาคารสำนักงานใหญ่ใจกลางเมือง ย่านสาทร สีลม รวมถึงการออกบูธในต่างประเทศ เพื่อขยายฐานลูกค้าที่มีความต้องการนำสินค้าของแอม-ซี เข้าทำการตลาดยังประเทศของตนอีกด้วย

(ข) ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและความงามนั้นได้รับผลกระทบไปในทิศทางเดียวกับภาวะเศรษฐกิจและสถานะที่มีการเปลี่ยนแปลงรอบด้าน อย่างไรก็ตาม คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและความงามจะสามารถเติบโตได้ดี เนื่องจากผู้คนในยุคปัจจุบัน ทั้งเพศชายและหญิงในทุกช่วงวัย โดยเฉพาะในวัยหนุ่มสาว ต่างให้ความสนใจเรื่องสุขภาพ ความงาม และผิวพรรณ รวมทั้งการดูแลตัวเองมากขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ความงามในท้องตลาดเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการเกิดขึ้นของสถาบันความงามที่พร้อมรองรับทุกความต้องการของทุกเพศทุกวัยได้อย่างไม่มีข้อจำกัด จากปัจจัยสนับสนุนดังกล่าว ส่งผลดีต่อรายได้หลักของแอม-ซีที่มาจาก การรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

อย่างไรก็ตาม ในช่วงไตรมาสที่ 1 และ 2 ของปี 2563 นั้นได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อันส่งผลให้เศรษฐกิจทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเกิดการหยุดชะงัก ระยะเวลาและราคาการสั่งซื้อวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำลังซื้อจากภาคต่างๆ ลดลง โดยเฉพาะกลุ่มตลาดสินค้า Personal Care และ Make Up ซึ่งรับผลกระทบจากผู้บริโภคที่ใช้ชีวิตนอกที่พำอาศัยน้อยลง อันส่งผลให้การบริโภคสินค้าดังกล่าวลดลงเช่นเดียวกัน อีกทั้งผลกระทบดังกล่าวนี้ยังคาดว่าจะมีผลกระทบสืบต่อไปอีกจนถึงปี 2564

จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ตลาดโดยรวมชะลอตัว เหตุจากผู้บริโภคระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น ส่งผลให้ภาวะกระแสเงินสดในตลาดหมุนเวียนได้น้อยกว่าที่ควรจะเป็น ทางแอม-ซี จึงพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส สำหรับผู้ที่รู้สีกว่างานประจำในปัจจุบันไม่มั่นคงและต้องการหาแผนสำรองเพื่อเพิ่มความมั่นคงให้กับชีวิต ให้พวกเขาเหล่านั้นสามารถที่จะเลือกทางเดินได้เอง

ดังนั้น แอม-ซี จึงได้ขยายฐานการโฆษณาในช่องทางออนไลน์ รวมถึงเลือกใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่มีชื่อเสียงเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าและทำให้เกิดความเข้าใจ ไว้วางใจ และเชื่อใจที่จะทำธุรกิจโดยมี แอม-ซี เป็นผู้ดูแลเรื่องผลิตภัณฑ์ และด้วยจุดแข็งของแอม-ซี ที่มีสูตรมาตรฐานกว่า 300 สูตร ครอบคลุมทุกความต้องการพื้นฐานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและความงาม รวมถึงยังมีทีมวิจัยและพัฒนาสูตร (Research and Development) ที่พร้อมพัฒนาสูตรตามความต้องการของลูกค้า เพื่อรองรับความต้องการของตลาด (Full Market Coverage) ไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม Mass Market ไปจนถึงกลุ่ม Niche Market ซึ่งนับว่าหาได้ยากในปัจจุบัน

จากที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด แอม-ซี ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพียงแค่นั้นในประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังพร้อมที่จะขยายฐานลูกค้าออกไปยังต่างประเทศ อาทิ CLMV ในเขตประเทศเพื่อนบ้านทั้งหมด รวมถึงแถบตะวันออกกลางที่ให้ความเชื่อมั่นกับผลิตภัณฑ์และสินค้าจากประเทศไทย โดยเมื่อผ่านพ้นสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไปแล้ว แอม-ซีก็พร้อมที่จะออกประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมเพื่อหาผู้ค้าทั้งในส่วน OEM รวมถึง OWN Brand ต่อไป

ในขณะที่ภาวะการแข่งขันของธุรกิจรับผลิตเครื่องสำอาง (OEM) มีการแข่งขันอย่างเข้มข้นมากขึ้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อกระแสสมัยนิยมของผู้ประกอบการ SME ที่มีความประสงค์ที่จะได้สินค้าที่มีนวัตกรรมและมีมาตรฐานในการผลิต ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการ (OEM) จึงต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ดังนี้

- วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของกระแสนิยมด้านความงาม
- สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการ SME โดยการรักษามาตรฐานการผลิตและเน้นการตรวจสอบคุณภาพสินค้า

- ปรับกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ รักษาฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ เพื่อช่วยสนับสนุนลูกค้าในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ (E-Commerce)
- จัดหาพันธมิตรในกลุ่มที่สามารถพัฒนาวัตถุดิบจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศอาเซียน
- ทบทวนและพัฒนากระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตมากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิมหรือน้อยลง
- ทบทวนและพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรทางธุรกิจ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการวัตถุดิบและสินค้าคงคลังได้อย่างเหมาะสม

2.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

(ก) การผลิตสินค้าภายใต้สายการผลิตเพื่อจำหน่าย







โรงงานที่ใช้ดำเนินการผลิต ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา พื้นที่รวม 8 ไร่ 2 งาน 31 ตารางวา โดยสินค้าที่ผลิตภายใต้สายการผลิตเพื่อจำหน่าย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skincare and Cosmeceutical) เครื่องสำอาง (Make up) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement) และยาที่ใช้รักษาโรคผิวหนัง (Pharmaceutical)

1) กำลังการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิต

		ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563
ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skincare and Cosmeceutical)				
กำลังการผลิตสูงสุด	ตัน	560.40	560.40	571.8
ปริมาณการผลิตจริง	ตัน	74.60	38.55	96.36
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	13.31	6.88	16.85
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Make up)				
กำลังการผลิตสูงสุด	ตัน	81.60	81.60	81.60
ปริมาณการผลิตจริง	ตัน	0.30	0.10	0.17
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	0.37	0.12	0.21
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยา (Food Supplement and Pharmaceutical)				
กำลังการผลิตสูงสุด	ตัน	177.60	249.6	246.6
ปริมาณการผลิตจริง	ตัน	0.45	0.04	0.89
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	0.25	0.02	0.36

2) ระบบคุณภาพและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

ในกระบวนการผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยาที่ใช้รักษาโรคผิวหนัง บริษัท เอสเซติก ซีเครท (แอฟ-ซี) จำกัด วางแผนขั้นตอนการผลิต การควบคุมและการตรวจสอบรายละเอียดในทุกๆ ขั้นตอน โดยบุคลากรที่มีความชำนาญการด้านการผลิตในแต่ละส่วนการผลิตโดยเฉพาะ และเครื่องมือทันสมัยเพื่อให้ได้มาซึ่งคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด ทุกส่วนการผลิตในแต่ละผลิตภัณฑ์ดำเนินการผลิตภายใต้ระบบโครงสร้างอาคารการผลิต ระบบการผลิตที่สอดคล้องตามมาตรฐาน และระบบที่เป็นสากล

รายละเอียด		2561	2562	2563
	^{1/} มาตรฐานการทำงาน/มาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ (Quality Management System) ISO 9001:2015 ขององค์กรนานาชาติว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization - ISO) รับรองโดย บริษัท ทูฟ นอร์ด (ประเทศไทย) จำกัด	✓	✓	✓
	^{2/} มาตรฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับระบบมาตรฐานวิธีการที่ดีในการในการผลิตเครื่องสำอาง ISO 22716:2007 Cosmetics-Guidelines on Good Manufacturing Practice (GMP) ขององค์กรนานาชาติว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization - ISO)	✓	✓	-
	ระบบรับรองคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร ตามมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex GMP and HACCP) รับรองโดย บริษัท เอสจีเอส (ประเทศไทย) จำกัด	✓	✓	✓
	มาตรฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับระบบมาตรฐานวิธีการที่ดีในการในการผลิตเครื่องสำอาง (GMP) จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข	✓	✓	✓
	^{3/} มาตรฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับระบบมาตรฐานวิธีการที่ดีในการในการผลิตยา Pharmaceutical Inspection Co-operation Scheme (GMP PICS) จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข	✓	✓	-
	มาตรฐานการผลิตตามหลักศาสนาอิสลาม โดยได้รับการรับรองเป็นรายผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓

หมายเหตุ: ^{1/} ได้ปรับปรุงระบบมาตรฐานขององค์กรและปรับเปลี่ยนผู้ให้การรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2015 จากบริษัท เอสจีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัท ทูฟ นอร์ด (ประเทศไทย) จำกัด ในเดือนตุลาคม 2563

^{2/} ได้ปรับปรุงระบบมาตรฐานขององค์กรและปรับเปลี่ยนผู้ให้การรับรองมาตรฐาน ISO 22716:2007 จากบริษัท เอสจีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัท ทูฟ นอร์ด (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีกำหนดการตรวจประเมินในเดือนเมษายน 2564

^{3/} อยู่ระหว่างการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานต่างๆให้เป็นไปตามมาตรฐานระดับนานาชาติ และปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องตามมาตรฐาน GDP (Good Distribution Practice) ตามข้อกำหนดกฎหมายที่มีการปรับปรุงใหม่

นอกจากนี้ แอท-ซี มีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้ตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการดำเนินการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน สนับสนุนให้มีการคัดแยก ทั้งจากกิจกรรมการผลิต และกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ ขยะปนเปื้อนสารเคมี ขยะเปียกหรือขยะที่ย่อยสลายได้ ขยะทั่วไป และขยะรีไซเคิล ซึ่งขยะแต่ละประเภทจะถูกกำจัดให้ถูกต้อง เพื่อป้องกันการรั่วไหลของสารเคมี รวมถึงยังได้มีการจัดตั้งบ่อบำบัดน้ำเสีย เพื่อทำการบำบัดน้ำเสียที่เกิดจากกิจกรรมการผลิตก่อนปล่อยสู่แหล่งน้ำสาธารณะ ทั้งยังมีกิจกรรมด้านความปลอดภัยอย่างครบถ้วนไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย การตรวจประเมินความเสี่ยงและความปลอดภัยในการทำงาน การฝึกซ้อมเพื่อรับมือกับเหตุฉุกเฉิน เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องในสถานการณ์วิกฤต

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

► ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันรุนแรง

ธุรกิจนำเข้า จัดจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค นั้น มีคู่แข่งจำนวนมาก ทั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้าจากต่างประเทศและผู้ผลิตในประเทศ ประกอบกับสินค้าที่จัดจำหน่ายบางประเภทไม่มีความแตกต่างในคุณลักษณะของสินค้าอย่างเป็นนัยสำคัญ ทำให้มีสินค้าทดแทนได้ง่าย อีกทั้ง เทคโนโลยีในปัจจุบันมีความก้าวหน้ามากขึ้น มีการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่ (start-up) และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จึงส่งผลให้ธุรกิจมีการแข่งขันในด้านราคาสูง โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสมและเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม ซึ่งการแข่งขันที่รุนแรงดังกล่าวอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาในธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ คาดว่า จะมีความเสี่ยงดังกล่าวไม่มากนัก เนื่องจากบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ให้สามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารมากขึ้น ภายใต้เว็บไซต์ www.winnerandco.com และยังคงไว้ซึ่งการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียง มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารในรูปแบบต่างๆ อาทิ ใบบรรรองคุณภาพสินค้า ใบบรรรองแหล่งกำเนิดของสินค้า รวมถึงการให้บริการคำปรึกษาด้านเทคนิคเกี่ยวกับการใช้สินค้าจากประสบการณ์ของผู้บริหารที่ดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลามากกว่า 30 ปี และทีมพนักงานขายที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีอาหารโดยเฉพาะ ทำให้บริษัทฯ เข้าใจความต้องการของลูกค้าผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปเป็นอย่างดี และบริษัทฯ ยังมีความเชี่ยวชาญในการคัดสรรสินค้า และจัดหาสินค้าทดแทนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอีกด้วย

► ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของราคาและปริมาณผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากสินค้าเกษตรที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย

สินค้าเกษตรแปรรูปอาจมีความผันผวนของราคาสินค้าไปตามความต้องการซื้อขายของสินค้าเกษตรในตลาดโลก รวมทั้งปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ในแต่ละปีอาจมีปริมาณไม่คงที่ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศในพื้นที่นั้นๆ หากปริมาณผลผลิตสินค้าเกษตรมีจำกัด อาจส่งผลให้ราคาสินค้าเกษตรปรับตัวสูงขึ้นหรือเปลี่ยนแปลงไป หรืออาจทำให้บริษัทฯ ได้รับการจัดสรรสินค้าจากผู้ผลิตในปริมาณที่จำกัด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสินค้าเกษตรที่บริษัทฯ จำหน่าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งซึ่งแปรรูปมาจากข้าวสาลี มันฝรั่ง และข้าวโพด ผลิตภัณฑ์กลุ่มโกโก้ ผลิตภัณฑ์กลุ่มมากรินและเนยขาว ผลิตภัณฑ์กลุ่มน้ำตาล ผลิตภัณฑ์กลุ่มผักผลไม้ และอาหารทะเลแช่แข็ง ไข่ผง ลูกเกด และอัลมอนต์ โดยในปี 2563 บริษัทฯ ได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปมาจากสินค้าเกษตร คิดเป็นร้อยละ 31.3 ของรายได้จากการขาย และผลิตภัณฑ์ที่มีรายได้จากการจำหน่ายสูงสุดในกลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูป คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มโกโก้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.8 ของรายได้จากการขายทั้งหมด รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มมากรินและเนย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.7 ของรายได้จากการขายทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ นำเข้าสินค้าเกษตรแปรรูปจากผู้ผลิตในต่างประเทศซึ่งดำเนินการแปรรูปสินค้าเกษตรเป็นสินค้าสำเร็จรูป ผู้ผลิตในต่างประเทศดังกล่าวจึงมีการป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบโดยการทำสัญญาซื้อขายสินค้าเกษตร เช่น ข้าวสาลี ล่วงหน้าไว้แล้วระดับหนึ่ง ผู้ผลิตจะเสนอราคาแบ่งให้กับบริษัทฯ ล่วงหน้าเป็นรายไตรมาส และคงราคาเสนอขายให้กับบริษัทฯ อย่างน้อยสามเดือน หากผู้ผลิตประสงค์จะปรับราคาสินค้า ทางผู้ผลิตจะต้องแจ้งให้บริษัทฯ ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 1 รอบของการสั่งซื้อ บริษัทฯ จึงมีช่วงเวลาในการปรับราคาสินค้าในแต่ละครั้ง (Grace period) โดยอาจจะยื่นราคาสินค้าให้กับลูกค้า

อย่างน้อย 1 รอบของการสั่งซื้อ ก่อนที่จะปรับราคาตามราคาตลาดที่แท้จริง เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ประกอบกับลักษณะการจัดหาหรือการสั่งซื้อสินค้าเกษตรแปรรูป รวมทั้งแป้งสาลีและแป้งมันฝรั่ง จะเป็นการจับคู่ระหว่างคำสั่งซื้อของลูกค้ากับการเสนอซื้อสินค้าของบริษัทฯ จากผู้ผลิต ซึ่งเป็นปกติของธุรกิจที่มีลักษณะเป็นตัวแทนการจัดจำหน่ายสินค้า ทำให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคาสินค้าในตลาดโลกลดลง

นอกจากนี้ ผู้บริหารของบริษัทฯ มีประสบการณ์ในการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปมากกว่า 30 ปี ประกอบกับการบริหารความเสี่ยงโดยฝ่ายขายสินค้าอุตสาหกรรมที่คอยติดตามความเคลื่อนไหวของแนวโน้มราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง เช่น ข้าวสาลี มันฝรั่ง ข้าวโพด เมล็ดโกโก้ น้ำมันปาล์ม อีกทั้งยังสอบถามสถานการณ์ตลาดจากลูกค้าและผู้ผลิตเป็นระยะ โดยผู้ผลิตแต่ละรายที่บริษัทฯ นำเข้าสินค้าจะแจ้งความเคลื่อนไหวของราคาสินค้าเกษตรที่แปรรูปสินค้าเกษตรทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลง จากนั้นฝ่ายขายอุตสาหกรรมจะนำข้อมูลจากผู้ผลิตมาตรวจสอบความสอดคล้องกับภาวะตลาดในประเทศ และแจ้งกลับไปยังผู้ผลิตเพื่อเจรจาต่อรองหรือร่วมกันกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้บริษัทฯ ทราบถึงแนวโน้มทั้งด้านราคาและปริมาณในอนาคตเป็นอย่างดี ในกรณีที่ราคามีแนวโน้มสูงขึ้น บริษัทฯ จะดำเนินการวางแผนการสั่งซื้อให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของลูกค้า พร้อมปรับกลยุทธ์ราคาให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ โดยยังคงรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และในกรณีที่บริษัทฯ ได้รับการจัดสรรสินค้าดังกล่าวในปริมาณที่จำกัด บริษัทฯ อาจจัดหาผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทดแทนความต้องการของลูกค้าเพื่อลดผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าความไม่แน่นอนของราคาและปริมาณของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ บริษัทฯ จึงมีนโยบายกระจายความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนดังกล่าวด้วยการเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคให้สูงขึ้น ซึ่งเป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายอื่น โดยในปี 2563 บริษัทฯ มีสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าในกลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม เท่ากับร้อยละ 42 และกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค เท่ากับร้อยละ 58

► ความเสี่ยงจากการความไม่แน่นอนของต้นทุนการนำเข้าผลิตภัณฑ์

ในปี 2563 บริษัทฯ นำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายประมาณร้อยละ 90.3 ของมูลค่าสั่งซื้อทั้งหมดของบริษัทฯ บริษัทฯ ใช้การขนส่งทางเรือเป็นหลัก เพื่อนำเข้าผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ ซึ่งค่าขนส่งดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนขายของผลิตภัณฑ์ โดยที่การเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าระวางเรือในการขนส่งจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับราคาน้ำมันในตลาดโลก หากราคาน้ำมันปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลให้อัตราค่าระวางเรือปรับเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน ในขณะเดียวกัน หากราคาน้ำมันปรับตัวลดลงก็อาจส่งผลให้อัตราค่าระวางเรือต่ำลงได้ การเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าขนส่งจึงส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายของบริษัทฯ และอาจมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการต้นทุนค่าระวางเรือ โดยเลือกใช้บริการจากสายเรือหรือตัวแทนสายเรือ (Freight Forwarder) ที่หลากหลาย ซึ่งทำให้สามารถเปรียบเทียบและต่อรองเพื่อให้ได้อัตราค่าระวางเรือที่ดีที่สุด นอกจากนี้ ในกรณีที่ต้องจัดซื้อค่าระวางเรือสำหรับสินค้าหลักที่มีปริมาณและความถี่ในการนำเข้าสูง บริษัทฯ จะต่อรองขอให้สายเรือ หรือตัวแทนสายเรือยื่นอัตราค่าระวางเรืออย่างน้อย 3 เดือน เพื่อลดความผันผวนของต้นทุนในส่วนนี้

► ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญาตัวแทนจำหน่าย หรือ ผู้ผลิตในต่างประเทศแต่งตั้งตัวแทนอื่นจัดจำหน่ายในประเทศไทย

บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายของผลิตภัณฑ์วัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม เช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่มแป้งมันฝรั่ง สารเติมแต่งและสารเสริมคุณสมบัติอาหาร และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค เช่น ขนมขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบอาหารและเบเกอรี่ ฯลฯ โดยรูปแบบของสัญญาเป็นทั้งตัวแทนจำหน่ายเพียงรายเดียวในประเทศไทย และเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ มีอายุสัญญา 1-5 ปี ภายหลังจากครบกำหนดอายุสัญญา สัญญาดังกล่าวจะได้รับการต่ออายุโดยอัตโนมัติจนกว่าคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะมีหนังสือยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร ในกรณีที่บริษัทฯ ไม่ได้รับการต่อสัญญา หรือผู้ผลิตต่างประเทศแต่งตั้งตัวแทนอื่นจัดจำหน่ายในประเทศไทย จะทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเพื่อจัดจำหน่าย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

ในปี 2563 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในกลุ่มสินค้าที่บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 56.7 ของรายได้จากการขายทั้งหมด ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ เชื่อมั่นว่า บริษัทฯ ประกอบธุรกิจร่วมกับคู่ค้าผู้ให้สิทธิการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่บริษัทฯ โดยส่วนใหญ่มานานมากกว่า 10 ปี และตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับคู่ค้ามาโดยตลอดซึ่งบริษัทฯ สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขการค้าที่ตกลงในสัญญาและสามารถสร้างยอดขายสินค้าที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้รับความไว้วางใจจากคู่ค้าในการต่ออายุสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์มาโดยตลอด ผู้บริหารจึงเชื่อมั่นว่า บริษัทฯ มีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการต่อสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายในระดับต่ำ

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

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

ทั้งนี้ ในปี 2563 บริษัทฯ สั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศทั้งหมดประมาณ 76 ราย โดยสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศรายใหญ่รายหนึ่งมีสัดส่วนมูลค่าสั่งซื้อร้อยละ 22.6 ของมูลค่าสั่งซื้อทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งผู้ผลิตในต่างประเทศรายใหญ่นั้น บริษัทฯ ได้สิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าปริมาณการสั่งซื้อดังกล่าวไม่เป็นการกระจุกตัวกับผู้ผลิตในต่างประเทศรายใดรายหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญ และในปี 2563 บริษัทฯ ไม่มีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตต่างประเทศรายใดเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดสั่งซื้อรวมในปีนั้นๆ

► ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าของบริษัทฯ อาจติดต่อซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยตรง

บริษัทฯ มีลักษณะการประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้านำเข้าเป็นหลัก ซึ่งรายได้หลักของการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้านำเข้า คือ รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีรายได้อื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ รายได้ค่านายหน้า ซึ่งเป็นรายได้ที่เกิดจากลูกค้ากลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมบางรายของบริษัทฯ ที่มีปริมาณคำสั่งซื้อสูง ติดต่อซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยตรง เพื่อที่ลูกค้าสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและควบคุมอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้วยตนเอง โดยบริษัทฯ จะทำหน้าที่ให้บริการและประสานงานด้านเอกสารทั้งหมดรวมทั้งติดตามการนำเข้า (Shipment) สินค้าดังกล่าว เช่น การติดตามการนำสินค้าลงเรือ การติดตามสายการบินเรือที่นำเข้ามาสินค้าของลูกค้ามายังประเทศไทย รวมถึงแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการนำเข้าสินค้าจนกระทั่งส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า แต่เนื่องจากบริษัทฯ ได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวในประเทศไทยจากผู้ผลิตต่างประเทศในกลุ่มสินค้าดังกล่าว เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าโดยตรงกับผู้ผลิตในต่างประเทศ ผู้ผลิตในต่างประเทศจะต้องจ่ายค่านายหน้าให้กับบริษัทฯ ในฐานะผู้ได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายในสินค้านั้น หากในอนาคตลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ติดต่อซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยตรง อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ได้ เนื่องจากอัตรากำไรจากรายได้ค่านายหน้าต่ำกว่าอัตรากำไรจากรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้า

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

การนำเข้าสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตในต่างประเทศที่มีขั้นตอนซับซ้อนดังกล่าวข้างต้นไม่ใช่แนวทางการดำเนินธุรกิจที่ลูกค้ากลุ่มผู้ให้บริการด้านอาหารและลูกค้ากลุ่มห้างค้าปลีกเลือกที่จะดำเนินการ เนื่องจากกระบวนการดังกล่าวไม่ใช่ธุรกิจหลักของลูกค้าและไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับอัตรากำไรจากการจัดจำหน่ายสินค้านำเข้าบริษัทฯ 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 ตระหนักดีถึงความเสี่ยงของสินค้าหมดอายุที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งทางด้านภาพลักษณ์และความสูญเสียที่เกิดขึ้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับระบบและมาตรการในการควบคุมอายุของผลิตภัณฑ์ก่อนการจัดจำหน่ายและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าแต่ละราย ตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง โดยคำนึงถึงวิธีการบริหารจัดการสินค้าที่แตกต่างกันไปตามแต่ละอายุของผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่มสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคนั้น บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายและระบบการบริหารการหมุนเวียนของสินค้าที่วางจำหน่ายตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกดั้งเดิม โดยให้มีอายุของสินค้าคงเหลือที่วางขายนั้น (Shelf life) มีอายุไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนวันหมดอายุที่ระบุบน

สินค้า พร้อมทั้งให้พนักงานส่งเสริมการขาย (Merchandiser) สำรวจสินค้าตามร้านค้าต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อควบคุมดูแลสินค้าที่วางจำหน่ายเป็นให้ไปตามนโยบายที่กำหนด

สำหรับสินค้ากลุ่มวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและระบบการบริหารจัดการหมุนเวียนสินค้าให้สอดคล้องกับระยะเวลาการสั่งซื้อล่วงหน้า (Lead Time) ของแต่ละประเภทสินค้า โดยในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในแต่ละครั้ง ฝ่ายขายจะประมาณการระยะเวลาการนำเข้า และระยะเวลาที่คาดว่าจะขายพร้อมส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีอายุคงเหลือเพียงพอเหมาะสมที่จะนำไปแปรรูปและบริโภคต่อไป รวมทั้งบริษัทฯ มีระบบการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ตามอายุของผลิตภัณฑ์และมีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าตามระบบ First-in First-out (FIFO) โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตก่อนจะถูกขายออกไปก่อน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการตรวจสอบนับผลิตภัณฑ์ พร้อมตรวจสอบวันครบกำหนดอายุของผลิตภัณฑ์ทุกเดือน เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่ส่งมอบให้กับลูกค้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

ในกรณีที่สินค้าอายุเหลือต่ำกว่าร้อยละ 25 ของอายุสินค้าตกค้างอยู่ในสต็อกร้านค้าหรือคลังสินค้า บริษัทฯ มีแนวทางจัดการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังนี้

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 ไม่เคยถูกฟ้องร้องจากผู้บริโภคเรื่องการจัดการจำหน่ายสินค้าหมดอายุแต่อย่างใด

จากมาตรการการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าดังกล่าวที่บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการตั้งค่าเผื่อสำรองสินค้าเสื่อมสภาพร้อยละ 100 สำหรับสินค้าที่มีอายุต่ำกว่า 3 เดือน ในปี 2563 บริษัทฯ ได้ตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพและการตัดจำหน่ายสินค้าเสื่อมสภาพ มูลค่า 5.5 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.3 ของรายได้จากการขาย ในปี 2563 ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการบริหารจัดการสินค้า และความเสี่ยงจากผลกระทบดังกล่าวซึ่งมีสัดส่วนอยู่ในระดับต่ำตลอดช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

► ความเสี่ยงจากการลงทุนในบริษัทย่อย

ความเสี่ยงจากการลงทุนในบริษัทย่อยอาจเกิดขึ้นได้ หากบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานขาดทุน อันจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยได้มีการแต่งตั้งตัวแทนของบริษัทฯ เข้าร่วมเป็นกรรมการในบริษัทย่อย เพื่อมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวนโยบายและกรอบการดำเนินงานของบริษัทย่อยให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยในงบเฉพาะกิจการจำนวน 122.3 ล้านบาท ทั้งนี้ เงินลงทุนในบริษัทย่อยที่แสดงในงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงมูลค่าตามวิธีราคาทุนสุทธิจากการเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

► ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาล ระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาล ระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม (ภาษีความหวาน) มาตรการควบคุมและกำกับดูแลไขมันทรานส์ในผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งมีหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติที่อาจส่งผลกระทบต่อทั้งบวกและลบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยวางแผนการจัดจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบวิเคราะห์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ มีมาตรการควบคุมคุณภาพสินค้าอย่างเข้มงวดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค และบริษัทฯ จะเข้าร่วมประชุมสัมมนากับหน่วยงานราชการเพื่อให้ข้อมูลและติดตามความเคลื่อนไหวอย่างใกล้ชิด

3.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน

► ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 90.3 ของยอดซื้อรวมในปี 2563 ซึ่งการเสนอราคาและการชำระเงินค่าสินค้าจะใช้เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐหรืออเมริกาเป็นหลัก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 91.1 ของมูลค่านำเข้าในปี 2563 ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายในประเทศเป็นสกุลเงินบาททั้งหมด

อย่างไรก็ตาม เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ทุกครั้งที่นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถกำหนดต้นทุนสินค้าที่จำหน่าย และป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงการทำ Hedging ซึ่งจะอยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทและเป็นไปตามคู่มืออำนาจดำเนินการที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

ในปี 2561, 2562 และ 2563 บริษัทฯ มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 3.1 ล้านบาท 5.3 ล้านบาท และ 4.0 ล้านบาท ตามลำดับ

► ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย

บริษัทฯ มีวงเงินสินเชื่อเพื่อการนำเข้าสินค้าจากสถาบันการเงินเป็นวงเงินกู้ระยะสั้นในประเภททรัสต์รีซีทีเป็นอัตราดอกเบี้ยอัตราตลาด (MMR: Money Market Rate) บริษัทฯ ได้ใช้วงเงินสินเชื่อดังกล่าวเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการนำเข้าและจัดหาสินค้าเพื่อจำหน่าย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เจ้าหนี้ทรัสต์รีซีทีมียอดคงค้างรวม 61.8 ล้านบาท ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนการเงินของบริษัทฯ โดยในภาวะที่ดอกเบี้ยขาขึ้น อาจทำให้บริษัทฯ มีภาระต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น และอาจส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ลดลง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารเงินทุนหมุนเวียนตามโครงสร้างเงินทุนของบริษัทฯ โดยแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่มาจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานและส่วนของทุนเป็นหลัก บริษัทฯ มีกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา โดยในปี 2563 มีกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานจำนวน 175.4 ล้านบาท

3.3 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้น

► ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารของบริษัท

ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่ผ่านมา การเติบโตของผลประกอบการของบริษัทฯ เป็นผลมาจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะทางด้านอุตสาหกรรมอาหารของผู้บริหารหลักของบริษัทฯ ซึ่งได้แก่ นายเจน วงศ์อิสรียะกุล นางวรรณพร วงศ์อิสรียะกุล และนางสาวกนกพรพรณ เกียรติไกรฤกษ์ และผู้บริหารหลักยังมีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับลูกค้าและคู่ค้ารายอื่นๆ ของบริษัทฯ มาโดยตลอด ปัจจุบันกลุ่มผู้บริหารดังกล่าวเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งอาจจะพิจารณาได้ว่า บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงความสามารถ

ในการบริหารจัดการของผู้บริหาร ดังนั้น หากบริษัทฯ เกิดสูญเสียกลุ่มผู้บริหารไปไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม บริษัทฯ อาจประสบปัญหาด้านการบริหารจัดการซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้

ปัจจุบันบริษัทฯ มีโครงสร้างการบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการบริหาร (Executive Committee) ผู้บริหารที่เข้าร่วมประชุมทุกคนจะมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโดยตรง ซึ่งจะเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารและแสดงความคิดเห็นในเรื่องสำคัญของบริษัทฯ เช่น การบริหารจัดการเพื่อดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีนโยบายให้ผู้บริหารมีอาชีพที่มีประสบการณ์เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารกิจการ โดยกระจายอำนาจการบริหารจากคณะกรรมการบริษัท ไปยังคณะกรรมการบริหาร และผู้บริหารระดับสูง ได้แก่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการ และผู้อำนวยการฝ่ายต่างๆ ตามโครงสร้างองค์กร รวมทั้งบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในทุกหน่วยงาน และสร้างให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นและเสนอแผนงานที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ รวมทั้งกระจายอำนาจให้ผู้บริหารระดับกลางมีส่วนร่วมในการบริหารและการตัดสินใจต่างๆ มากขึ้น ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งผลให้บริษัทมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

► ความเสี่ยงจากบริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 28 สิงหาคม 2563 กลุ่มวองอิสริยะกุลเป็นกลุ่มผู้ถือหุ้นมีอำนาจควบคุมในบริษัทฯ ยังคงมีส่วนการถือหุ้นสูงกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้วทั้งหมดหรือร้อยละ 51.51 ซึ่งทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มักจะสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดตั้งกรรมการ หรือการขอคืนในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทที่กำหนดให้ต้องได้รับมติ 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน จากคณะกรรมการรวมทั้งสิ้น 8 ท่าน ซึ่งทำหน้าที่เข้าตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทฯ ดังนั้น จึงมีการถ่วงดุลอำนาจในการบริหารจัดการในระดับที่เหมาะสม เพื่อความโปร่งใสของการบริหารจัดการและเพื่อให้มีระบบที่สามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ว่าจ้างบริษัท ตรวจสอบภายในธรรมดา จำกัด โดยมีนางสาวอณิสยา รักษาสรณ์ ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกปฏิบัติหน้าที่เป็นหน่วยงานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ ซึ่งมีความเป็นอิสระขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่หลักในการดูแลระบบการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน นำเสนอแผนการตรวจสอบภายในเป็นประจำทุกปี และเพื่อให้แน่ใจว่าแผนการตรวจสอบที่กำหนดขึ้นมีระบบควบคุมภายในที่มีความเพียงพอ เหมาะสม สอดคล้องกับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจและปัจจัยเสี่ยงที่อาจเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

► ความเสี่ยงจากจำนวนหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อยของบริษัท (Free float) น้อยกว่าร้อยละ 40

ณ วันที่ 11 มิถุนายน 2563 บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อยคิดเป็นร้อยละ 38.90 ซึ่งอาจทำให้มีสภาพคล่องในการซื้อขายหลักทรัพย์ไม่มากนัก และผู้ลงทุนทั่วไปอาจไม่สามารถเข้าถึงเพื่อการซื้อขายได้ปกติ ดังนั้น ผู้ถือหุ้นจึงมีความเสี่ยงที่อาจทำให้ไม่สามารถขายหุ้นของบริษัทฯ ได้ทันที ณ ราคาที่ต้องการได้ อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้จัดทำรายงานการกระจายหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free float) ส่งผ่านทางระบบ Set Link ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และติดตามการดำรงสภาพคล่องของ Free float ให้มีความเหมาะสมต่อผู้ถือหุ้นต่อไป

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ มูลค่าตามบัญชีสุทธิ 200.35 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.06 ของสินทรัพย์รวม โดยมีรายละเอียดสินทรัพย์ถาวร ดังนี้

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) ณ 31 ธ.ค. 2563	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน ที่ตั้งคลังสินค้าบางนา แห่งที่ 1, คลังสินค้าบางนา แห่งที่ 2 และโรงงานบางปะอิน พื้นที่รวม 11 ไร่ 3 งาน 79 ตารางวา	บริษัทฯ	114.25	- ไม่มี -
2. อาคารสิ่งปลูกสร้าง และส่วนปรับปรุงอาคาร 2.1 คลังสินค้าแห่งที่ 1 (บางนา) 2.2 คลังสินค้าแห่งที่ 2 (บางนา) 2.3 โรงงาน (บางปะอิน)	บริษัทฯ บริษัทฯ บริษัทฯ	51.13	- ไม่มี -
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	บริษัทฯ	13.49	- ไม่มี -
4. เครื่องมือและอุปกรณ์	บริษัทฯ	4.19	- ไม่มี -
5. เครื่องตกแต่งและเครื่องมือใช้สำนักงาน	บริษัทฯ	7.53	- ไม่มี -
6. ยานพาหนะและเครื่องทุ่นแรง	บริษัทฯ	9.50	- ไม่มี -
7. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	บริษัทฯ	0.26	- ไม่มี -
รวมมูลค่าสุทธิตามบัญชี		200.35	

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัท เอสเซติก ซีเคิร์ท (แอท-ซี) จำกัด (“บริษัทย่อย”) มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ มูลค่าตามบัญชีสุทธิ 104.13 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 72.42 ของสินทรัพย์รวม โดยมีรายละเอียดสินทรัพย์ถาวร ดังนี้

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) ณ 31 ธ.ค. 2563	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน ที่ตั้ง โรงงานฉะเชิงเทรา พื้นที่รวม 11 ไร่ 3 งาน 79 ตารางวา	บริษัทย่อย	30.00	- ไม่มี -
2. อาคารสิ่งปลูกสร้าง และส่วนปรับปรุงอาคารโรงงาน (ฉะเชิงเทรา)	บริษัทย่อย	58.59	- ไม่มี -
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	บริษัทย่อย	13.06	- ไม่มี -

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) ณ 31 ธ.ค. 2563	ภาระผูกพัน
4. เครื่องมือและอุปกรณ์	บริษัทย่อย	1.47	- ไม่มี -
5. เครื่องตกแต่งและเครื่องมือใช้สำนักงาน	บริษัทย่อย	1.01	- ไม่มี -
6. ยานพาหนะและเครื่องทุ่นแรง	บริษัทย่อย	0.00	- ไม่มี -
รวมมูลค่าสุทธิตามบัญชี		104.13	

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ มูลค่าสุทธิตามบัญชีเท่ากับ 8.41 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.72 ของสินทรัพย์รวม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเภท	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี
คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	บริษัทฯ	7.24
สิทธิบัตร ^{1/}	ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิจำนวน 5 ปี	-
คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ระหว่างติดตั้ง	บริษัทฯ	1.17
รวมมูลค่าสุทธิตามบัญชี		8.41

หมายเหตุ : ^{1/}บริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยีตามรายละเอียดคุณสมบัติบัตรในข้อ 4.3.3 สิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร และรายละเอียดของสัญญาในข้อ 4.4.5 สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยี


ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัท เอสเซติก ซีเคิร์ท (แอท-ซี) จำกัด (“บริษัทย่อย”) มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ มูลค่าสุทธิตามบัญชีเท่ากับ 1.54 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.07 ของสินทรัพย์รวม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเภท	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี
คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	บริษัทย่อย	1.54
คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ระหว่างติดตั้ง	บริษัทย่อย	-
รวมมูลค่าสุทธิตามบัญชี		1.54

4.3 เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายการบริการ และอนุสิทธิบัตรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ



ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการในประเทศรวมทั้งสิ้น 267 เครื่องหมายการค้า โดยเครื่องหมายการค้าที่สำคัญต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ มีดังนี้

4.3.1 เครื่องหมายการค้า

รูปแบบเครื่องหมาย	สำหรับสินค้า	วันสิ้นอายุ	เจ้าของเครื่องหมาย
	ผงฟู น้ำตาลไอซิ่ง	30 สิงหาคม 2572	บริษัทฯ

รูปแบบเครื่องหมาย	สำหรับสินค้า	วันสิ้นอายุ	เจ้าของ เครื่องหมาย
	แป้งมันสำปะหลัง	5 ตุลาคม 2564	บริษัทฯ
	ผงฟู น้ำตาลไอซิ่ง	30 สิงหาคม 2572	บริษัทฯ
BAKETEX เบคเทกซ์	ผงฟู	15 กรกฎาคม 2572	บริษัทฯ
WINGUM วินกัม	สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร	10 เมษายน 2569	บริษัทฯ
WINSOFT วินซอฟท์	สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร	30 มีนาคม 2568	บริษัทฯ
WINPHOS วินฟอส	สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร	15 กรกฎาคม 2572	บริษัทฯ
WINSWEET วินสวีท	สารปรุงแต่งรส/กลิ่นอาหาร ยกเว้น น้ำมันหอมระเหย	10 เมษายน 2569	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
	ผงโกโก้	27 มกราคม 2567	บริษัทฯ
	แป้งสาลี	27 มกราคม 2567	บริษัทฯ

4.3.2 เครื่องหมายบริการ

รูปแบบเครื่องหมาย บริการ	สำหรับบริการ	วันสันอายุ	เจ้าของ เครื่องหมาย
	บริการ อาหารและเครื่องดื่ม	18 มีนาคม 2573	บริษัทฯ
	บริการอาหารและเครื่องดื่มและ เบเกอรี่ / บริการขายสินค้าหลากหลาย ชนิดมารวมกันบนสื่อออนไลน์ / บริการ	21 กรกฎาคม 2569	บริษัทฯ

4.3.3 สิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร

เลขที่คำขอ	วันยื่นคำขอ	รายละเอียด	ผู้ขอรับสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร	ผู้ได้รับอนุญาตให้ ใช้สิทธิใน เทคโนโลยี ^{1/}
1503001356	28 สิงหาคม 2558	อนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ “อุปกรณ์ ช่วยถ่ายเทความร้อนท่อส่งผ่านสาร ทำความเย็นที่มีอุณหภูมิสูงใน เครื่องปรับอากาศ”	พลเรือตรีโอฬาร นาง พิมพ์สินี และนายสืบสาย พงศ์ นาวานุรักษ์	บริษัทฯ
1503001479	15 กันยายน 2558	อนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ “อุปกรณ์ ช่วยถ่ายเทความร้อนท่อส่งผ่านสาร ทำความเย็นแนวตั้งของชุด เครื่องปรับอากาศ”	พลเรือตรีโอฬาร นาง พิมพ์สินี และนายสืบสาย พงศ์ นาวานุรักษ์	บริษัทฯ
1503003187	15 กันยายน 2558	อนุสิทธิบัตรการออกแบบ “อุปกรณ์ ช่วยถ่ายเทความร้อนท่อส่งผ่านสาร ทำความเย็นแนวตั้งของชุด เครื่องปรับอากาศ”	พลเรือตรีโอฬาร นาง พิมพ์สินี และนายสืบสาย พงศ์ นาวานุรักษ์	บริษัทฯ
1503003345	29 กันยายน 2558	อนุสิทธิบัตรการออกแบบ “อุปกรณ์ ช่วยถ่ายเทความร้อนท่อส่งผ่านสาร ทำความเย็นแนวนอนของชุด เครื่องปรับอากาศ”	พลเรือตรีโอฬาร นาง พิมพ์สินี และนายสืบสาย พงศ์ นาวานุรักษ์	บริษัทฯ

หมายเหตุ : ^{1/}บริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยีตามรายละเอียดสัญญาที่ปรากฏในข้อ 4.4.5 สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยี

4.4 สัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

4.4.1 สัญญาเช่าพื้นที่อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่

1) สัญญาเช่าพื้นที่อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าพื้นที่อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ กำหนดค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 294,130 บาท และค่าบริการเป็นรายเดือน เดือนละ 294,130 บาท โดยมีสาระสำคัญของสัญญา ดังนี้

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
สัญญาเช่าพื้นที่ คู่สัญญา 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 ตารางเมตรระยะเวลาการเช่า 3 ปี 1.1 สำหรับพื้นที่เช่าห้องเลขที่ 218 - 219 : นับตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2562 - วันที่ 30 พฤศจิกายน 2565 1.2 สำหรับพื้นที่เช่าห้องเลขที่ 215 - 217 : นับตั้งแต่วันที่ 15 มีนาคม 2563 - วันที่ 14 มีนาคม 2566 1.3 สำหรับพื้นที่เช่าห้องเลขที่ 214 : นับตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561 - วันที่ 31 ตุลาคม 2564 2. หากผู้เช่าอยู่ไม่ครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญาเช่า ผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่าริบเงินค่ามัดจำที่ผู้เช่าชำระไว้
สัญญาบริการ คู่สัญญา บจก. ศรีสยาม พรอพเพอร์ตี้ส์ (“ผู้ให้เช่า”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้เช่า”)	1. ผู้เช่าตกลงชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้เช่า เพื่อดูแลรักษาความสะอาด ความเรียบร้อยและการรักษาความปลอดภัย ในบริเวณส่วนกลางของอาคารไทย ซีซี ทาวเวอร์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 2. อายุสัญญา 3 ปี โดยระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาบริการของพื้นที่สำนักงาน จะเท่ากับระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาเช่าพื้นที่อาคารในแต่ละสัญญา

2) สัญญาเช่าพื้นที่อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าพื้นที่อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ กำหนดค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 150,960 บาท และค่าบริการเป็นรายเดือน เดือนละ 150,960 บาท โดยมีสาระสำคัญของสัญญา ดังนี้

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
สัญญาเช่าพื้นที่ คู่สัญญา บจก. ศรีสยาม พรอพเพอร์ตี้ส์ (“ผู้ให้เช่า”) บจก. เอสเอติก ซีเครท (แอท-ซี) (“ผู้เช่า”)	1. พื้นที่เช่าอาคาร ตั้งอยู่ที่ 43 อาคารไทยซีซี ทาวเวอร์ ห้องเลขที่ 175-178 ชั้น 17 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โดยมีพื้นที่ใช้สอยรวม 592 ตารางเมตรระยะเวลาการเช่า 3 ปี สำหรับพื้นที่เช่าห้องเลขที่ 175-178 นับตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2561 - วันที่ 30 พฤศจิกายน 2564 2. หากผู้เช่าอยู่ไม่ครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญาเช่า ผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่าริบเงินค่ามัดจำที่ผู้เช่าชำระไว้
สัญญาบริการ คู่สัญญา บจก. ศรีสยาม พรอพเพอร์ตี้ส์ (“ผู้ให้เช่า”) บจก. เอสเอติก ซีเครท (แอท-ซี) (“ผู้เช่า”)	1. ผู้เช่าตกลงชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้เช่า เพื่อดูแลรักษาความสะอาด ความเรียบร้อยและการรักษาความปลอดภัย ในบริเวณส่วนกลางของอาคารไทย ซีซี ทาวเวอร์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 2. อายุสัญญา 3 ปี โดยระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาบริการของพื้นที่สำนักงาน จะเท่ากับระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาเช่าพื้นที่อาคารในแต่ละสัญญา

4.4.2 สัญญาเช่าพื้นที่ซึ่งเป็นที่ตั้งของร้านให้บริการอาหาร Délicé

วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของร้านให้บริการด้านอาหาร Délicé กำหนดค่าเช่าเป็นรายเดือนรวมเดือนละ 46,000 บาท และค่าบริการและค่าสาธารณูปโภคเป็นรายเดือนรวมเดือนละ 46,000 บาท โดยมีสาระสำคัญของสัญญาดังนี้

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
สัญญาเช่าพื้นที่ คู่สัญญา 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 ระยะเวลาการเช่า 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2563 - 30 มิถุนายน 2564 2. พื้นที่เช่าอาคาร ตั้งอยู่ที่ 43 อาคารไทยซีซี ทาวเวอร์ ยูนิตที่ 3 ชั้นที่จี ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โดยอาคารมีพื้นที่ใช้สอยรวม 31.16 ตารางเมตร ระยะเวลาการเช่า 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2563 - 31 มีนาคม 2564 3. หากผู้เช่าอยู่ไม่ครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญาเช่า ผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่ารับเงินค่ามัดจำที่ผู้เช่าชำระไว้
สัญญาบริการ คู่สัญญา บจก. ศรีสยาม พรอพเพอร์ตี้ส์ (“ผู้ให้เช่า”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้เช่า”)	1. ผู้เช่าตกลงชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้เช่า เพื่อดูแลรักษาความสะอาด ความเรียบร้อยและการรักษาความปลอดภัย ในบริเวณส่วนกลางของอาคารไทย ซีซี ทาวเวอร์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 2. อายุสัญญา 1 ปี โดยระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาบริการของพื้นที่สำนักงาน จะเท่ากับระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญาเช่าพื้นที่อาคารในแต่ละสัญญา

4.4.3 สัญญาเช่าอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของคลังสินค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของคลังสินค้าและสัญญาเช่าคลังสินค้า เพื่อเก็บวัตถุดิบและเคมีภัณฑ์ กำหนดค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 86,000 บาท และค่าบริการเป็นรายเดือน เดือนละ 86,000 บาท โดยมีสาระสำคัญของสัญญา ดังนี้

1) สัญญาเช่าอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของคลังสินค้า แห่งที่ 1

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
สัญญาเช่าอาคาร คู่สัญญา ผู้ให้เช่าที่เป็นบุคคลภายนอก (“ผู้ให้เช่า”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้เช่า”)	1. พื้นที่เช่าอาคาร ตั้งอยู่ที่อาคารเลขที่ 69/16 หมู่ที่ 2 ซอยถนนหนามแดง-บางพลี 17 ถนนหนามแดง-บางพลี ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีพื้นที่ใช้สอยรวม 700 ตารางตารางเมตร 2. ระยะเวลาการเช่า 6 เดือน นับตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2563 - 31 พฤษภาคม 2564 3. ผู้เช่าตกลงวางเงินประกันไว้กับผู้ให้เช่า โดยเงินประกันดังกล่าวเป็นหลักประกันว่าผู้เช่าจะปฏิบัติตามสัญญาเช่าตลอดระยะเวลาของสัญญาเช่า 4. หากผู้เช่าจะต่ออายุสัญญาเช่าหรือเลิกสัญญาเช่าตามกำหนด ให้ผู้เช่าแจ้งความประสงค์ให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นเวลาไม่เกินกว่า 3 เดือน และไม่ต่ำกว่า 1 เดือนก่อนสัญญาเช่าสิ้นสุดอายุ

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
สัญญาบริการ คู่สัญญา ผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลภายนอก (“ผู้ให้บริการ”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้รับบริการ”)	1. ผู้รับบริการตกลงจะชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการตกลงจะให้บริการดังต่อไปนี้ การรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ดูแลบำรุงรักษาถนน อุปกรณ์และเครื่องใช้อื่นๆ ดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณส่วนกลาง และดูแลระบบสาธารณูปโภคส่วนกลาง 2. อายุสัญญา 1 ปี ในกรณีที่สัญญาเข้าสิ้นสุดให้ถือว่าสัญญาบริการนี้เป็นอันสิ้นสุดลงด้วย

2) สัญญาเช่าอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของคลังสินค้า แห่งที่ 2

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
สัญญาเช่าอาคาร คู่สัญญา 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. ระยะเวลาเช่า 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 - 31 ธันวาคม 2564 3. ผู้เช่าตกลงวางเงินประกันไว้กับผู้ให้เช่า โดยเงินประกันดังกล่าวเป็นหลักประกันว่าผู้เช่าจะปฏิบัติตามสัญญาเช่าตลอดระยะเวลาของสัญญาเช่า 4. หากผู้เช่าจะต่ออายุสัญญาเช่าหรือเลิกสัญญาเช่าตามกำหนด ให้ผู้เช่าแจ้งความประสงค์ให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นเวลาไม่เกินกว่า 3 เดือน และไม่ต่ำกว่า 1 เดือนก่อนสัญญาเช่าสิ้นสุดอายุ
สัญญาบริการ คู่สัญญา ผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลภายนอก (“ผู้ให้บริการ”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้รับบริการ”)	1. ผู้รับบริการตกลงจะชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการตกลงจะให้บริการดังต่อไปนี้ การรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ดูแลบำรุงรักษาถนน อุปกรณ์และเครื่องใช้อื่นๆ ดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณส่วนกลาง และดูแลระบบสาธารณูปโภคส่วนกลาง 2. อายุสัญญา 1 ปี ในกรณีที่สัญญาเช่าสิ้นสุดให้ถือว่าสัญญาบริการนี้เป็นอันสิ้นสุดลงด้วย

3) สัญญาเช่าอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของคลังสินค้า แห่งที่ 3

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
สัญญาเช่าคลังสินค้า คู่สัญญา ผู้ให้เช่าที่เป็นบุคคลภายนอก (“ผู้ให้เช่า”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้เช่า”)	1. พื้นที่เช่าคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 69/11-1 และ 69/11-2 หมู่ที่ 2 ซอยถนนหนามแดง-บางพลี 17 ถนนหนามแดง-บางพลี ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีพื้นที่ใช้สอยรวม 750 ตารางเมตร ระยะเวลาเช่า 1 ปี 1.1 สำหรับพื้นที่เช่าคลังสินค้าเลขที่ 69/11-1 : นับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2563 - วันที่ 30 กันยายน 2564 1.2 สำหรับพื้นที่เช่าคลังสินค้าเลขที่ 69/11-2 : นับตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2563 - วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 2. ผู้เช่าตกลงวางเงินประกันไว้กับผู้ให้เช่า โดยเงินประกันดังกล่าวเป็นหลักประกันว่าผู้เช่าจะปฏิบัติตามสัญญาเช่าตลอดระยะเวลาของสัญญาเช่า 3. หากผู้เช่าจะต่ออายุสัญญาเช่าหรือเลิกสัญญาเช่าตามกำหนด ให้ผู้เช่าแจ้งความประสงค์ให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นเวลาไม่เกินกว่า 3 เดือน และไม่ต่ำกว่า 1 เดือนก่อนสัญญาเช่าสิ้นสุดอายุ

สัญญา	สรุปสาระสำคัญของสัญญา
สัญญาบริการ คู่สัญญา ผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลภายนอก (“ผู้ให้บริการ”) บมจ. วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ (“ผู้รับบริการ”)	1. ผู้รับบริการตกลงจะชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการตกลงจะให้บริการดังต่อไปนี้ การรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ดูแลบำรุงรักษา ถนน อุปกรณ์และเครื่องใช้อื่นๆ ดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณส่วนกลาง และดูแลระบบสาธารณูปโภคส่วนกลาง 2. อายุสัญญา 1 ปี ในกรณีที่สัญญาเข้าสิ้นสุดให้ถือว่าสัญญาบริการนี้เป็นอันสิ้นสุดลงด้วย

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 นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างน้อยล่วงหน้า 6 เดือน

3. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย กับ General Mills, Inc

- ชื่อคู่สัญญา : General Mills, Inc (ประเทศสหรัฐอเมริกา)
วันเริ่มต้นทำสัญญา : 4 พฤษภาคม 2536 (ปรับปรุงวันที่ 15 กรกฎาคม 2559)
ระยะเวลาของสัญญา : 3 ปี
สาระสำคัญของสัญญา : บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ภายใต้ชื่อทางการค้า “Bugles®” ของบริษัท General Mills, Inc จำกัด เพียงรายเดียวในประเทศไทย
การต่ออายุของสัญญา : ก่อนครบสัญญาให้คู่สัญญาทบทวนเงื่อนไขเพื่อต่อสัญญาในรอบถัดไป หากต้องการยกเลิกสัญญา คู่สัญญาแต่ละฝ่ายต้องแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย 90 วัน

4. สัญญาได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย กับ Igreca SA

- ชื่อคู่สัญญา : Igreca SA (ประเทศฝรั่งเศส)
วันเริ่มต้นทำสัญญา : 1 กุมภาพันธ์ 2556
ระยะเวลาของสัญญา : 1 ปี
สาระสำคัญของสัญญา : บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าไข่ผง ภายใต้ชื่อทางการค้า “IGRECA” ของบริษัท IGRECA SA จำกัด เพียงรายเดียวในประเทศไทย ยกเว้นการจำหน่ายให้ลูกค้าบางรายที่ผู้ให้สิทธิได้สงวนสิทธิไว้ในสัญญา
การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปโดยอัตโนมัติ นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย 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 ภายใต้ชื่อทางการค้า “JB Cocoa” ของบริษัท JB Cocoa จำกัด เพียงรายเดียวในประเทศไทย ยกเว้นการจำหน่ายให้ลูกค้าบางรายที่ผู้ให้สิทธิได้สงวนสิทธิไว้ในสัญญา
การต่ออายุของสัญญา : เมื่อครบสัญญาให้ถือเป็นการต่อสัญญาออกไปโดยอัตโนมัติ นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย 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 นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายแจ้งขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย 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 อภิสมัยกิจ จำกัด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ชื่อคู่สัญญา : บริษัท อภิสมัยกิจ 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

สำหรับบริษัท เอสเอตีดิจ ซิเครท (แอท-ซี) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตเครื่องสำอางและเวชสำอางค์ (“ผู้รับจ้าง”) โดยปกติของธุรกิจจึงมีการทำสัญญารับจ้างผลิต (สัญญารักษาความลับในสูตรการผลิต) กับบริษัทผู้ค้าและลูกค้า (“ผู้ว่าจ้าง”) โดยมีสาระสำคัญของการจัดทำสัญญากับผู้ว่าจ้างผลิตทุกรายที่มีส่วนในการควบคุมการผลิต คือ ผู้ว่าจ้างจะไม่เปิดเผยหรือเผยแพร่สูตรหรือส่วนผสมของสินค้า เทคนิคการผลิต และขั้นตอนการผลิตให้บุคคลอื่นได้รับทราบ รวมถึงจะไม่นำเอาเลขที่อนุญาตการผลิต เอกสารการจดแจ้งจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

หรือรายละเอียดอื่นๆ ที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการให้การผลิตสินค้าเป็นไปโดยชอบด้วยกฎหมายนำมาผลิตสินค้าดังกล่าวออกมาจำหน่ายเอง ทั้งนี้ ให้เงื่อนไขดังกล่าวมีผลทั้งในกรณีที่ผู้ว่าจ้างยังทำการว่าจ้างผลิตกับบริษัท และมีผลต่อเนื่องไปอีกเป็นระยะเวลา 1-5 ปี (ผู้ว่าจ้างแต่ละรายจะมีการต่อระยะเวลาของผลต่อเนื่องแตกต่างกัน) นอกจากคู่สัญญาแต่ละฝ่ายจะแจ้งขอยกเลิกเป็นลายลักษณ์อักษร

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) มีนโยบายมุ่งเน้นขยายขอบเขตของการดำเนินธุรกิจ โดยอาจจะมีการตั้งบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วมทุน หรือลงทุนในธุรกิจที่สนับสนุนและเอื้อประโยชน์ (Synergy) ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคต ซึ่งบริษัทฯ จะพิจารณาถึงผลตอบแทนจากการลงทุน สัดส่วนการลงทุนที่เหมาะสม และผลประโยชน์อื่นที่บริษัทฯ คาดว่า จะได้รับการลงทุนเพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เป็นสำคัญ

ทั้งนี้ การพิจารณาการตั้งบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมทุน หรือพิจารณาการลงทุนต่างๆ จะกระทำโดยผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการของบริษัทฯ และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ แล้วแต่กรณี และบริษัทฯ มีนโยบายควบคุมดูแลบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม โดยการส่งกรรมการ และ/หรือ ผู้ที่ได้รับมอบหมายของบริษัทฯ เข้าไปเป็นตัวแทนตามสัดส่วนการถือหุ้น หรือเข้าไปเป็นกรรมการของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมดังกล่าว เพื่อร่วมกำหนดนโยบายการดำเนินงานที่สำคัญเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัทย่อยหนึ่งแห่งในวันที่ 2 เมษายน 2561 คือ บริษัท เอสเซติก ซีเครท (แอท-ซี) จำกัด (“แอท-ซี”) โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ซึ่ง แอท-ซีประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว เครื่องสำอาง อาหารเสริม และยาที่ใช้ในการรักษาโรคผิวหนัง (Original Equipment Manufacturer-OEM) ปัจจุบันมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงช่องทางเดียว คือ กลุ่มลูกค้า OEM โดยบริษัทฯ ได้ส่งตัวแทน 4 ท่าน ประกอบด้วย นายเจน วงศ์อิสรียะกุล นางสาวรณพร วงศ์อิสรียะกุล นางสาวกนกพรพรณ เกียรติกรฤทธา และนางสาวกมลลัส วงศ์อิสรียะกุล ไปดำรงตำแหน่งกรรมการของแอท-ซีจากจำนวนกรรมการทั้งหมด 5 ท่าน เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานของแอท-ซี ให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่บริษัทฯ วางไว้

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อย ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	: บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	: นำเข้า ผลิต และจำหน่ายวัตถุดิบ ส่วนผสม และเคมีภัณฑ์อาหารเพื่ออุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค
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	: 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 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์: 0-2009-9999 (Call Center)
ผู้สอบบัญชี	: ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด 193/136-137 อาคารเลครัชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์: 0-2264-0777
ที่ปรึกษากฎหมาย	: บริษัท สำนักกฎหมาย เวลล์-เวอร์ส จำกัด 184/49 อาคารฟอร์หมทาวเวอร์ ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310 โทรศัพท์: 0-2645-3533
เลขานุการบริษัท /	นางสาวพัฒนิตา กาญจนหฤทัย
นักลงทุนสัมพันธ์	โทรศัพท์: 0-2675-6525-31 ต่อ 106 อีเมล: executives@winnergroup.co.th / ir@winnergroup.co.th

ข้อมูลบริษัทย่อย

ชื่อบริษัทย่อย	: บริษัท เอสเธติก ซีเครท (แอท-ซี) จำกัด
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105554109666
ประเภทธุรกิจ	: รับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว เครื่องสำอาง อาหารเสริม และยาที่ใช้ในการรักษาโรคผิวหนัง (Original Equipment Manufacturer-OEM)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 43 อาคารไทยซีทีทาวเวอร์ ชั้น 17 ห้อง 175-178 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์	: 0-2116-4256-8
โทรสาร	: 0-2116-4253
ที่ตั้งโรงงาน	: 10/17/1-4 หมู่ที่ 2 ตำบลคลองอุดมชลจร อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000 (ได้รับใบอนุญาตผลิตเวชสำอางและยาแผนปัจจุบันจาก อย. และควบคุมคุณภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ได้รับการรับรองภายใต้มาตรฐานสากล ISO 9001:2015, GMP, HACCP และ HALAL)
เว็บไซต์	: www.at-z.co.th
ทุนจดทะเบียน	: 80,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 800,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาทต่อหุ้น
ทุนชำระแล้ว	: 80,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 800,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาทต่อหุ้น
สัดส่วนที่บริษัทถือหุ้น	: ร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว