

Market : mai

AGRO : เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

Company Snapshot: 6M/2020

Updated at August 2020

XO

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

Head Office : เลขที่ 49/42 หมู่ที่ 5 ตำบลทุ่งสุลา อำเภอสรรพยา ชลบุรี 20230

Contact : 0-3840-1492, 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
เลขานุการบริษัท/นักลงทุนสัมพันธ์Tel : 0-2650-7779
pichayada
@exoticfoodthailand.com

CG Report Score :

THSI List : -

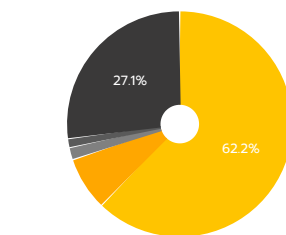
Stock Data (25/08/2020)

	YTD	2019	2018
Paid-up (MB.)	212.38	212.38	176.85
Listed share (M.)	424.76	424.76	353.69
Par (B.)	0.50	0.50	0.50
Market Cap (MB.)	3,791.55	2,442.40	3,926.01
Price (B./share)	9.35	5.75	11.10
EPS (B.)	0.33	0.30	0.63

Statistics (25/08/2020)

	P/E	P/BV	Div.Yield
XO (x)	22.11	4.32	1.66
AGRO - mai (x)	45.02	2.66	2.69
AGRO - SET (x)	22.71	1.97	2.45
mai (x)	32.95	1.60	2.83
SET (x)	21.86	1.49	3.84

Shareholder Structure (23/06/2020)



Financial Ratios

	6M/2020	6M/2019	2019	2018
ROE (%)	20.85	29.78	15.99	34.31
ROA (%)	17.62	25.60	12.91	27.27
D/E (x)	0.20	0.20	0.17	0.37
GP Margin (%)	38.23	36.88	35.47	37.91
EBIT Margin (%)	23.48	16.76	12.44	20.67
NP Margin (%)	22.66	15.86	12.21	19.31

Company Background

บริษัทประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิต จัดหา และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปรุงรสอาหาร ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุง อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค อาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ผักและผลไม้ที่ถนอมสภาพแล้ว รวมถึงสิ่งปรุงแต่งอาหารจากพืชและผัก เพื่อการส่งออกเป็นหลัก ในลักษณะของการขยายตลาดให้กับกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัทโดยตรง ซึ่งได้แก่ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายในประเทศต่างๆ ภายใต้ตราสินค้า EXOTIC FOOD THAI PRIDE และ FLYING GOOSE

Key Development of Company

ปี 2560	ย้ายฐานการผลิตสินค้ากลุ่มซอสปรุงรสและน้ำจิ้มต่างๆ ไปยังโรงงานแห่งที่ 2 แล้วเสร็จ
ปี 2561	ผ่านการรับรองด้านการปฏิบัติมาตรฐานทางสังคมจาก BSCI
ปี 2562	ย้ายฐานการผลิตพริกดองไปยังจังหวัดสุโขทัย เนื่องจากเป็นพื้นที่เพาะปลูกพริกที่สำคัญ
	เพิ่มสายการผลิตสินค้ากลุ่มซอสปรุงรสและน้ำจิ้มที่โรงงานแห่งที่ 2 ทำให้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นประมาณ 2,178 ตันต่อปี และได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI
	ได้รับรางวัลผู้ประกอบการส่งออกดีเด่นประจำปี 2562 ประเภทสินค้าอาหารลดหย่อน
	ได้รับรางวัล SET AWARD 2019 ประเภท Best Company Performance
	ได้รับตรา Thai Select จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ในประเภทผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป

Revenue Structure

รอบบัญชี : 30 ปี.ย.

(Unit : MB)

	6M/2020	%	6M/2019	%	2019	%	2018	%
1. รายได้จากการขาย	611.80	99.56	512.37	99.58	990.72	99.14	1,144.99	99.66
- ผลิตกับกึ่งซอสปรุงรสและน้ำจิ้มต่าง ๆ	494.76	80.51	415.77	81.81	804.43	80.50	912.60	79.43
- ผลิตกับเครื่องปรุงรสและเครื่องประกอบอาหาร	71.43	11.62	51.65	10.04	100.33	10.04	126.64	11.02
- ผลิตกับเครื่องดื่มน้ำ	0.13	0.02	5.40	1.05	7.24	0.72	16.97	1.48
- ผลิตกับอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน	8.58	1.40	5.75	1.11	11.49	1.15	18.16	1.58
- ผลิตกับอาหารกึ่งสำเร็จรูปและสำเร็จรูปอื่นๆ	36.90	6.01	33.80	5.57	67.23	6.73	70.62	6.15
2. รายได้อื่น	2.71	0.44	2.14	0.42	8.55	0.86	3.93	0.34
รายได้รวม	614.51	100.00	514.51	100.00	999.27	100.00	1,148.92	100.00

รายได้อื่น ได้แก่ รายได้จากการลงทุน กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้จากการขายเศษซาก 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 สร้างตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับอย่างต่อเนื่อง
- ใส่ใจสุขอนามัย สิ่งแวดล้อมและจริยธรรม ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ส่งมอบตรงเวลาเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

Investment Highlight

- อาหารไทยเป็น Mega trend ในตลาดอาหารโลก ดังจะเห็นได้จากสื่อต่างๆ ในต่างประเทศ เนื่องจากอาหารไทยมีความโดดเด่นด้านรสชาติ และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ นอกจากนี้เครื่องปรุงรสไทยยังถูกนำไปผสมผสานกับเมนูต่างๆ เพื่อให้เกิดรสชาติที่แปลกใหม่ อาหารไทยจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- อุตสาหกรรมอาหารได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ ตามนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World)
- ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ส่งผลให้อาหารไทยเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
- ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็น “One-Stop-Brand” มีสินค้ามากกว่า 700 รายการ ให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสเพื่อประกอบอาหารไทยทุกประเภทได้จากตราสินค้าของบริษัทเพียงแห่งเดียว
- บริษัทมีช่องทาง การจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมกว่า 60 ประเทศทั่วโลก
- กระบวนการผลิตสินค้าของบริษัทได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานระดับสากล

Risk Factor

- ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าเกือบทั้งหมดจากการส่งออก ดังนั้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทจึงได้มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ราคาขายสินค้าสะท้อนกับอัตราแลกเปลี่ยนในแต่ละช่วงเวลา นอกจากนี้ บริษัทได้มีการเจรจากับลูกค้าเพื่อขอกำหนดราคาขายสินค้าเป็นสกุลเงินบาท
- ความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบ วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าของบริษัท ได้แก่ สินค้าในภาคเกษตรกรรมซึ่งปริมาณผลผลิตขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศและฤดูกาล บริษัทได้ทำการลดความเสี่ยงดังกล่าวโดยการประมาณการปริมาณวัตถุดิบที่จะต้องใช้เวลาล่วงหน้า และพิจารณาจัดทำสัญญาการจัดหาวัตถุดิบหลักกับผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายล่วงหน้า
- ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย บริษัทมีลูกค้ารายใหญ่ 2 ราย ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้ารายใหญ่ในทวีปยุโรป อย่างไรก็ดี ลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทเป็นลูกค้าประจำที่มีการติดต่อซื้อขายมาเป็นระยะเวลานานและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการรักษาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและการให้บริการของบริษัท ส่งผลให้บริษัทเชื่อมั่นว่าจะยังคงได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าประจำของบริษัทอย่างต่อเนื่องต่อไป นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายในการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่โดยการไปออกงานแสดงสินค้าในประเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อหาลูกค้ารายใหม่ ซึ่งนอกจากจะเป็นการกระจายฐานลูกค้าของบริษัทแล้ว ยังเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจเพิ่มเติมในการที่จะพัฒนาสินค้าใหม่อีกด้วย

Capital Structure

(Unit : MB)

	6M/2020	6M/2019	2019	2018
Current Liabilities	152.40	143.72	125.27	242.60
Non-Current Liabilities	34.97	16.63	7.66	23.68
Shareholders' Equity	918.97	804.49	800.80	725.30

Company Structure

ไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

Company Image



Disclaimer : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทต่อผู้ลงทุนเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวนหรือจูงใจให้ซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ซึ่งผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจในการนำข้อมูลมาใช้ตัดสินใจลงทุนอย่างรอบคอบ โดยบริษัทจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่รายงาน 56-1 รายงานประจำปี หรือสารสนเทศที่บริษัทได้แจ้งผ่านสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงข้อมูลในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ผู้ลงทุนทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามมิให้ผู้ใดนำเอกสารหรือข้อมูลในเอกสารดังกล่าวไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัท