

XO

บริษัท เอ็กโซติก ฟู้ด จำกัด (มหาชน)
EXOTIC FOOD PUBLIC COMPANY LIMITED

สำนักงานใหญ่ : เลขที่ 49/42 หมู่ที่ 5 ตำบลทุ่งสุลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230

ติดต่อ : 0-3849-3752 ถึง 3 Website : www.exoticfoodthailand.com

MD

นายจิตติพร จันทร
กรรมการผู้จัดการTel : 0-2650-7779
jittiporn
@exoticfoodthailand.com

CFO

น.ส.พิชญดา ศศิวงศ์ภักดี
ผู้จัดการสายงานบัญชีและการเงินTel : 0-2650-7779
pichayada
@exoticfoodthailand.com

IRO

น.ส.พิชญดา ศศิวงศ์ภักดี
เลขาธิการบริษัท/นักลงทุนสัมพันธ์Tel : 0-2650-7779
pichayada
@exoticfoodthailand.com

CG Report Score :



THSI List : -

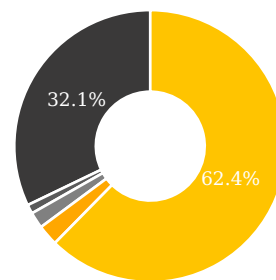
Stock Data (23/05/2017)

	YTD	2016	2015
Paid-up (MB)	175.42	175.41	175.00
Listed share (M)	350.83	350.82	350.00
Par (B)	0.50	0.50	0.50
Market Cap (MB)	1,859.40	2,368.05	1,729.00
Price (B./share)	5.30	6.75	4.94
EPS (B)	0.04	0.22	0.25

Statistics (23/05/2017)

	P/E	P/BV	Div.Yield
XO (x)	32.55	3.41	1.51
AGRO - mai (x)	-	4.72	0.74
AGRO - SET (x)	21.83	2.34	2.57
mai (x)	90.12	2.82	1.55
SET (x)	16.25	1.88	3.13

Shareholder Structure (04/05/2017)



- กลุ่มครอบครัวจันทร (62.4%)
- นายประยุทธ เอื้อวิวัฒนา (2.5%)
- ม.ร.ว.จตุรนต์ ใสณกุล (1.9%)
- นายชาย ศรีวิกรม์ (1.1%)
- อื่นๆ (32.1%)

Financial Ratios

	3M/2017	3M/2016	2016	2015
ROE (%)	10.73	20.94	15.27	19.48
ROA (%)	8.58	14.45	13.26	15.73
D/E (x)	0.41	0.61	0.31	0.27
GP Margin (%)	27.24	34.74	30.98	31.47
EBIT Margin (%)	6.60	15.75	9.77	11.52
NP Margin (%)	5.64	15.68	8.70	11.48

Company Background

บริษัทประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิต จัดหา และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปรุงรสอาหาร ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุง อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค อาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท เครื่องดื่มรสผลไม้และน้ำผักผลไม้ พืชผักและผลไม้แช่แข็ง ผักและผลไม้ที่ถนอมสภาพแล้ว รวมถึงสิ่งปรุงแต่งอาหารจากพืชและผัก เพื่อการส่งออกเป็นหลัก ในลักษณะของการขยายตลาดให้กับกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัท โดยตรง ซึ่งได้แก่ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายในประเทศต่างๆ ภายใต้ตราสินค้า EXOTIC FOOD THAI PRIDE FLYING GOOSE และ COCO LOTO เป็นต้น

Key Development of Company

ปี 2557

เสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกและเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ปี 2558

เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 175 ล้านบาท เป็น 176.75 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญหุ้นละ 0.50 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญให้แก่พนักงานของบริษัท จำนวนไม่เกิน 3,500,000 หน่วย

ปี 2559

- เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 176.75 ล้านบาท เป็น 211.85 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญหุ้นละ 0.50 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม จำนวนไม่เกิน 70,000,000 หน่วย และเพื่อรองรับการปรับสิทธิสำหรับใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญให้แก่พนักงาน
- รับรางวัลแห่งความภาคภูมิใจ "ESG 100 Certificate" ประจำปี 2559 จากสถาบันไทยพัฒน์
- โรงงานแห่งที่ 2 ที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ เริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์

Revenue Structure

รอบบัญชี : 31 ส.ค.

(Unit : MB)

	3M/2017	%	3M/2016	%	2016	%	2015	%
1. รายได้จากกรมขาย	254.87	99.56	221.12	99.69	878.19	98.64	740.11	99.01
- ผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรสและน้ำจิ้มต่างๆ	194.34	75.91	140.61	63.39	580.79	65.24	494.29	66.12
- ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงแกงและเครื่องประกอบอาหาร	30.17	11.79	29.60	13.35	98.07	11.02	81.39	10.89
- ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	7.71	3.01	33.00	14.88	120.93	13.58	73.12	9.78
- ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน	3.78	1.48	3.05	1.37	10.98	1.23	17.34	2.32
- ผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปและสำเร็จรูปอื่นๆ	18.87	7.37	14.86	6.70	67.42	7.57	73.97	9.90
2. รายได้อื่น	113	0.44	0.68	0.31	12.13	1.36	7.41	0.99
รายได้รวม	256.00	100.00	221.80	100.00	890.32	100.00	747.52	100.00

รายได้อื่น ได้แก่ รายได้จากการลงทุน กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้จากกรมขายเศษซาก กำไรจากการจำหน่ายทรัพย์สินและอื่นๆ

Business Plan

บริษัทมีเป้าหมายที่จะพัฒนาตราสินค้าของบริษัทให้เป็น

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

กลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจ

- เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะของ “One-Stop-Brand” เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสและประกอบอาหารไทยทุกประเภทจากตราสินค้าของบริษัทเพียงแห่งเดียว
- เน้นกระบวนการผลิตสินค้าที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานระดับสากล และคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทได้อย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับรายละเอียดในทุกขั้นตอน
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น งดงาม มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยและสะดวกต่อการใช้งาน สร้างตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง
- ใส่ใจสุขอนามัย สิ่งแวดล้อมและจริยธรรม ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ส่งมอบตรงเวลา เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

Investment Highlight

- อุตสาหกรรมอาหารได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ ตามนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) อาทิ การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
- ประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อาหารไทยเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
- ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็น “One-Stop-Brand” ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสและประกอบอาหารไทยทุกประเภทจากตราสินค้าของบริษัทเพียงแห่งเดียว
- บริษัทมีช่องทางจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมกว่า 60 ประเทศทั่วโลก
- กระบวนการผลิตสินค้าของบริษัทได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานระดับสากล

Risk Factor

- ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าเกือบทั้งหมดจากการส่งออก ดังนั้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทจึงได้มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ราคาขายสินค้าสะท้อนกับอัตราแลกเปลี่ยนในแต่ละช่วงเวลา นอกจากนี้ บริษัทได้มีการเจรจากับลูกค้าเพื่อขอกำหนดราคาขายสินค้าเป็นสกุลเงินบาท
- ความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบ วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าของบริษัท ได้แก่ สินค้าในภาคเกษตรกรรมซึ่งปริมาณผลผลิตและราคาขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศและฤดูกาล บริษัทได้ทำการลดความเสี่ยงดังกล่าวโดยการประมาณการปริมาณวัตถุดิบที่จะต้องใช่วงหน้า และพิจารณาจัดทำสัญญาการจัดหาวัตถุดิบหลักกับผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายล่วงหน้า
- ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 2 ราย ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้ารายใหญ่ในทวีปยุโรป อย่างไรก็ตาม ลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทเป็นลูกค้าประจำที่มีการติดต่อซื้อขายมาเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี และมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการรักษาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและการให้บริการของบริษัท ส่งผลให้บริษัทเชื่อมั่นว่าจะยังคงได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าประจำของบริษัทอย่างต่อเนื่องต่อไป นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายในการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ โดยการไปออกงานแสดงสินค้าในประเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อหาลูกค้ารายใหม่ ซึ่งนอกจากจะเป็นการกระจายฐานลูกค้าของบริษัทแล้ว ยังเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจเพิ่มเติมในการที่จะพัฒนาสินค้าใหม่อีกด้วย

Capital Structure

(Unit : MB)

	3M/2017	3M/2016	2016	2015
Current Liabilities	172.76	309.16	156.04	122.53
Non-Current Liabilities	52.15	7.71	10.47	8.41
Shareholders' Equity	544.77	520.32	529.69	484.87

Company Structure

ไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

Company Image

