



# เปิดวิชันเจน3 'ภูเขาทอง'

สัมภาษณ์

## ถนอมอดขายสู่ 3.5 พันล้านบาท

**||** บรรณัติ “ภูเขาทอง” เป็นที่รู้จักและคุ้นเคยกับผู้บริหารชาวไทยมานาน หากนับอายุก็จะครบ 60 ปีในปีหน้าแล้ว ถือได้ว่าเป็นบรรณัติสินค้าของคนไทยที่สามารถยืนอยู่ภายใต้กระแสการแข่งขันของธุรกิจที่รุนแรงได้ดี เพราะปัจจุบันมีผู้เล่นทั้งสินค้าบรรณัติญี่ปุ่น อเมริกา หรือแม้แต่คนไทยด้วยกันเอง ที่ทำตลาดกันอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ต้นทุนสินค้าก็ปรับตัวเพิ่มขึ้น สวนทางกับกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัวลง แต่หากนับช่วงอายุตั้งแต่ผู้บุกเบิกธุรกิจคนแรกจนมาถึงปัจจุบันก็กำลังก้าวสู่ผู้บริหารในเจนเนอเรชันที่ 3 แล้ว ถือเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาสานต่อธุรกิจ เพื่อสร้างการเติบโตและก้าวขึ้นเป็นผู้นำธุรกิจ ที่ประกอบด้วยบรรณัติภูเขาทอง ศรีราชาพานิช และคินซันครอบครัวสินค้าประเภทซอสปรุงรส อาทิ ซีอิ๊วขาว, ซีอิ๊วญี่ปุ่น, ซอสพริก และน้ำส้มสายชู เป็นต้น โดยนายธนวัฒน์ วิญญูรัตน์ กรรมการบริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) ได้ให้สัมภาษณ์ถึง

ทิศทางธุรกิจในระยะ 5 ปี นับจากนี้

### ทิศทางธุรกิจในอนาคต

แผนธุรกิจ 5 ปีข้างหน้า บริษัทจะเพิ่มกำลังการผลิตสินค้าขึ้นอีก 25-30% จากปัจจุบันมีกำลังการผลิต 12 ล้านหีบต่อปี เช่น ไลน์การบรรจุ โดยใช้งบการลงทุนในระยะ 2-3 ปีประมาณ 300 ล้านบาท ในปีหน้าบริษัทก็จะออกสินค้าใหม่อีก 3 ชนิด ทั้งในกลุ่มซอสพริก และซอสปรุงรส ที่จับกลุ่มคนรักสุขภาพ ซึ่งจะตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยวางเป้าหมายทำยอดขายเพิ่มขึ้นอีก 1-2% แต่ยอดขายหลักยังเป็นสินค้ากลุ่มเดิม ได้แก่ กลุ่มซอสปรุงรส น้ำส้มสายชู และซอสพริก ซึ่งวางเป้าหมายว่าในอีก 5 ปีข้างหน้าจะทำยอดขายได้ 3.5 พันล้านบาท จากปีนี้มียอดขายกว่า 2.6 พันล้านบาท ถือว่าเติบโตจากปีที่ผ่านมามีเพียง 1% เท่านั้น เนื่องจากปีนี้มีปัญหาด้านวัตถุดิบ โดยเฉพาะการขาดแคลนพริกที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตซอส เพราะผลผลิตได้รับความ



• ธนวัฒน์ วิญญูรัตน์

เสียหายจากภัยธรรมชาติ

สำหรับการเติบโตในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา มีอัตราเฉลี่ย 4-5% แต่นับจากนี้บริษัทวางเป้าหมายการเติบโตในอัตรา 6% เพื่อสร้างยอดขายดังกล่าว

## ผลกระทบจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

การขาดแคลนวัตถุดิบ ทำให้ต้องนำเข้าพริกมาจากต่างประเทศ ที่มีราคาสูงกว่าในประเทศเท่าตัว ต้นทุนสินค้าจึงเพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่บริษัทไม่สามารถปรับราคาสินค้าเพิ่มขึ้นได้ และเมื่อรวมต้นทุนอื่นๆ ที่เพิ่มขึ้นมาก่อนหน้านี้ อาทิ ค่าแรงงาน เป็นต้น ส่งผลให้ต้นทุนโดยรวมของสินค้าขึ้นมากกว่า 52% ในปัจจุบัน และคาดว่าในปีหน้าอาจจะเป็นต้นทุนสินค้าได้ถึง 58-60% ขณะที่กำไรของบริษัทก็เริ่มปรับตัวลดลงอย่างเห็นได้ชัดในปีที่ผ่านมา บริษัทจึงหันมาพัฒนาด้านการผลิต ลดต้นทุนด้านการบริหาร รวมถึงการพัฒนาคุณภาพสินค้า บรรลุภัณฑ์ เพื่อให้รักษาการเติบโตและยังคงมีกำไร แม้ว่าปัจจุบันอัตรากำไรจะได้รับผลกระทบ โดยกำไรหายไปแล้วประมาณ 100 ล้านบาท แต่หากวัตถุดิบกลับมามีปริมาณการผลิตออกสู่ตลาดเท่าเดิมน่าจะทำให้สถานการณ์ดีขึ้น

## การขยายตลาดต่างประเทศ

บริษัทยังคงขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยต่างประเทศบริษัทวางเป้าหมายจะทำ

สัดส่วนยอดขายได้ 12% จากปัจจุบันมีสัดส่วนเพียง 9.5% หรือประมาณ 251 ล้านบาท ซึ่งมีตลาดหลักอยู่ที่ อเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ในกลุ่มประเทศอาเซียน อาทิ เมียนมาร์ กัมพูชา เวียดนาม ลาว เป็นต้น ซึ่งประเทศเหล่านี้มีสินค้าของบริษัทเข้าไปจำหน่ายแล้วผ่านทางผู้ค้าที่อยู่ตามแนวชายแดน แต่บริษัทจะเข้าไปทำตลาดเพิ่มมากขึ้น พร้อมกับการขยายตลาดไปสู่ประเทศใหม่ อาทิ จีนและอินเดีย ขณะที่ประเทศอื่นๆ เช่น อเมริกา บริษัทจะเข้าไปทำคือ การทำตลาด การแนะนำสินค้าเพิ่มขึ้นด้วย

นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมทุนกับบริษัท ยามาฮา จำกัด ของประเทศญี่ปุ่น ด้วยทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท จัดตั้งบริษัท ยามาฮา (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผลิตซีอิ๊วญี่ปุ่น แบรินด์ยามาฮา ขายให้กับผู้ผลิตอาหารเพื่อส่งออกในประเทศญี่ปุ่น โดยปีที่ผ่านมามียอดขาย 15.47 ล้านบาท ปีนี้คาดว่าจะมียอดขายประมาณ 20 ล้านบาท บริษัทเตรียมขยายกำลังการผลิตในสินค้านี้เพิ่มอีกเท่าตัว จากปัจจุบันมีกำลังการผลิต 6 พันตัน เพิ่มขึ้นเป็น 1.2 หมื่นตัน ใช้เงินลงทุน

อีก 350 ล้านบาท ปีหน้าจะสามารถเดินเครื่องผลิตสินค้าได้ เพื่อให้มียอดขายปีละไม่ต่ำกว่า 20-25 ล้านบาท

## แผนงานในโอกาสครบรอบ 60 ปี

ในปีหน้าบริษัทจะครบรอบ 60 ปี จะมีการจัดแคมเปญครั้งใหญ่ ซึ่งจะทำให้การเปิดตัวอีกครั้งหนึ่ง โดยเตรียมใช้งบประมาณทำตลาดเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 150 ล้านบาท จากปกติใช้ปีละ 100 ล้านบาท เพื่อจัดงานครบรอบ รวมถึงการทำตลาดกับกลุ่มลูกค้าและร้านค้าต่างๆ ซึ่งถือว่าบริษัทมีช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมทุกช่องทาง ในด้านแคมเปญโปรโมชั่น ในส่วนของการลดราคาถือว่ายังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค และส่งผลต่อการซื้อสินค้าได้ดี ทำให้บริษัทมีการทำโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง