

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

ด้วยความมุ่งมั่นที่ต้องการให้ตราสินค้าของคนไทยได้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล ประกอบกับวิสัยทัศน์ที่เล็งเห็นถึงโอกาสในการนำเครื่องปรุงรสอาหารไทยไปใช้ในการประกอบอาหารที่หลากหลายสำหรับชาวต่างชาติ บริษัท เอ็กโซติก ฟู้ด จำกัด จึงได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจผลิตเครื่องปรุงรสและเครื่องประกอบอาหารโดยยังคงคุณสมบัติแห่งความเลิศรสตามแบบดั้งเดิมของอาหารไทย และจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของตนเองที่มีความหลากหลายของประเภทสินค้ามากที่สุด ปัจจุบันบริษัทมีสินค้ากว่า 200 สูตรที่ส่งขายไปยังประเทศต่าง ๆ กว่า 50 ประเทศทั่วโลก ภายใต้ตราสินค้า EXOTIC FOOD, THAI PRIDE, FLYING GOOSE, COCO LOTO และอื่น ๆ ของบริษัท โดยในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ บริษัทว่าจ้างผู้ประกอบการรายอื่นในการผลิตสินค้าตามสูตรที่บริษัทพัฒนาและนำมาจัดจำหน่าย จากนั้นในปี 2543 บริษัทได้ลงทุนก่อสร้างโรงงานของตนเองโดยตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จ.ชลบุรี และได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากพืชผัก ผลไม้ ประเภท 1.1 กิจการผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหารเพื่อการส่งออก

บริษัทมีเป้าหมายที่จะพัฒนาตราสินค้าของบริษัทให้เป็น

“To be the first brand that comes to the consumer mind when thinking about Thai food”

กลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจของบริษัท

- เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะของ “One-Stop-Brand” เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสและประกอบอาหารไทยทุกประเภทจากตราสินค้าของบริษัทเพียงแห่งเดียว
- เน้นกระบวนการผลิตสินค้าที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานระดับสากล และคัดค้านผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทได้อย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับรายละเอียดในทุกขั้นตอนเริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่สดใหม่จากพื้นที่อุดมสมบูรณ์ของประเทศไทย การวิจัยและพัฒนาสูตรใหม่ ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น งดงาม มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยและสะดวกต่อการใช้งาน สร้างตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทได้รับรางวัลผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่น ประจำปี 2555 (Prime Minister’s Export Award 2012) ประเภทใช้ตราสินค้าของตนเอง
- ใส่ใจสุขอนามัย สิ่งแวดล้อมและจริยธรรม ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ส่งมอบตรงเวลา เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

ปี 2557 เป็นปีสำคัญของบริษัทของการเข้าสู่ตลาดทุน โดยบริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และเริ่มซื้อขายวันที่ 25 สิงหาคม 2557 ระยะเวลา 15 ปี นับจากวันก่อตั้งบริษัทสู่ความสำเร็จในการเป็นบริษัทมหาชนจำกัดและมีการพัฒนาการเติบโตจนสินค้าเป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ

ปี 2542	
มกราคม	เริ่มจัดตั้งบริษัทชื่อ “บริษัท เอ็กโซติก ฟู้ด จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียนหนึ่งล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญหุ้นละ 100 บาท เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทซอสน้ำจิ้มและเครื่องแกงต่าง ๆ
ธันวาคม	เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 5 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญจากหุ้นละ 100 บาทเป็นหุ้นละ 10 บาท
ปี 2543	
ตุลาคม	เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 15 ล้านบาท ตามเงื่อนไขของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และเพื่อลงทุนก่อสร้างโรงงานที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จ. ชลบุรี
พฤศจิกายน	ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากพืชผัก ผลไม้ ประเภท 1.1 กิจการผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร ตามบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 1674(1)/2543
	ได้รับรางวัลการออกแบบผลิตภัณฑ์ดีเด่น (Good Packaging Design 2000 Award) จาก ดร. ศุภชัย พานิชภักดิ์ อธิการบดีและรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์
ปี 2544-2554	
	<ul style="list-style-type: none"> ผ่านเกณฑ์รับรอง HACCP จาก SGS (Thailand) Limited Systems & Services Certification โดยเป็นบริษัทแรกของประเทศไทย สำหรับผู้ผลิตและส่งออกสินค้าประเภทน้ำจิ้มไก่
	<ul style="list-style-type: none"> ผ่านเกณฑ์รับรอง HALAL จาก The Central Islamic Committee of Thailand
	<ul style="list-style-type: none"> ผ่านเกณฑ์รับรอง GMP จาก SGS (Thailand) Limited Systems & Services Certification
	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001 : 2008 จาก SGS (Thailand) Limited Systems & Services Certification
	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับการรับรองระบบการจัดการด้านความปลอดภัยของอาหาร ISO 22000 : 2005 จาก SGS (Thailand) Limited System & Services Certification
	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับอนุญาตให้ใช้สัญลักษณ์ “ตราประเทศไทย” หรือ Country Logo ซึ่งมีคำว่า “Thailand : Land of Diversity & Refinement” จากกรมส่งเสริมการส่งออก
	<ul style="list-style-type: none"> ผ่านเกณฑ์รับรอง IFS จาก SGS Germany Gmbh โดยเป็นบริษัทแรกของประเทศไทย สำหรับผู้ผลิตและส่งออกสินค้าประเภทซอสพริกและน้ำจิ้มไก่

	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 35 ล้านบาท เพื่อลงทุนซื้อเครื่องจักร และลงทุนก่อสร้างคลังสินค้าในพื้นที่โรงงาน
	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 100 ล้านบาท เพื่อลงทุนขยายโรงงาน และเป็นเงินทุนหมุนเวียน
	<ul style="list-style-type: none"> ผ่านเกณฑ์รับรองของสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกของสหราชอาณาจักร (The British Retail Consortium, BRC) ซึ่งใช้กับบริษัทที่ต้องการส่งผลิตภัณฑ์อาหารให้แก่ผู้ค้าปลีกในเครือสมาพันธ์ผู้ค้าปลีกอังกฤษและยุโรป
	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำหรับกิจการผลิตเครื่องดื่มจากพืชผักและผลไม้บรรจุภาชนะปิดผนึก สิ่งปรุงแต่งอาหาร และอาหารพร้อมรับประทานประเภท 1.11 กิจการผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหารโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (ยกเว้นการผลิตน้ำดื่มและไอศกรีม) ตามบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 2107(5)/2554
ปี 2555	
มกราคม	ได้รับรางวัลผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่น ประจำปี 2555 (Prime Minister's Export Award 2012) ประเภทใช้ตราสินค้าของตนเอง
ตุลาคม	ซื้อที่ดินขนาด 12 ไร่ 3 งาน 2.8 ตารางวาที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง เพื่อก่อสร้างโรงงานแห่งที่ 2 ของบริษัท
ปี 2556	
เมษายน	เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100 ล้านบาทเป็น 140 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้ ของหุ้นสามัญหุ้นละ 10 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน
ธันวาคม	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการแปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อจาก “บริษัท เอ็กโซติก ฟู้ด จำกัด” เป็น “บริษัท เอ็กโซติก ฟู้ด จำกัด (มหาชน)” เพื่อนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ
	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 140 ล้านบาทเป็น 175 ล้านบาท และ เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญจากหุ้นละ 10 บาทเป็นหุ้นละ 0.50 บาท (ห้าสิบบatangค์) ซึ่งทำให้จำนวนหุ้นสามัญที่จดทะเบียนไว้เพิ่มขึ้นจาก 17,500,000 หุ้นเป็น 350,000,000 หุ้น
ปี 2557	
	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้เสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกและเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในวันที่ 25 สิงหาคม 2557
	<ul style="list-style-type: none"> วัตถุประสงค์ของการเพิ่มทุนเพื่อซื้อเครื่องจักร อุปกรณ์ และก่อสร้างโรงงานใหม่ เพื่อขยายกำลังการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการวางแผนการผลิต รองรับการผลิตขยายในอนาคต คาดจะแล้วเสร็จปลายปี 2558 และเริ่มดำเนินการเชิงพาณิชย์ต้นปี 2559
	<ul style="list-style-type: none"> เงินเพิ่มทุนบางส่วนใช้เพื่อชำระคืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและเป็นเงินทุนหมุนเวียน

ความคืบหน้าโครงการโรงงานแห่งที่ 2

โครงการก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ. ระยอง เนื้อที่รวม 12.76 ไร่ เพื่อขยายกำลังการผลิตและจะลงทุนซื้อเครื่องจักรใหม่เพื่อทดแทนสายการผลิตเดิมจำนวน 7 สายการผลิต เนื่องจากปัจจุบันบริษัทมีการใช้พื้นที่ในโรงงานแห่งแรกเต็มพื้นที่แล้ว จึงไม่สามารถจัดพื้นที่เพื่อรองรับเครื่องจักรใหม่ รวมถึงวัตถุดิบที่จะใช้ผลิตเพื่อรองรับการเติบโตของยอดขายได้อีก ส่งผลให้บริษัทไม่สามารถรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าได้ในบางช่วงเวลา ดังนั้น บริษัทจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมการขยายการผลิตไปยังพื้นที่ที่สามารถรองรับการเติบโตในอนาคตได้ แผนการลงทุนมีมูลค่ารวมประมาณ 250 ล้านบาท โรงงานแห่งใหม่ประกอบด้วยอาคารโรงงานและคลังสินค้า 1 หลัง และเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต 3 สายการผลิต เพื่อผลิตสินค้าประเภทซอสปรุงรสและน้ำจิ้มประเภทต่าง ๆ โดยได้รับอนุมัติการส่งเสริมการลงทุนสำหรับโครงการผลิตในเดือน มีนาคม 2558 กำลังการผลิตในเฟสแรกเท่ากับ 14,750 ตันต่อปี (คำนวณที่ 300 วันต่อปี ผลิตวันละ 8 ชั่วโมง) คาดว่า จะแล้วเสร็จและผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายได้ในปี 2559

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท

ปัจจุบันบริษัทไม่มีบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ธุรกิจหลักของบริษัทไม่ได้มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอื่นของผู้ถือหุ้นใหญ่อย่างมีนัยสำคัญ (รายละเอียดรายการระหว่างกันข้อ 12)

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิต, จัดหา และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปรุงรสอาหาร, ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุง, อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค, อาหารกึ่งสำเร็จรูป, อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท, เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท เครื่องดื่มรสผลไม้และน้ำผักผลไม้, พืชผักและผลไม้แช่แข็ง, ผักและผลไม้ที่ถนอมสภาพแล้ว รวมถึงสิ่งปรุงแต่งอาหารจากพืชและผัก เพื่อการส่งออกเป็นหลัก ในลักษณะของการขายขาดให้กับกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัทโดยตรง ซึ่งได้แก่ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายในประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม จากผักและผลไม้รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดทางด้านรสชาติให้แก่ผู้บริโภคด้วยผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย, ครอบคลุม และมีคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ระดับสากลภายใต้ตราสินค้า EXOTIC FOOD, THAI PRIDE, FLYING GOOSE, และ COCO LOTO เป็นต้น

โครงสร้างรายได้ของบริษัท

ประเภทรายได้	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย ⁽¹⁾						
1. ผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรสและน้ำจิ้มต่าง ๆ	344.65	60.69	392.07	63.64	484.22	65.54
2. ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงเครื่องประกอบอาหาร	62.56	11.02	82.66	13.42	104.79	14.18
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	55.74	9.82	52.51	8.52	59.88	8.11
4. ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน	15.67	2.76	19.08	3.10	16.49	2.23
5. ผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปและสำเร็จรูปอื่น ๆ	62.48	11.00	62.33	10.12	69.57	9.42
รวมรายได้จากการขายสินค้า	541.10	95.29	608.65	98.80	734.95	99.48
รายได้อื่น ⁽²⁾	26.74	4.72	7.38	1.20	3.86	0.52
รวมรายได้ทั้งหมด	567.84	100.00	616.03	100.00	738.81	100.00

หมายเหตุ (1) รายได้จากการขายสุทธิหลังจากหักส่วนลดจ่าย

(2) รายได้อื่นได้แก่ รายได้จากการลงทุน กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้จากการขายขยะและเศษซาก

กำไรจากการจำหน่ายทรัพย์สินและอื่นๆ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

2.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถแบ่งกลุ่มได้ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรสและน้ำจิ้มต่างๆ นับเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท โดยบริษัทมีส่วนในการจำหน่ายสินค้าในกลุ่มนี้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.42 และร้อยละ 65.88 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัทในปี 2556 และปี 2557 ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มซอสปรุงรสและน้ำจิ้มนี้ นอกจากจะใช้รับประทานร่วมกับอาหารที่ทำเสร็จเพื่อให้อาหารมีรสชาติดียิ่งขึ้นแล้ว ยังสามารถดัดแปลงใช้เป็นเครื่องปรุงรสในการ

ประกอบอาหารเพื่อให้ได้รสชาติตามที่ต้องการ หรือเพิ่มรสชาติของอาหารได้อีกด้วย เช่น ใส่ในแซนวิช, ทาบนขนมปัง, คลุกเคล้ากับผักและผลไม้ เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์ในกลุ่มซอสปรุงรสและน้ำจิ้มนี้ มีการบรรจุในขวดแก้ว, ขวดพลาสติกชนิด PET และซอง POUCH โดยบริษัทเป็นผู้ผลิตไทยรายแรก ๆ ที่นำขวดพลาสติกมาบรรจุซอสเพื่อส่งออก ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกแก่ผู้บริโภค เพียงแค่บิด, บีบ แล้วเทซอสลงบนอาหารที่ต้องการ

สินค้าหลักในกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ได้แก่ น้ำจิ้มไก่ ซอสพริก น้ำจิ้มสะเต๊ะ, น้ำจิ้มบ๊วย, น้ำจิ้มสุกี้, น้ำสลัด, ซอสถั่วเหลือง, ซอสเปรี้ยวหวาน และซอสรสผลไม้ต่าง ๆ บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเองเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งได้แก่ EXOTIC FOOD, THAI PRIDE และ FLYING GOOSE



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรสและน้ำจิ้มต่าง ๆ

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงแกงและเครื่องประกอบอาหาร ได้แก่ กะทิ, พริกแกง, เครื่องปรุงแกงต่าง ๆ เช่น เครื่องปรุงแกงแดง, เครื่องปรุงแกงเขียว และเครื่องปรุงสำเร็จต่าง ๆ เช่น เครื่องปรุงต้มยำไทย และน้ำมะขามเปียก เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ใช้ในขั้นตอนการทำอาหาร โดยเหมาะสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการประกอบอาหาร แต่ไม่ต้องการเตรียมเครื่องประกอบอาหารต่าง ๆ ด้วยตนเองซึ่งมีความยุ่งยากและเสียเวลา ผู้บริโภคสามารถใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงแกงของบริษัทเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารได้เลย เพื่อลดขั้นตอนการทำอาหารและควบคุมรสชาติของอาหารให้เป็นไปตามสูตรมาตรฐานได้ ทั้งนี้ บริษัทมีส่วนได้จากรายได้จากการขายรวมของบริษัทในปี 2556 และปี 2557 ตามลำดับ สินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงแกงและเครื่องประกอบอาหารนี้ บริษัทมีทั้งการผลิตด้วยตนเองและจัดหาจากผู้ผลิตรายอื่น โดยสินค้าในกลุ่มเครื่องแกงที่บริษัทผลิตนั้น จะจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า EXOTIC FOOD และ THAI PRIDE



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงแกงและเครื่องประกอบอาหาร

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจากผักและผลไม้ ได้แก่ น้ำมะพร้าวและน้ำมะพร้าวผสมเนื้อ ภายใต้ตราสินค้า COCO LOTO ของบริษัท ส่วนน้ำโกจิเบอร์รี่, น้ำมะพร้าว, น้ำว่านหางจระเข้ และน้ำผลไม้ต่าง ๆ ภายใต้ตราสินค้า EXOTIC FOOD และ THAI PRIDE ของบริษัท โดยสินค้าในกลุ่มนี้บริษัทจะเป็นผู้ดำเนินการผลิตเองเป็นหลัก และมีการรับผลิตภายใต้ตราสินค้าของลูกค้าเป็นบางส่วน ทั้งนี้บริษัทมีส่วนส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจากผักและผลไม้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.63 และร้อยละ 8.15 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัทในปี 2556 และปี 2557 ตามลำดับ



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจากผักและผลไม้

4. กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ได้แก่ แกงบรรจุกระป๋องพร้อมรับประทาน เช่น ต้มยำ, แกงเขียวหวาน, แกงแดง, แกงกะทรี, แกงมันมัน และอาหารปรุงสำเร็จพร้อมรับประทานต่าง ๆ เช่น ข้าวแกงเขียวหวาน และก๋วยเตี๋ยวผัดไทย เป็นต้น สินค้าในกลุ่มนี้นับเป็นการต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทให้ครบวงจรของการรับประทานอาหารของผู้บริโภคให้ครบถ้วนยิ่งขึ้น โดยอาศัยความรู้ความชำนาญของบริษัทในด้านเครื่องประกอบอาหารและเครื่องปรุงรส นำมาพัฒนาจนเป็นผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ซึ่งเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการรับประทานอาหารรสชาติดีแบบเดียวกันกับที่ใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสของ EXOTIC FOOD แต่มีเวลาประกอบอาหารจำกัด ทั้งนี้ บริษัทมีส่วนส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.13 และร้อยละ 2.24 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัทในปี 2556 และปี 2557 ตามลำดับ สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานนี้ บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเองทั้งหมดภายใต้ตราสินค้า EXOTIC FOOD



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน

5. กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ได้แก่ สินค้าในน้ำมันและน้ำเกลือบ, ผักและผลไม้ กระป๋อง, ผลิตภัณฑ์จากข้าว, ของแห้งและของดองต่าง ๆ เป็นต้น สำหรับสินค้าในกลุ่มนี้บริษัทมีการจัดหาทั้งจากการซื้อมาขายไปและการผลิตเอง บริษัทมีส่วนส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.24 และร้อยละ 9.47 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัทในปี 2556 และปี 2557 ตามลำดับ



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป

2.1.2 การได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจหรือการส่งเสริมการลงทุน

1. สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

บริษัทได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในกิจการผลิตเครื่องดื่มจากพืชผักผลไม้ บรรจุภาชนะฉนวนกึ่งแข็ง และอาหารพร้อมรับประทาน ประเภท 1.11 กิจการผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (ยกเว้นการผลิตน้ำดื่ม และไอศกรีม) ตามบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 2107(5)/2554 ลงวันที่ 11 กรกฎาคม 2554 ซึ่งสิทธิและประโยชน์ที่สำคัญมีดังนี้

สิทธิประโยชน์	ระยะเวลา
1. ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับส่งเสริม โดยมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น และรายได้ที่ต้องนำมาคำนวณกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการให้รวมถึงรายได้จากการจำหน่ายผลพลอยได้ ได้แก่ เศษหรือของเสียจากระบวนการผลิต รวมทั้งสามารถนำผลขาดทุนประจำปีที่เกิดขึ้นในระหว่างเวลาดังกล่าวไปหักออกจากกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นภายหลังระยะเวลาที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล มีกำหนดเวลา 5 ปี นับแต่วันที่พ้นกำหนดเวลานั้น โดยจะเลือกหักจากกำไรสุทธิของปีใดปีหนึ่งหรือหลายปีก็ได้	เป็นเวลา 8 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2554 ถึง 1 ตุลาคม 2562
2. ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนพิจารณาอนุมัติ บริษัทได้นำเข้าเครื่องจักรครบถ้วนเรียบร้อยแล้ว	ภายในวันที่ 2 มีนาคม 2557
3. ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล	เป็นเวลา 8 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2554 ถึง 1 ตุลาคม 2562
4. ได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการลงทุนในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติ โดยมีกำหนด 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดระยะเวลา 8 ปี ที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้	เป็นเวลา 5 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2562 ถึง 1 ตุลาคม 2567
5. ได้รับอนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปา 2 เท่าของค่าใช้จ่ายดังกล่าว เป็นระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น	เป็นเวลา 10 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2554 ถึง 1 ตุลาคม 2564
6. ได้รับอนุญาตให้หักเงินลงทุนในการติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกร้อยละ 25 ของเงินลงทุน นอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ	

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 กลยุทธ์ทางการตลาด

1. การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์

บริษัทเป็นผู้ผลิตเพื่อการส่งออกโดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้บริโภคชาวต่างชาติระดับกลางถึงระดับบน ซึ่งให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพมากกว่าราคา บริษัทจึงมีนโยบายควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของสินค้าในทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ อาทิ การตรวจสอบขนาด สี กลิ่น ความสะอาด การปนเปื้อนของวัตถุดิบที่เป็น GMOs ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด, มีการตรวจสอบคุณภาพระหว่างการผลิตสินค้า อาทิ สี กลิ่น รสชาติ ปริมาณ สารเคมีและเชื้อจุลินทรีย์ ให้อยู่ในระดับที่ปลอดภัยตรงตามที่ลูกค้าต้องการ และสอดคล้องกับกฎหมายของประเทศคู่ค้า, มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าอีกครั้งก่อนส่งมอบให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่าบรรจุภัณฑ์อยู่ในสภาพดีและติดฉลากถูกต้องครบถ้วน นอกจากนี้ บริษัทยังจัดหาเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อรองรับคำสั่งซื้อในปริมาณมากและยังคงคุณภาพและรสชาติของสินค้าได้ตามมาตรฐานจากขั้นตอนการผลิตที่พิถีพิถัน และการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวด ทำให้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัทได้รับการรับรองจากสถาบันชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

สรุปมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่บริษัทได้รับ

มาตรฐาน	สถาบัน
IFS (International Food Standards)	SGS Germany Gmbh
BRC (The British Retail Consortium)	SGS United Kingdom Ltd
HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)	SGS (Thailand) Limited Systems & Services Certification
ISO 9001 : 2008 Quality Management System	SGS (Thailand) Limited Systems & Services Certification
ISO 22000:2005 Food Safety Management System	SGS (Thailand) Limited Systems & Services Certification
GMP (Good Manufacturing Practice)	SGS (Thailand) Limited Systems & Services Certification
HALAL	The Central Islamic Committee of Thailand

2. การสร้างความหลากหลายและครบถ้วนของผลิตภัณฑ์

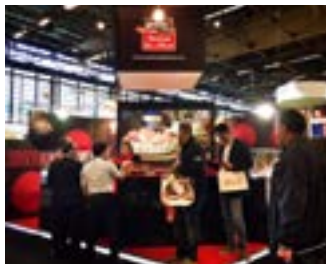
บริษัทมีการค้นคว้าและวิจัยสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นผู้นำในด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านรสชาติ สี กลิ่น รวมถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดและสะดวกต่อการใช้งาน ทำให้เมื่อผู้บริโภคนึกถึงอาหารไทย ก็จะนึกถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทในลักษณะของ “One-Stop-Brand” ที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อเครื่องปรุงและอาหารไทยได้จากสินค้าของบริษัทเพียงแห่งเดียว โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถนำไปประกอบอาหารทั้งในลักษณะของอาหารไทยดั้งเดิม อาหารไทยแบบประยุกต์ และนำไปเพิ่มรสชาติที่แปลกใหม่ให้กับอาหารที่ชาวตะวันตกรับประทานเป็นประจำ เช่น แซนวิช, สเปกเก็ตตี้, สลัด และผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าที่สะดวกพร้อมรับประทาน ในอนาคตบริษัทยังมีแผนจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่อีกมากถึง 50 รายการ โดยต้องการผลักดันให้บริษัทเป็นผู้นำในตลาดเครื่องปรุงระดับโลก

3. การประชาสัมพันธ์และสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

บริษัทมุ่งเน้นสร้างตราสินค้า “EXOTIC FOOD” ให้สื่อถึงภาพลักษณ์ของ “ความเป็นเลิศและทันสมัย (Premium Modern)” เพื่อให้สะดุดตากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย บริษัทให้ความสำคัญกับเรื่องการออกแบบสินค้าให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนและเป็นที่สนใจเมื่อวางอยู่บนชั้นวาง ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ บริษัทได้ดำเนินการทั้งกลุ่มลูกค้าทางตรงซึ่งได้แก่ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้า และกลุ่มลูกค้าทางอ้อมซึ่งได้แก่ผู้บริโภค ช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์กับลูกค้าที่เป็นผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ การร่วมออกบูธงานแสดงสินค้าในประเทศต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น

- THAIFEX World of Food ประเทศไทย
- ANUGA ประเทศเยอรมนี
- SIAL (The Salon International de l’Agroalimentaire) ประเทศฝรั่งเศส
- GULFOOD ประเทศสหรัฐอเมริกา
- FINE FOOD ประเทศออสเตรเลีย

สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค บริษัทจะทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสิ่งพิมพ์, ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทและเว็บไซต์ของผู้จัดจำหน่ายสินค้า รวมถึงการร่วมมือกับผู้จัดจำหน่ายจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย อาทิ การแจกรางวัลการมาท่องเที่ยวประเทศไทยแก่ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท, การแจกของที่ระลึกและการแจกสินค้าตัวอย่าง เป็นต้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นชาวต่างชาติสามารถใช้สินค้าของบริษัทเพื่อปรุงอาหารบริโภคเองได้อย่างง่ายดาย โดยทำตามขั้นตอนการปรุงที่เว็บไซต์ของบริษัทได้แสดงส่วนผสมและวิธีการปรุงอย่างละเอียด ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจในสินค้าของบริษัท



ตัวอย่างการประชาสัมพันธ์และสร้างตราสินค้าของบริษัท

4. การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัทมีนโยบายสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศต่าง ๆ นอกจากจะทำธุรกรรมการซื้อขายสินค้าระหว่างกันแล้ว บริษัทยังร่วมกับคู่ค้าในการพัฒนาสินค้าและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย รวมถึงการร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงเวลาและภาวะของตลาด โดยผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพตลาด

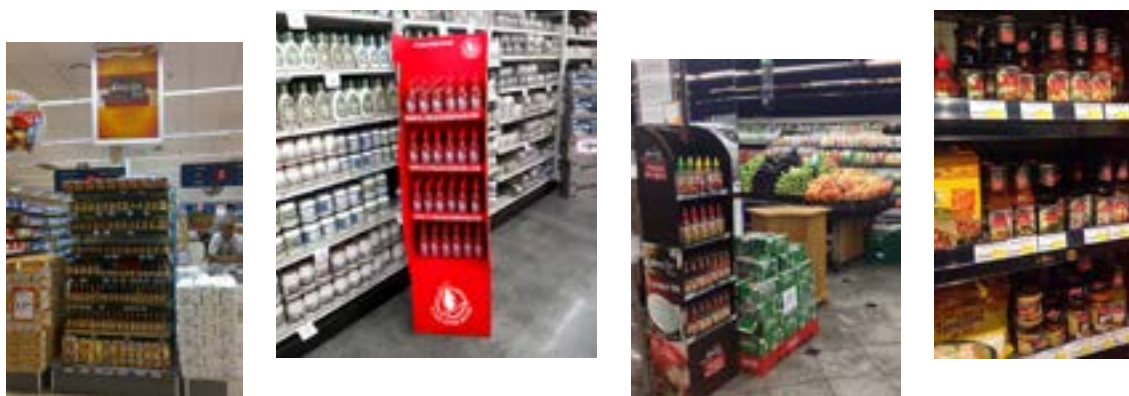
การแข่งขัน และความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภคในตลาดนั้น ๆ



ตัวอย่างการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรของบริษัท

5. การสร้างช่องทางจำหน่าย

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคผ่านผู้จัดจำหน่ายชั้นนำในต่างประเทศ ซึ่งมีความสามารถในการกระจายสินค้าของบริษัทเข้าสู่ห้างสรรพสินค้า, ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งนี้ การที่บริษัทมีสินค้าที่หลากหลายและครอบคลุมเกือบทุกประเภทของอาหารไทย ทำให้การจัดวางสินค้าของบริษัทมีความสะดวกเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายอื่น ๆ ที่มีสินค้านำมาจัดวางน้อยกว่า นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านทางเว็บไซต์ของผู้จัดจำหน่ายต่าง ๆ โดยไม่ต้องเดินทางไปซื้อที่ร้านค้า จึงเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มที่นิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี นับเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเข้าถึงของผู้บริโภคอีกทางหนึ่งด้วย ในอนาคตบริษัทจะเน้นเจาะตลาดประเภทร้านอาหารหรือภัตตาคารในตลาดยุโรปและอเมริกา



การจัดวางสินค้าของบริษัทในซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

2.2.2 ลักษณะของลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

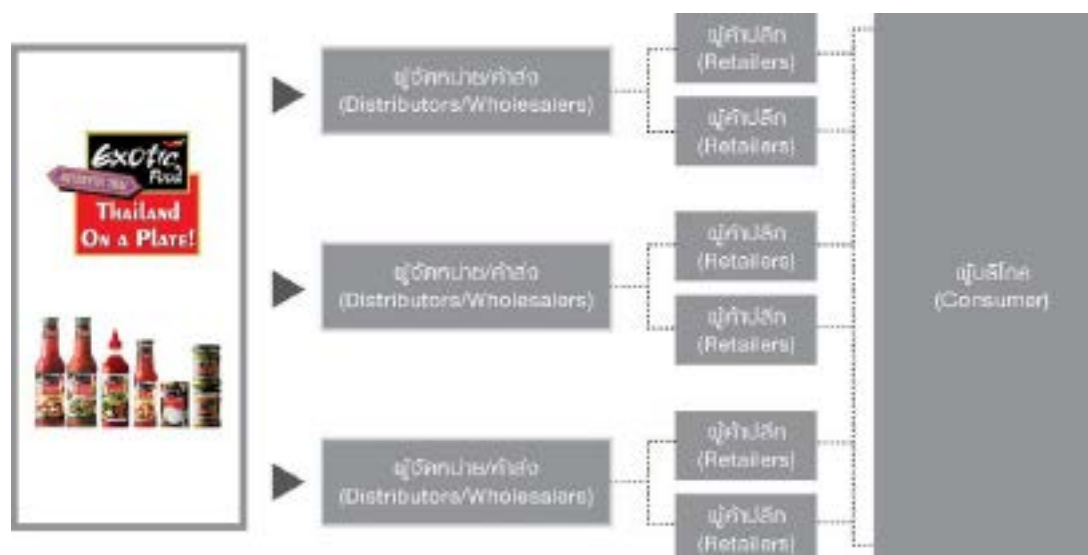
กลุ่มลูกค้าของบริษัทแบ่งออกเป็นกลุ่มลูกค้าทางตรงและกลุ่มลูกค้าทางอ้อม โดยกลุ่มลูกค้าโดยตรงซึ่งซื้อสินค้าในลักษณะของการขายขาดจากบริษัทนั้น ได้แก่บริษัทผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศต่าง ๆ กว่า 50 ประเทศทั่วโลก ซึ่งจะนำสินค้าของบริษัทไปจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าทางอ้อมของบริษัท

กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทนั้น ได้แก่ ชาวต่างชาติที่เคยมาท่องเที่ยวประเทศไทยและชื่นชอบอาหารไทย หรือชาวต่างชาติที่ไม่เคยมาประเทศไทยแต่ต้องการความแปลกใหม่และอยากจะทดลองรับประทานอาหารรสชาติแบบไทย ๆ โดยลูกค้ากลุ่มดังกล่าวจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพและความสะอาดของผลิตภัณฑ์มากกว่าราคา นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและสะดวกในการใช้งานก็เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความเชื่อมั่นและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท กลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังกล่าวจะสามารถหาซื้อสินค้าของบริษัทได้จากห้างสรรพสินค้า, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านค้า และเว็บไซต์ของผู้จัดจำหน่ายที่กระจายอยู่ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา ลูกค้าของบริษัทสามารถจำแนกตามกลุ่มประเทศได้ดังนี้

โครงสร้างรายได้แบ่งตามกลุ่มประเทศ ปี 2555 - 2557

รายได้จากการขาย	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มประเทศในทวีปยุโรป	397.04	73.38	470.65	77.33	563.81	76.71
กลุ่มประเทศในทวีปอเมริกา	49.04	9.06	47.26	7.76	52.26	7.11
กลุ่มประเทศในทวีปอื่น ๆ	93.82	17.34	89.83	14.76	117.63	16.01
รวมรายได้จากการส่งออก	539.90	99.78	607.74	99.85	733.70	99.83
รายได้ภายในประเทศ	1.20	0.22	0.91	0.15	1.25	0.17
รวมรายได้ทั้งหมด	541.10	100.00	608.65	100.00	734.95	100.00

2.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย



บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าเพื่อการส่งออกเป็นเกือบทั้งหมดคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 99 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัทในปี 2555-2557 โดยบริษัทจะจัดจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคชาวต่างชาติโดยผ่านทางคู่ค้าที่เป็นผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายต่างชาติ (Distributors/Wholesalers) รวมประมาณ 60 รายในประเทศต่าง ๆ ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายเหล่านี้นับได้ว่าเป็นลูกค้าโดยตรงของบริษัทที่จะเป็นผู้กระจายสินค้าทั้งส่งและปลีกให้

แก่ห้างสรรพสินค้า, ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าต่าง ๆ รวมถึงการจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของตนเองด้วย (Online Shopping) ตัวอย่างร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกในประเทศต่าง ๆ ที่มีสินค้าของบริษัทวางจำหน่ายได้แก่ Metro, Makro, Tesco, Aldi, Billa และ Globus เป็นต้น ในการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศต่าง ๆ นั้น บริษัทมีการจำหน่ายในลักษณะของการขายขาดและมีนโยบายในการกระจายสินค้าไม่ให้มีการทับซ้อนกันในการจำหน่ายให้แก่ลูกค้าแต่ละราย

นอกจากนี้ เนื่องจากบริษัทมีการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศเกือบทั้งหมดแต่ไม่ได้มีการตั้งสำนักงานสาขาในต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทจึงได้มีการว่าจ้างบริษัทตัวแทนในต่างประเทศเพื่อทำหน้าที่ในการประสานงานกับร้านค้าปลีกและผู้จัดจำหน่ายสินค้าในการให้ข้อมูลด้านการตลาดและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ โดยมีการจ่ายค่าตอบแทนในลักษณะของค่านายหน้า ทั้งนี้ บริษัทยังไม่มียุทธศาสตร์ในการจัดตั้งสำนักงานสาขาในต่างประเทศแต่อย่างใด

สำหรับการจำหน่ายในประเทศนั้น บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้จัดจำหน่ายในประเทศเพียงหนึ่งราย ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ในลักษณะของการขายขาด โดยการจำหน่ายสินค้าในประเทศในปี 2555 - 2557 ที่ผ่านมามีมูลค่าเพียงประมาณ 0.2 – 1.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณน้อยกว่าร้อยละ 1 ของรายได้จากการขายรวม อย่างไรก็ตาม บริษัทได้หยุดการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทให้แก่บริษัทที่เกี่ยวข้องดังกล่าวแล้ว และได้เริ่มดำเนินการจำหน่ายสินค้าในประเทศด้วยตนเองนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2556 แต่ยังคงรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทที่เกี่ยวข้องดังกล่าว โดยมีการกำหนดราคาและเงื่อนไขทางการค้าตามนโยบายการทำรายการระหว่างกันที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท ทั้งนี้ ในการจำหน่ายสินค้าให้แก่ห้างสรรพสินค้าในประเทศนั้น บริษัทมีการจำหน่ายทั้งในลักษณะของการขายขาดและขายฝาก ซึ่งขึ้นอยู่กับเงื่อนไขทางการค้าของห้างสรรพสินค้าแต่ละราย

2.2.4 ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

ภาพรวมการส่งออกเครื่องปรุงรสของประเทศไทย

สินค้าหลักของบริษัทซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรส, น้ำจิ้มและเครื่องแกงสำเร็จรูปต่าง ๆ นับเป็นสินค้าในกลุ่ม “สิ่งปรุงรสอาหาร” ซึ่งเป็นสินค้าในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรตามการจัดกลุ่มประเภทสินค้าเพื่อการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ โดยมูลค่าและปริมาณการส่งออกของสินค้าในกลุ่มสิ่งปรุงรสอาหารมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 10 ในด้านของปริมาณการส่งออก และเติบโตมากกว่าเท่าตัวในด้านของมูลค่าการส่งออกจาก 8,076 ล้านบาท หรือ 166,443 ตันในปี 2550 เป็น 19,076 ล้านบาท หรือ 285,969 ตันในปี 2557 โดยเฉพาะปีที่ผ่านมา การส่งออกสิ่งปรุงรสอาหารเติบโตร้อยละ 13.58 เมื่อเทียบกับปี 2556 และเติบโตมากที่สุดในรอบ 5 ปี

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรหมวด "สิ่งปฐรงรอาหาร" ของไทย ปี 2555 - 2557									
	2555		2556		2557		อัตราการขยายตัว: ร้อยละ		
	หน่วย : ตัน		มูลค่า : ล้านบาท		มูลค่า : ล้านบาท				
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	2555	2556	2557
2.8 สิ่งปฐรงรอาหาร	246,131.96	15,661.24	265,363.69	16,796.27	285,968.66	19,076.54	8.69	7.25	13.58
2.8.1 ซอส	48,289.55	2,219.23	52,325.30	2,541.09	58,035.75	3,156.37	4.02	14.50	24.21
(1) ซอสพริก	29,344.57	1,397.15	32,610.76	1,612.04	37,415.16	2,128.25	(0.78)	15.38	32.02
(2) ซอสถั่วเหลือง	14,893.40	649.08	15,430.46	694.98	16,272.93	809.37	19.01	7.07	16.46
(3) ซอสมะเขือเทศ	4,051.58	173.01	4,284.08	234.06	4,347.66	218.75	(3.83)	35.29	(6.54)
2.8.2 น้ำปลา	44,075.89	1,301.00	46,935.99	1,423.82	49,122.05	1,558.70	6.47	9.44	9.47
2.8.3 เครื่องแกงสำเร็จรูป	12,966.20	1,207.03	11,813.93	1,212.63	14,194.64	1,483.74	(10.15)	0.46	22.36
2.8.4 ผงปฐรงร	24,124.72	2,193.77	29,046.89	2,448.41	31,675.52	2,869.54	(5.03)	11.61	17.20
2.8.5 สิ่งปฐรงรอื่นๆ	116,675.61	8,740.19	125,241.59	9,170.32	132,940.69	10,008.19	18.11	4.92	9.14

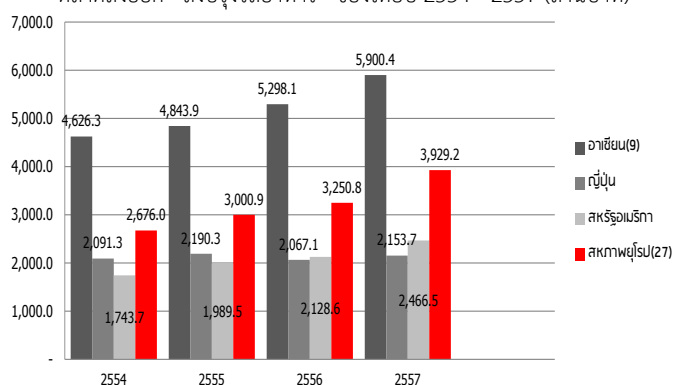
ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

แนวโน้มการเติบโตในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์จะพบว่า ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มซอสพริกและซอสอื่น ๆ ซึ่งเป็นสินค้าหลักของบริษัทนั้น มีมูลค่าการส่งออกเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 สินค้าในกลุ่มซอสพริกและซอสอื่น ๆ มีอัตราการเติบโตร้อยละ 24.21 เมื่อเทียบกับปี 2556 และผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องแกงสำเร็จรูปมีอัตราการเติบโตร้อยละ 22.36 เมื่อเทียบกับปี 2556

ตลาดส่งออกหลักสิ่งปฐรงรอาหาร 5 อันดับแรก คือ ญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, ฟิลิปปินส์, ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร ปัจจัยหลักที่ทำให้อุตสาหกรรมส่งออกสิ่งปฐรงรอาหารของประเทศไทยมีการเติบโตนั้นมาจากกระแสนิยมบริโภคอาหารไทยในกลุ่มชาวต่างประเทศอันเนื่องมาจากความโดดเด่นในด้านรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และการใช้วัตถุดิบที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของอาหารไทย ปริมาณวัตถุดิบมีเพียงพอและมีคุณภาพดี มีทักษะความชำนาญของผู้ผลิต มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และราคาแข่งขันได้ ประกอบกับการที่อุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากทางภาครัฐ โดยได้มีการวางยุทธศาสตร์ระยะยาว 10 ปี (2551-2560) เพื่อตั้งเป้าให้ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกเครื่องเทศแปรรูปและสิ่งปฐรงรอาหารในระดับพรีเมียมแหล่งหนึ่งของโลก มุ่งเน้นการสื่อสารให้ผู้นำเข้าสินค้าจากประเทศไทยรับรู้ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมีความปลอดภัย นอกจากนี้ อุตสาหกรรมสิ่งปฐรงรอาหารของไทยยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการที่กลุ่มประเทศในยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกานิยมการประกอบอาหารด้วยตนเองมากกว่าการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น จึงนับเป็นโอกาสที่ประเทศไทยจะสามารถเพิ่มปริมาณการส่งออกอาหารและสิ่งปฐรงรอาหารได้เพิ่มขึ้น

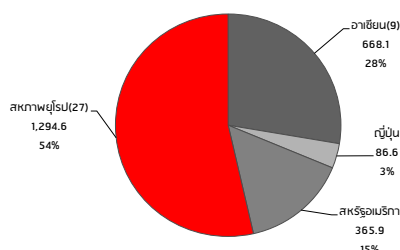
ในปี 2557 ตลาดหลักของบริษัทซึ่งเป็นกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.87 เมื่อเทียบกับปี 2556 ซึ่งเพิ่มขึ้นมากกว่าการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา

ตลาดส่งออก "สิ่งปฐรงรอาหาร" ของไทยปี 2554 - 2557 (ล้านบาท)

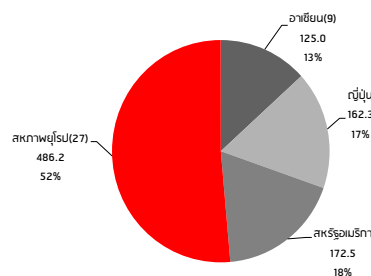


สินค้าที่สหภาพยุโรปนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างมากคือ ซอสพริกและซอสอื่นๆ, เครื่องแกงสำเร็จรูป, และ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูป ซึ่งมีอัตราการเติบโตร้อยละ 43.00, 20.56, และ 42.43 ตามลำดับ นับเป็นตลาดที่มีการขยายตัวมากที่สุด

สัดส่วนตลาดการส่งออกซอสพริกและซอสอื่นๆ ปี 2557



สัดส่วนตลาดการส่งออกเครื่องแกงสำเร็จรูป ปี 2557



เนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจที่มุ่งเน้นการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก ดังนั้น ผู้ประกอบการที่นับเป็นคู่แข่งของบริษัทจึงมีทั้งผู้ประกอบการในประเทศและผู้ประกอบการต่างประเทศดังต่อไปนี้

การแข่งขันจากผู้ประกอบการในประเทศ

จากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2556 พบว่า จำนวนโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการทำเครื่องปรุงกลิ่น รส หรือสีของอาหารในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 376 โรงงาน โดยโรงงานดังกล่าวมีทั้งโรงงานที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเอง และโรงงานที่รับจ้างผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของผู้อื่น ทั้งนี้ผู้บริหารของบริษัทประเมินว่า ผู้ประกอบการในประเทศส่วนใหญ่มักมีการผลิตสินค้าที่ไม่หลากหลาย โดยมักเน้นที่การผลิตสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะและเป็นการผลิตสินค้าแบบมุ่งเน้นรสชาติดั้งเดิมของเครื่องปรุงรสไทยในขณะที่สินค้าของบริษัทนั้น มุ่งเน้นที่การสร้างควมหลากหลายทั้งในด้านของรสชาติและประเภทของผลิตภัณฑ์ และมุ่งเน้นการพัฒนารสชาติที่เหมาะสมกับชาวต่างชาติ ดังนั้น จึงนับได้ว่าไม่มีผู้ประกอบการไทยรายใดที่มีการประกอบธุรกิจในลักษณะเดียวกับบริษัทโดยตรง

ผู้ประกอบการในประเทศที่มีการผลิตสินค้าในกลุ่มเดียวกันกับสินค้าหลักของบริษัทเพื่อส่งออก มีดังนี้

ซอสพริกศรีราชา

ผู้ส่งออกซอสพริกในประเทศมีจำนวนทั้งสิ้น 60 ราย มีมูลค่าการส่งออกรวมประมาณ 1,200 – 2,100 ล้านบาทในแต่ละปี สำหรับผู้ประกอบการที่มีการส่งออกสินค้าประเภทซอสพริกศรีราชาไปยังกลุ่มลูกค้าเดียวกันกับบริษัทมีประมาณ 10 ราย และเมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนรายได้ของบริษัทเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกรวมพบว่า บริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกซอสพริกเฉลี่ยในปี 2553 - 2557 เท่ากับร้อยละ 8.84 ของมูลค่าส่งออกซอสพริกทั้งหมดของประเทศไทย ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	2553	2554	2555	2556	2557
มูลค่าส่งออกซอสพริกของไทย ¹⁾	1,214.10	1,408.20	1,397.15	1,612.04	2,128.25
รายได้จากการขายซอสพริกศรีราชาของบริษัท	102.16	103.17	127.82	158.53	200.57
ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)	8.41	7.33	9.15	9.83	9.42

ที่มา : 1) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

เครื่องแกงสำเร็จรูป

ผู้ส่งออกเครื่องแกงในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 84 ราย มีมูลค่าการส่งออกรวมประมาณ 1,200-1,500 ล้านบาทในช่วงปี 2553 - 2557 สำหรับผู้ประกอบการที่มีการส่งออกสินค้าประเภทเครื่องแกงไปยังกลุ่มลูกค้าเดียวกันกับบริษัทมีประมาณ 15 ราย และเมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนรายได้ของบริษัทเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกรวม พบว่าบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกเครื่องแกงสำเร็จรูปเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 1.49 ของมูลค่าส่งออกเครื่องแกงสำเร็จรูปทั้งหมดของประเทศไทย ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	2553	2554	2555	2556	2557
มูลค่าส่งออกเครื่องแกงของไทย ¹⁾	1,259.60	1,343.30	1,207.03	1,212.63	1,483.70
รายได้จากการขายเครื่องแกงของบริษัท	15.75	13.78	18.64	33.29	43.67
ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)	1.25	1.03	1.54	2.75	2.94

ที่มา : 1) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ผู้บริหารของบริษัทประเมินว่า ถึงแม้จะมีผู้ประกอบการในกลุ่มเครื่องปรุงรส รส หรือสีของอาหารเป็นจำนวนมากในประเทศไทย แต่เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทนั้นได้แก่กลุ่มประเทศในทวีปยุโรปและสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีระเบียบมาตรฐานที่สูงไม่ว่าจะทั้งทางด้านสาธารณสุข ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ผู้ประกอบการที่จะมุ่งเน้นการผลิตสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานที่เข้มงวดเพื่อส่งออกไปยังประเทศกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทนั้นจึงมีไม่มากนัก ประกอบกับการที่บริษัทมีการพัฒนาสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าบริษัทจะยังคงสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการในประเทศไว้ได้

การแข่งขันจากผู้ประกอบการในต่างประเทศ

คู่แข่งที่สำคัญของบริษัทในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสและเครื่องประกอบอาหารจากต่างประเทศ ได้แก่ ผู้ประกอบการจากประเทศสหรัฐอเมริกา, เวียดนาม, สาธารณรัฐประชาชนจีน, สิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยเฉพาะผู้ประกอบการจากประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นผู้ผลิตซอสพริกและน้ำจิ้มไก่รายใหญ่ภายใต้ตราสินค้า “Huy Fong” และผู้ประกอบการจากประเทศเวียดนามและสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งผลิตสินค้าในกลุ่มซอสและน้ำจิ้มภายใต้ตราสินค้า “CHOLIMEX”, “AMOY”, “DIAMOND” และ “LEE KUM KEE” นั้น นับเป็นคู่แข่งที่สำคัญของบริษัทอย่างไรก็ดี บริษัทได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยเน้นจุดเด่นของการเป็นผู้ผลิตจากประเทศไทยซึ่งเป็นต้นกำเนิดของ “ซอสพริกศรีราชา” ประกอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อนำเสนอรสชาติใหม่ ๆ ที่หลากหลายและตอบสนองผู้บริโภคได้ในทุกระดับ

ด้วยจุดเด่นของ “One Stop Brand” ส่งผลให้บริษัทเชื่อมั่นว่า จะยังคงสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งสำคัญจากประเทศสหรัฐอเมริกาดังกล่าวไว้ได้ ในส่วนของคู่แข่งจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตนั้น ผู้บริหารของบริษัทประเมินว่า บริษัทยังคงมีข้อได้เปรียบในด้านคุณภาพและความสม่ำเสมอของมาตรฐานในการผลิต ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในกลุ่มประเทศลูกค้าหลักของบริษัท สำหรับผู้ประกอบการจากประเทศอื่น ๆ เช่น มาเลเซียและสิงคโปร์นั้น ผู้บริหารประเมินว่า

บริษัทมีข้อได้เปรียบทั้งทางด้านต้นทุนและความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยวัตถุดิบและมีชื่อเสียงในด้านของการปรุงอาหารซึ่งเป็นที่รู้จักในกลุ่มชาวต่างชาติมานาน บริษัทจึงเชื่อมั่นว่า ด้วยคุณภาพมาตรฐานและภาพลักษณ์ของการเป็นผู้ประกอบการจากประเทศไทย จะยังเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งจากประเทศดังกล่าว

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 การผลิต

ในการผลิตของบริษัทนั้น เป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) โดยทางฝ่ายขายจะส่งคำสั่งผลิตที่ได้รับจากลูกค้าไปที่ฝ่ายวางแผนการผลิต จากนั้นฝ่ายวางแผนการผลิตจะจัดทำแผนการผลิต (Production Planning) ซึ่งระบุรายละเอียดของสินค้า ปริมาณ และวันที่สั่งผลิต ส่งให้แต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายผลิต และฝ่ายคลังสินค้า เพื่อทำการจัดเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์เครื่องจักร โดยบริษัทมีนโยบายในการส่งมอบสินค้าภายใน 6 สัปดาห์หลังจากที่ลูกค้ายืนยันคำสั่งซื้อ ขึ้นอยู่กับประเภทผลิตภัณฑ์และปริมาณสินค้าที่ลูกค้าสั่งผลิต สำหรับการตรวจสอบคุณภาพสินค้านั้น ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะเข้าไปดำเนินการตรวจสอบคุณภาพสินค้าในแต่ละขั้นตอนของการผลิตตามนโยบายการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของบริษัท

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานผลิต 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง เลขที่ 49/42 หมู่ที่ 5 ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสัตหิรา จังหวัดชลบุรี 20230 เนื้อที่รวม 6 ไร่ 3 งาน โดยมีกำลังการผลิตรวมและอัตราการใช้กำลังการผลิตดังนี้

กำลังการผลิตเต็มที่ (ตัน) และอัตราการใช้กำลังการผลิตของเครื่องจักร (%)²⁾

รายได้จากการขาย	กำลังการผลิตเต็มที่ 1)	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรสและน้ำจิ้มต่างๆ	7,399.15	5,281.92	71.39	5,787.04	78.21	7,259.61	98.11
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงแกงและเครื่องประกอบอาหาร	888.12	546.97	61.59	658.88	74.19	636.74	71.70
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจากผักและผลไม้	2,209.50	1,328.65	60.13	1,372.46	62.12	1,315.53	59.54
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน	177.12	167.34	94.48	151.62	85.60	207.59	117.20

หมายเหตุ 1) กำลังการผลิตเต็มที่ คำนวณจากความสามารถของเครื่องบรรจุโดยประมาณการเวลาในการบรรจุจากขนาดบรรจุภัณฑ์ที่มีการจำหน่ายมากที่สุด ซึ่งกำลังการผลิตเต็มที่ = จำนวนขวดหรือกระป๋องหรือซองที่บรรจุได้ใน 1 นาที x จำนวนเครื่องบรรจุ x ชั่วโมงทำงานเฉลี่ยของขั้นตอนการบรรจุ x จำนวนวันทำงาน 300 วันต่อปี

2) ปรับเป็นรายปี เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ

2.3.2 การจัดหาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

บริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบจากผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 93.74 และ 94.46 ของมูลค่าการจัดซื้อวัตถุดิบรวมในปี 2556 และ 2557 ตามลำดับ และมีการนำเข้าบรรจุภัณฑ์และวัตถุดิบบางประเภทตามข้อกำหนดของลูกค้า รวมถึงบรรจุภัณฑ์และวัตถุดิบซึ่งมีราคาสูงกว่าในประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 6.26 และร้อยละ 5.54 ของมูลค่าการจัดซื้อวัตถุดิบรวมในปี 2556 และ 2557

บริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหลายราย ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยจำนวนกว่า 100 ราย เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและผู้จัดหาวัตถุดิบรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ โดยบริษัทมีนโยบายการสั่งซื้อที่สม่ำเสมอและต่อเนื่องกับผู้ผลิตและผู้จัดหาวัตถุดิบรายเดิม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน ส่งผลให้ตลอดเวลาที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตจนส่งผลกระทบต่อกระบวนการประกอบธุรกิจแต่อย่างใด ในช่วงปี 2555 - 2557 บริษัทมีการซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายเกินกว่าร้อยละ 10 ของมูลค่าการจัดซื้อวัตถุดิบรวมเป็นจำนวน 1 ราย

วัตถุดิบของบริษัทนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบหลักเพื่อใช้ผลิตสินค้าได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น พริก คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10-20 ของมูลค่าการจัดซื้อวัตถุดิบรวม, น้ำตาลคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10-13 ของมูลค่าการจัดซื้อวัตถุดิบรวม, และวัตถุดิบอื่นๆ เช่น กระเทียม, ขิง และตะไคร้ เป็นต้น คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 20-30 ของมูลค่าการจัดซื้อวัตถุดิบรวม

เนื่องจากวัตถุดิบหลักที่เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร มีอายุในการเก็บรักษาและมีความไม่แน่นอนทั้งด้านปริมาณและราคา บริษัทจึงต้องวางแผนการผลิตและการจัดซื้อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อรักษาคุณภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้ได้มาตรฐาน ดังนั้น ในการจัดซื้อวัตถุดิบ บริษัทจึงมีนโยบายในการทำสัญญาตกลงซื้อขายล่วงหน้ากับเกษตรกร, ผู้ผลิต, หรือผู้จัดหาวัตถุดิบ สำหรับวัตถุดิบหลักที่มีการใช้อย่างสม่ำเสมอ อาทิ พริก และน้ำตาลทราย มีการกำหนดปริมาณ ราคา และระยะเวลาการส่งมอบล่วงหน้า ณ วันที่ทำสัญญา และมีการวางแผนการจัดซื้อร่วมกันระหว่างผู้ผลิตหรือผู้จัดหาวัตถุดิบกับบริษัท เพื่อให้สามารถดำเนินการส่งมอบวัตถุดิบที่ได้คุณภาพ ปริมาณ และกำหนดเวลาตรงตามต้องการ เป็นการลดความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบในการผลิตไม่ได้ในบางฤดูกาล รวมทั้งยังเป็นการประกันความสดใหม่ของวัตถุดิบที่จะเข้าสู่กระบวนการผลิตอีกด้วย

2. บรรจุภัณฑ์

บริษัทมีการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดซื้อคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 33.60 และ 35.15 ของมูลค่าการจัดซื้อวัตถุดิบรวมในปี 2556 - 2557 โดยส่วนใหญ่เป็นการสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ

3. สินค้าเพื่อจำหน่าย

นอกจากวัตถุดิบที่จัดซื้อมาเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าแล้ว บริษัทยังมีการจัดซื้อสินค้าสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปบางประเภทเพื่อนำจำหน่ายในลักษณะของการซื้อมาขายไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเอง และมีการจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของลูกค้าและผู้ขายบ้างเล็กน้อย สินค้าดังกล่าว ได้แก่ ผักและผลไม้กระป๋อง, ของแห้งและของดองต่างๆ, บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป, เส้นหมี่ และวุ้นเส้น เป็นต้น โดยมูลค่าการซื้อของกลุ่มสินค้าเพื่อจำหน่ายนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 18.47 และร้อยละ 21.84 ของมูลค่าการจัดซื้อวัตถุดิบรวมในปี 2556 และ 2557

มูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และสินค้าเพื่อจำหน่าย ปี 2555 - 2557

	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	138.61	43.62	175.21	47.92	165.79	43.01
บรรจุภัณฑ์	106.22	33.42	122.85	33.60	135.46	35.15
สินค้าสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปเพื่อจำหน่าย	72.97	22.96	67.54	18.47	84.18	21.84
รวม	317.80	100.00	365.60	100.00	385.43	100.00

2.3.3 ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลและรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี และได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานต่าง ๆ มาโดยตลอด เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการผลิตของบริษัท โดยมลภาวะที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตของบริษัทได้แก่ น้ำเสียซึ่งเกิดจากการล้างเครื่องจักรและขยะมูลฝอย ในการจัดการกับมลภาวะที่เกิดขึ้นดังกล่าว บริษัทได้จัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียโดยการนำน้ำเสียไปทำการตกตะกอนและไขมัน เติมน้ำและปรับค่าความเป็นกรด-ด่าง ก่อนปล่อยลงสู่บ่อบำบัดส่วนกลางของนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง โดยน้ำเสียที่ผ่านกระบวนการบำบัดดังกล่าว จะได้รับการตรวจสอบจากบริษัท โกลบอล ยูทิลิตี้ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนของการนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ในการทำหน้าที่เก็บตัวอย่างและวิเคราะห์คุณภาพของน้ำเสียที่ผ่านกระบวนการบำบัดของบริษัททุกเดือน

สำหรับของเสียประเภทขยะนั้น บริษัทจะทำการเก็บรวบรวมและจ้างให้ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชาลี รีไซเคิล เข้ามาขนขยะมูลฝอยและขยะทั่วไปทุกวัน เพื่อนำไปคัดแยกหรือนำไปทิ้ง ณ สถานที่ทิ้ง โดยไม่มีผลกระทบต่อบุคคลภายนอก และเป็นสถานที่ทิ้งที่ไม่ขัดต่อกฎหมายหรือระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การนิคมอุตสาหกรรมจะเป็นผู้ทำการตรวจสอบการทิ้งขยะในแต่ละเดือน และตรวจสอบการกำจัดขยะของโรงงานซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของเทศบาลตำบลแหลมฉบัง

นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินการตรวจประเมินผลสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วยแสง เสียง ความร้อน และสารเคมีให้อยู่ในระดับที่ปลอดภัยตามที่กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานกำหนด รวมถึงการแจกอุปกรณ์ป้องกันให้แก่พนักงาน เช่น ชุดแต่งกาย รองเท้า และถุงมือ สำหรับป้องกันความร้อน และปลั๊กอุด

หูตึงเสียง (Ear Plugs) สำหรับบริเวณที่มีระดับเสียงซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ เป็นต้น โดยบริษัทได้แจ้งให้บริษัท ซี. อี. เอ็ม. เทคโนโลยี (ไทยแลนด์) จำกัด เข้ามาทำการตรวจสอบและจัดทำรายงานการตรวจวัดระดับความเข้มของแสง, ความดังของเสียง, ระดับความร้อนและคุณภาพของอากาศในโรงงานของบริษัททุก 1 ปี โดยผลการตรวจวัดในเดือนมิถุนายน 2556 พบว่าบริษัทมีสภาวะแวดล้อมในการทำงานอยู่ในระดับที่ปลอดภัยตามเกณฑ์มาตรฐาน

บริษัทไม่เคยมีข้อพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและไม่เคยได้รับการดักเตือนหรือปรับจากหน่วยงานของรัฐตามกฎหมายที่บริษัทต้องปฏิบัติตาม ได้แก่ พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535, พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่ผ่านมาบริษัทได้รับการต่ออายุใบอนุญาตโรงงานจากการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมาโดยตลอดตั้งแต่เปิดกิจการ โดยในเดือนกันยายน 2555 การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยได้อนุญาตการต่ออายุใบอนุญาตโรงงานแล้วจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

เนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องปรุงรส, เครื่องประกอบอาหาร, เครื่องดื่ม และอาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปต่าง ๆ เพื่อการส่งออก โดยในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการส่งออกเท่ากับ 607.74 ล้านบาท และ 733.71 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 99.85 และ 99.83 ของรายได้จากการขายของบริษัทตามลำดับ โดยในการกำหนดราคาสินค้ากับลูกค้านั้น บริษัทมีการกำหนดราคาสินค้าเป็นเงินสกุลเงินยูโร, สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ และสกุลเงินบาท คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 72.37, 11.38, และ 16.25 ของรายได้จากการขายของบริษัท สำหรับการสั่งซื้อวัตถุดิบนั้น บริษัทมีการจ่ายชำระด้วยสกุลเงินบาทเป็นหลัก และมีการนำเข้าบางส่วน โดยมีการนำเข้าวัตถุดิบเท่ากับ 22.88 และ 21.36 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.26 และ 5.54 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบรวมในปี 2556 และ 2557 ตามลำดับ ซึ่งการนำเข้าวัตถุดิบนี้บริษัทมีการจ่ายชำระเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐเป็นหลัก ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในระดับสูงซึ่งเกิดจากการขายสินค้าเป็นสกุลเงินต่างประเทศเกือบทั้งหมด โดยในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทและสกุลเงินต่างประเทศมีความผันผวนมาก จะส่งผลให้บริษัทได้รับผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อรายได้และอัตรากำไรของบริษัทเมื่อคิดเป็นสกุลเงินบาทหากบริษัทไม่สามารถปรับราคาขายสินค้าได้ตามการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินต่างประเทศ โดยอาจเกิดผลกำไรหรือขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ทำการบันทึกบัญชีซื้อหรือขายสินค้า และวันที่ทำการรับหรือจ่ายชำระมีความแตกต่างกัน

ดังนั้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าว ผู้บริหารของบริษัทได้มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิดเพื่อประเมินสถานการณ์และแนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่าง ๆ ในการกำหนดราคาขายสินค้า เพื่อกำหนดราคาขายสินค้าให้สะท้อนกับอัตราแลกเปลี่ยนในแต่ละช่วงเวลา และมีการลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนด้วยการเปิดบัญชีเงิน

ฝากสกุลเงินต่างประเทศ (Foreign Currency Deposit Account: FCD) นอกจากนี้ บริษัทได้มีการเจรจากับคู่ค้าบางรายเพื่อขอกำหนดราคาขายสินค้าเป็นสกุลเงินบาทโดยเริ่มตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2556

สำหรับการขายสินค้าในส่วนของเงินตราสกุลต่างประเทศที่ยังคงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนนั้น บริษัทมีนโยบายในการลดความเสี่ยงโดยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) โดยเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงร้อยละ 2 ถึงร้อยละ 5 จากอัตราแลกเปลี่ยนที่กำหนดไว้ ผู้บริหารจะพิจารณาทำสัญญาซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าในสัดส่วนร้อยละ 50 ของมูลค่าคำสั่งซื้อจากลูกค้า และในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงไปเกินกว่าร้อยละ 5 จากอัตราแลกเปลี่ยนที่กำหนดไว้ ผู้บริหารจะพิจารณาทำสัญญาซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าในสัดส่วนร้อยละ 100 ของมูลค่าคำสั่งซื้อจากลูกค้าในช่วงเวลานั้น ๆ ซึ่งขึ้นกับดุลยพินิจของผู้บริหารและเป็นไปตามนโยบายที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยจะมีการสอบทานความเพียงพอของนโยบายการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินของบริษัททุกสิ้นปี ทั้งนี้ บริษัทไม่มีนโยบายในการเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน จากนโยบายการป้องกัน ทำให้บริษัทมีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน 6.25 ในปี 2556 และมีผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 5.73 ล้านบาท ในปี 2557

3.2 ความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าของบริษัทได้แก่สินค้าในภาคเกษตรกรรมซึ่งปริมาณผลผลิตขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศและฤดูกาล ส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ซึ่งบริษัทได้ทำการลดความเสี่ยงดังกล่าวโดยการประมาณการปริมาณวัตถุดิบที่จะต้องซื้อล่วงหน้าในระยะเวลา 1 ปี และพิจารณาจัดทำสัญญาการจัดหาวัตถุดิบกับผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหลักของบริษัทอันได้แก่ พริก และน้ำตาล ซึ่งมีมูลค่าการซื้อเป็นสัดส่วนเท่ากับประมาณร้อยละ 50 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของบริษัท หรือเท่ากับร้อยละ 10-15 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบและสินค้ารวมของบริษัท

บริษัทมีการทำสัญญากับผู้ผลิตและผู้จัดหาวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเพื่อเป็นการป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ และการกระจายการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จัดหาวัตถุดิบหลายราย ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและผู้จัดหาวัตถุดิบรายใดรายหนึ่ง อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายการสั่งซื้อกับผู้ผลิตและผู้จัดหาวัตถุดิบรายเดิมที่ยังคงสามารถจัดหาวัตถุดิบที่ได้คุณภาพตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดอย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการสร้างพันธมิตรทางการค้า และมีการวางแผนการจัดซื้อร่วมกันระหว่างผู้ผลิตและผู้จัดหาวัตถุดิบกับบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ผลิตและผู้จัดหาวัตถุดิบจะสามารถดำเนินการส่งมอบวัตถุดิบได้ตรงตามต้องการ

3.3 ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบหลัก

น้ำตาลทรายและพริกนับเป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญของบริษัทในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงอาหารซึ่งเป็นสินค้าหลักของบริษัท โดยราคาของพริกนั้นขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตในแต่ละช่วงฤดูกาล รวมถึงอุปสงค์และอุปทานภายในตลาด ส่วนน้ำตาลทรายนั้น ราคาจำหน่ายน้ำตาลทรายภายในประเทศได้ถูกควบคุมภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วยสินค้าและบริการปี 2542 ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาของพริกและน้ำตาล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้และอัตรากำไรของบริษัท หากบริษัทไม่สามารถ

ปรับราคาขายสินค้าได้ตามการปรับตัวขึ้นของราคาวัตถุดิบดังกล่าว

เพื่อเป็นการลดผลกระทบจากความผันผวนดังกล่าว บริษัทจึงมีนโยบายในการทำสัญญาสั่งซื้อกับผู้ผลิตและผู้จัดหาวัตถุดิบ โดยมีการกำหนดราคาซื้อขายล่วงหน้า ณ วันที่ทำสัญญา และใช้นโยบายในการกำหนดราคาของสินค้าโดยพิจารณาจากต้นทุนขายของบริษัท ประกอบกับการทำวิจัยและพัฒนาด้านการลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบดังกล่าว

3.4 ความเสี่ยงจากมาตรการและอุปสรรคทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้า

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทได้แก่ กลุ่มประเทศยุโรปและสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีระเบียบมาตรฐานที่สูงไม่ว่าจะทั้งทางด้านสาธารณสุข คุณภาพ ความปลอดภัย กฎหมาย และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงที่จะถูกกีดกันทางการค้าจากมาตรการและอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Measures and Non-Tariff Barriers: NTMs) ของประเทศผู้นำเข้าดังกล่าวที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัยและความปลอดภัยของสินค้า เช่น กฎเกณฑ์เกี่ยวกับสารที่ก่อให้เกิดภูมิแพ้ (Allergens), ยาฆ่าแมลง (Pesticide), การปนเปื้อน (Contaminant) และมาตรฐานฉลากสินค้า (Labeling standard) เป็นต้น

บริษัทมีการศึกษาข้อมูลและติดตามการบังคับใช้กฎระเบียบและมาตรการทางการค้าของประเทศต่าง ๆ ทั้งจากการติดตามข่าวสารและการติดต่อหน่วยงานราชการ รวมถึงการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการซึ่งเป็นคู่ค้าของบริษัท โดยบริษัทได้มีการกำหนดผู้รับผิดชอบในการรวบรวมข้อมูลดังกล่าวไว้อย่างชัดเจน เพื่อทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลและแจ้งต่อส่วนงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ในบริษัท ส่งผลให้บริษัทมีกระบวนการติดตามข้อมูลได้อย่างต่อเนื่องและเพียงพอต่อการพัฒนาคุณภาพสินค้าเพื่อให้สอดคล้องต่อการบังคับใช้กฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ โดยปัจจุบันบริษัทได้รับการรับรองคุณภาพจาก HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point), GMP (Good Manufacturing Practice), ISO 22000:2005 (Food Safety Management System), IFS (International Food Standards), BRC (The British Retail Consortium), ISO 9001:2008 (Quality Management System), HALAL Certificate, USFDA (Food and Drug Administration US) และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (Food and Drug Administration Thailand) ซึ่งเป็นการรับรองถึงคุณภาพความปลอดภัย และมาตรฐานการผลิตสินค้าของบริษัทในระดับสากล นอกจากนี้ บริษัทยังได้กระจายความเสี่ยงโดยการสร้างฐานลูกค้าในหลาย ๆ ประเทศ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการบังคับใช้กฎระเบียบหรือมาตรการทางการค้าในประเทศใดประเทศหนึ่ง

3.5 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัทมีการจำหน่ายสู่ผู้บริโภคชาวต่างชาติโดยผ่านทางผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายต่างชาติในประเทศต่าง ๆ ซึ่งนำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่ายทั้งส่งและปลีกให้แก่ห้างสรรพสินค้า, ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าต่าง ๆ รวมถึงการจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของตนเพื่อจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค บริษัทมีลูกค้ารายใหญ่ 2 ราย ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้ารายใหญ่ในทวีปยุโรป โดยบริษัทมีการจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ทั้ง 2 รายนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 45.72 ในปี 2556 และร้อยละ 44.90 ในปี 2557 ตามลำดับ ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายในทวีปยุโรปดังกล่าว

อย่างไรก็ดี ลูกค้านำเข้าใหญ่ของบริษัทเป็นลูกค้าประจำที่มีการติดต่อซื้อขายมาเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี และมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการรักษาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและการให้บริการของบริษัท ส่งผลบริษัทเชื่อมั่นว่าจะยังคงได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าประจำของบริษัทอย่างต่อเนื่องต่อไป บริษัทมีนโยบายในการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ โดยบริษัทมีนโยบายในการขยายลูกค้าใหม่ เพื่อกระจายฐานลูกค้าของบริษัท และยังเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจเพิ่มเติมในการที่จะพัฒนาสินค้าใหม่อีกด้วย

3.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงการจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มประเทศยุโรป

บริษัทมีความเสี่ยงจากการจำหน่ายสินค้าให้แก่ประเทศใดประเทศหนึ่งในสัดส่วนที่สูง ในปี 2555-2557 บริษัทมีการจำหน่ายสินค้ายังทวีปยุโรปเป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 75 ของรายได้จากการขายรวม ซึ่งในกรณีที่ประเทศคู่ค้าหลักประสบปัญหาหรือมีนโยบายลดความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศกับประเทศไทยลง ก็อาจส่งผลให้บริษัทไม่สามารถส่งออกสินค้าไปยังประเทศดังกล่าวได้ตามปกติ เพื่อลดความเสี่ยงจากการจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป บริษัทได้ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มประเทศอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน อาทิ ประเทศในกลุ่มทวีปเอเชียตะวันออก เป็นต้น

อย่างไรก็ดี เนื่องจากสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าในกลุ่มอาหารซึ่งนับเป็นปัจจัย 4 ที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังมีความหลากหลายและครอบคลุมได้ทุกความต้องการด้านอาหารของลูกค้า จึงส่งผลให้สินค้าของบริษัทอยู่ในกลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคมีความต้องการซื้ออย่างต่อเนื่องถึงแม้ว่าประเทศคู่ค้าจะประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจก็ตาม สำหรับความเสี่ยงจากนโยบายการค้าระหว่างประเทศนั้น ที่ผ่านมากลุ่มประเทศยุโรปมีการกีดกันทางการค้าจากมาตรการและอุปสรรคทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measures and Non-Tariff Barriers: NTMs) ซึ่งบริษัทก็ได้จัดทำมีการติดตามข้อมูลอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าให้สอดคล้องต่อการบังคับใช้กฎระเบียบหรือมาตรการต่าง ๆ อยู่แล้ว

3.7 ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน

ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่คือครอบครัวจันทรัช จะถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.51 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท (ณ วันปิดสมุดทะเบียนวันที่ 12 มีนาคม 2558) และครอบครัวจันทรัชยังเป็นผู้บริหารและกรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัทด้วย จึงทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ดังกล่าวเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าในเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นในเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง เช่น การ เพิ่มทุน การลดทุน ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียง อาจจะไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบหรือถ่วงดุลการบริหารของผู้ถือหุ้นใหญ่ได้

อย่างไรก็ตาม ด้วยโครงสร้างการจัดการของบริษัท ประกอบด้วยคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการรวม 4 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการ

บริหารความเสี่ยง โดยแต่ละคณะมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน ทำให้ระบบการทำงานของ บริษัทมีความเป็นมาตรฐาน และสามารถตรวจสอบได้โดยง่าย อีกทั้งโครงสร้างคณะกรรมการของบริษัทยัง ประกอบด้วยกรรมการอิสระเป็นจำนวน 6 ท่านจากจำนวนกรรมการรวมทั้งหมด 10 ท่าน และมีคณะกรรมการ ตรวจสอบที่ประกอบด้วยกรรมการอิสระ 5 ท่าน ซึ่งแต่ละท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ทำให้สามารถ สอบทานการทำงานของ บริษัทให้มีความโปร่งใสได้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถถ่วงดุลอำนาจในการนำเสนอเรื่อง ต่าง ๆ ที่จะพิจารณาเข้าสู่การประชุมผู้ถือหุ้นได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนั้นแล้ว กลุ่มบริษัทได้มีระเบียบปฏิบัติ ภารกิจที่มีการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับ กรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการ รวมทั้งบุคคล ที่อาจมีความขัดแย้ง โดยบุคคลดังกล่าวจะไม่มีอำนาจอนุมัติในการทำรายการนั้น ๆ ทำให้สามารถลดทอน ความเสี่ยงอันอาจจะเกิดขึ้นได้อีกด้วย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

รายการ	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดินเปล่า โฉนดเลขที่ 18436 18440 18441 นิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ ตำบลมาบยางพร อำเภอลวกแดง จังหวัดระยอง พื้นที่ 12 ไร่ 3 งาน 2.8 ตารางวา	เจ้าของ	35.82	ที่ดินถูกจดจำนองเพื่อค้ำประกันวงเงิน กู้ยืม ระยะยาว 19 ล้านบาทกับสถาบัน การเงิน
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร - ที่ตั้งอาคาร : นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง เขตอุตสาหกรรมส่งออก แปลงหมายเลข 1E-7 ที่ดินเนื้อที่ 6 ไร่ 3 งาน 61.93 ตารางวา - อาคารสำนักงานและโรงงานรวม 2 อาคาร	เช่า เจ้าของ	- 19.72	- สัญญาเช่าอายุ 30 ปี มีภาระผูกพัน ภายใต้อสัญญาวงเงินสินเชื่อระยะสั้น
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	23.54	- ไม่มี -
4. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	3.85	- ไม่มี -
5. ยานพาหนะ	เจ้าของ	4.66	ภายใต้อสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าการเงิน
6. สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	เจ้าของ	3.72	- ไม่มี -
รวม		91.31	

บริษัทมีการทำประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (แบบระบุภัย) ที่อาจจะเกิดขึ้นกับทรัพย์สินของบริษัท ได้แก่ สิ่งปลูกสร้าง (ไม่รวมฐานราก) รวมตัวอาคารอื่นๆ เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบปรับอากาศ เป็นต้น เพอร์นิเจอร์ สต็อกสินค้า เครื่องจักรและอุปกรณ์ส่วนควบต่าง ๆ ทุนประกันภัย 194 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทได้มีการ ทำประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก ทุนประกันภัย 82.11 ล้านบาท รวมเป็นทุนประกันภัยทั้งสิ้น 276.11 ล้านบาท ระยะเวลาเอาประกันภัย 1 ปี เริ่มวันที่ 22 มีนาคม 2557 ถึงวันที่ 22 มีนาคม 2558

4.2 รายละเอียดของสัญญาที่สำคัญ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

• สัญญาเช่าที่ดิน

คู่สัญญา	ระยะเวลา	รายละเอียด
การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	30 ปี (15 มีนาคม 2543 – 14 มีนาคม 2573)	ทรัพย์สินที่เช่า : ที่ดินในเขตอุตสาหกรรมส่งออกแหลมฉบัง แปลงหมายเลข 1E-7 เนื้อที่ ประมาณ 6 ไร่ 3 งาน 61.93 ตารางวา ตำบลทุ่งสุขลา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี เพื่อก่อสร้างอาคารโรงงานและประกอบกิจการอุตสาหกรรมผลิตซอสพริก น้ำจิ้มไก่
		อัตราค่าเช่า : อัตราค่าเช่าปีแรกระหว่างวันที่ 15 มีนาคม 2543 ถึง 14 มีนาคม 2544 เท่ากับ 165,000 บาท/ปี/ไร่ หรือคิดเป็น 1.14 ล้านบาท/ ปี โดยผู้ให้เช่าปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอัตราค่าเช่าได้ทุก ๆ ระยะเวลาสิบปี ในอัตราไม่เกินร้อยละ 10 ของอัตราค่าเช่าในขณะนั้น ปัจจุบันอัตราค่าเช่าเท่ากับ 181,500 บาท/ปี/ไร่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557
		การต่อสัญญา : ในปีสุดท้ายก่อนสัญญานี้จะสิ้นสุดไม่น้อยกว่า 6 เดือน หากผู้เช่าประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไปอีก 20 ปี ผู้เช่าต้องแจ้งความประสงค์เป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบ และผู้ให้เช่าจะพิจารณาให้ผู้เช่าต่อไปตามอัตราค่าเช่าและเงื่อนไขที่ผู้ให้เช่าได้ประกาศกำหนด
		เงื่อนไขอื่น : ในกรณีที่หยุดดำเนินงาน ผู้เช่าต้องแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นหนังสือภายใน 3 เดือนนับแต่วันหยุดดำเนินงาน แต่การหยุดดำเนินงานเพื่อโอนกิจการหรือโอนสิทธิครอบครองในที่ดินที่เช่า ต้องแจ้งให้ผู้เช่าทราบล่วงหน้าเป็นหนังสือไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันโอน

• สัญญาเงินกู้ระยะยาว

หัวข้อ	สรุปสาระสำคัญ
คู่สัญญา	สถาบันการเงินแห่งหนึ่ง
วันทำสัญญา	10 ตุลาคม 2555
จำนวนเงิน	19,000,000 บาท
วัตถุประสงค์	เพื่อซื้อที่ดินในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้
การชำระคืนเงินกู้	วันที่ 30 ตุลาคม 2557 บริษัทได้ชำระเงินกู้ยืมดังกล่าวจำนวน 10 ล้านบาท ส่วนยอดค้างชำระที่เหลือบริษัทต้องจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมรายเดือนงวดละ 0.2 ล้านบาท เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2557 ถึง พฤษภาคม 2558
อัตราดอกเบี้ย	MLR ลบด้วยอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1.50 ต่อปี
หลักประกัน	ที่ดินโฉนดเลขที่ 18436 18440 18441 (ที่ดินในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้) ตำบลมาบยางพร อำเภอลวกแดง จังหวัดระยอง กรรมสิทธิ์ของบริษัท เอ็กโซติก ฟู้ด จำกัด (มหาชน)



เงื่อนไขอื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> ผู้กู้จะไม่ก่อข้อผูกพันหนี้หรือภาระใด ๆ โดยการกู้ยืมจากหรือค้ำประกันบุคคลใดๆ จนทำให้อัตราส่วนของหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) ของผู้กู้ โดยคำนวณจากหนี้สินรวมหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นในเวลาใด ๆ ในปี 2555 เป็นต้นไป เกินกว่า 2 ต่อ 1 แต่ทั้งนี้ Debt to Equity Ratio จะต้องไม่ต่ำกว่าศูนย์ ในกรณีที่ผู้กู้ไม่สามารถดำเนินการก่อสร้างภายในระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน นับจากวันที่ผู้กู้ลงนามในสัญญาฉบับนี้ (ครบกำหนดต้นเดือนเมษายน 2557) ผู้ให้กู้ขอสงวนสิทธิ์เรียกคืนเงินกู้ยืมทั้งจำนวนได้ทันที <p>ปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างร่างผังโรงงาน โดยคาดว่าจะก่อสร้างเสร็จภายในปี 2558 ซึ่งจะไม่ทันตามเงื่อนไขข้อ 2 ข้างต้น ดังนั้นในเดือนกุมภาพันธ์ 2557 ที่ผ่านมา บริษัทได้ขอแก้ไขเงื่อนไขสัญญาเงินกู้โดยขอยกเลิกเงื่อนไขตามข้อ 2 ข้างต้นที่ระบุว่า “ในกรณีที่ผู้กู้ไม่สามารถดำเนินการก่อสร้างภายในระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน นับจากวันที่ผู้กู้ลงนามในสัญญาฉบับนี้ ผู้ให้กู้ขอสงวนสิทธิ์เรียกคืนเงินกู้ยืมทั้งจำนวนได้ทันที” และเงื่อนไขอื่น ๆ ในสัญญาเงินกู้ยังคงเดิม ซึ่งสัญญาเงินกู้ (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) นี้ได้รับอนุมัติจากธนาคารเรียบร้อยแล้วในเดือนมีนาคม 2557</p>
---------------	--

• เครื่องหมายการค้า




บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเครื่องหมายการค้าที่สำคัญต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทและเป็นกรรมสิทธิของบริษัทมีดังนี้

เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในประเทศ :

เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้าที่สำคัญ	วันที่หมดอายุ
	ซอสปรุงรส, เครื่องแกงสำเร็จรูป, น้ำผลไม้สำเร็จรูป, ผลไม้กระป๋อง, ผักกระป๋อง, กะทิสำเร็จรูป	มกราคม, กุมภาพันธ์ และกันยายน 2561
	น้ำผลไม้สำเร็จรูป, ผลไม้กระป๋อง, ผักกระป๋อง, กะทิสำเร็จรูป	มกราคม 2563
	ซอสปรุงรส, เครื่องแกงสำเร็จรูป, น้ำผลไม้สำเร็จรูป, ผลไม้กระป๋อง, ผักกระป๋อง, กะทิสำเร็จรูป	มกราคม 2563
	ซอสปรุงรส, เครื่องแกงสำเร็จรูป, น้ำผลไม้สำเร็จรูป, ผลไม้กระป๋อง, ผักกระป๋อง, กะทิสำเร็จรูป	กุมภาพันธ์ 2561

	น้ำผลไม้สำเร็จรูป และน้ำผลไม้แช่แข็ง	มกราคม 2561 และ มีนาคม 2564
	ซอสปรุงรส, เครื่องแกงสำเร็จรูป, น้ำผลไม้สำเร็จรูป, ผลไม้กระป๋อง, ผักกระป๋อง, กะทิสำเร็จรูป	สิงหาคม 2562

เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในต่างประเทศ :

เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้าที่สำคัญ	วันที่หมดอายุ
	ซอสปรุงรส, เครื่องแกงสำเร็จรูป, น้ำผลไม้สำเร็จรูป, ผลไม้กระป๋อง, ผักกระป๋อง	มกราคมและพฤศจิกายน 2560, มกราคม 2561, กรกฎาคม 2562, มีนาคมและพฤศจิกายน 2563
	ซอสปรุงรส, เครื่องแกงสำเร็จรูป, น้ำผลไม้สำเร็จรูป, ผลไม้กระป๋อง, ผักกระป๋อง	กรกฎาคม 2562
	ซอสปรุงรส, เครื่องแกงสำเร็จรูป, น้ำผลไม้สำเร็จรูป, ผลไม้กระป๋อง, ผักกระป๋อง	สิงหาคม 2564
	ซอสปรุงรส, เครื่องแกงสำเร็จรูป, น้ำผลไม้สำเร็จรูป, ผลไม้กระป๋อง, ผักกระป๋อง	กรกฎาคม 2662 และ มีนาคม 2563
	น้ำโกจิเบอร์รี่	เมษายน 2563
	น้ำมะพร้าว	เมษายน 2563
	น้ำว่านหางจระเข้	เมษายน 2563

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ปัจจุบันบริษัทไม่มีบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม ในอนาคตหากมีการลงทุน บริษัทมีนโยบายการลงทุนดังนี้

- พิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและเอื้อประโยชน์ต่อการทำธุรกิจของบริษัท หรือเป็นธุรกิจซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเจริญเติบโตหรือเป็นธุรกิจที่มีความถนัดและชำนาญ และคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนเป็นสำคัญ
- การลงทุนในบริษัทย่อย กำหนดการควบคุมดูแลโดยส่งกรรมการเข้าเป็นตัวแทนในบริษัทย่อยตามสัดส่วนการถือหุ้น หากบริษัทย่อยมีการดำเนินธุรกิจที่กระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทจะกำหนดวิธีการควบคุมดูแล เช่น การกำหนดเรื่องที่จะต้องขออนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท เป็นต้น
- การลงทุนในบริษัทร่วม บริษัทจะไม่เข้าไปควบคุมดูแลมากนักเพียงแต่จะส่งตัวแทนจากบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการในบริษัทนั้น ๆ ทั้งนี้ จำนวนตัวแทนจากบริษัทที่เข้าไปเป็นกรรมการจะขึ้นอยู่กับสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท

4.4 ราคาประเมินทรัพย์สิน หากมีการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์หรือมีการตีราคาทรัพย์สินใหม่

ในปี 2557 บริษัทไม่มีการประเมินทรัพย์สินหรือมีการตีราคาทรัพย์สินใหม่ในระหว่างรอบระยะเวลาบัญชี

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่คาดว่าจะมีผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่คาดว่าจะมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัท

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

- | | |
|---------------------|--|
| ชื่อบริษัท | • บริษัท เอ็กโซติก ฟู้ด จำกัด (มหาชน) |
| ประเภทธุรกิจ | • ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิต, จัดหาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปรุงรสอาหาร, ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุง, อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค, อาหารกึ่งสำเร็จรูป, อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท, เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท เครื่องดื่มรสผลไม้และน้ำผักผลไม้, พืชผักและผลไม้แช่แข็ง, ผักและผลไม้ที่ถนอมสภาพแล้ว รวมถึงสิ่งปรุงแต่งอาหารจากพืชและผักเพื่อการส่งออก |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | • เลขที่ 49/42 หมู่ที่ 5 ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 |

- ที่ตั้งสำนักงานสาขา • เลขที่ 130-132 อาคารสินธร ทาวเวอร์ 2 ชั้นที่ 9 ถนนวิทย์
แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
- ที่ตั้งโรงงาน • เลขที่ 49/42 หมู่ที่ 5 ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา
จังหวัดชลบุรี 20230
- เลขทะเบียนบริษัท • 0107556000680
- โทรศัพท์ • (038) 401-492, (038) 493-752 ถึง 3
- โทรสาร • (038) 401-493
- Home Page • www.exoticfoodthailand.com
- ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว • 175,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 350,000,000 บาท
มูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท

ข้อมูลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เลขที่ 62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย
เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 66(0) 2229 2800
โทรสาร: 66(0) 2359 1259

ผู้สอบบัญชี

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด
เลขที่ 195 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้นที่ 50-51
ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์ (02) 677-2000

ส่วนตรวจสอบภายใน (Internal Auditor)

บริษัท แอ็คเคาน์ติ้ง สเปเชียลลิสต์ จำกัด
ที่อยู่ 64/65 หมู่ 1 ถนนราชพฤกษ์ ตำบลอ้อมเกร็ด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
โทรศัพท์ (02) 924-3660
เลขาธิการกรรมการตรวจสอบ
คุณฐิติรัตน์ ไชยวงศ์ษา

นักลงทุนสัมพันธ์

นางสาวพิชญดา ศศิวงศ์ภักดี

ตำแหน่ง เลขานุการบริษัท

บริษัท เอ็กโซติก ฟู้ด จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 130-132 อาคารสินธร ทาวเวอร์ 2 ชั้นที่ 9 ถนนวิฑู แขวงลุมพินี

เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

โทรศัพท์ 02-650-7779

ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -