

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### **1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ**

##### **1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท**

- |                 |   |
|-----------------|---|
| วิสัยทัศน์      | “ บมจ. ไทยเทพรส มุ่งสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจเครื่องปรุงรสของไทย เป็นรสชาติของคุณ ความสุขของคุณ”  |
| พันธกิจ         | “ผลิตเครื่องปรุงรสด้วยความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ และ รับผิดชอบต่อตราสินค้า”   |
| คุณค่านิยามหลัก | 1. มอบงานให้ลูกค้า<br>2. รู้ทันที ทำทันที เดินทันที<br>3. ซื่อสัตย์ ถื่อวินัย ใฝ่เรียนรู้ สู้งานหนัก สร้างสุขลักษณะ และประหยัด<br>4. สามัคคีก่อให้เกิดประโยชน์สุข |

##### **1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ**

###### **(1) ประวัติความเป็นมา**

บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) ก่อกำเนิดขึ้นภายใต้ชื่อ หสน. โรงงานไทยเทพรส เมื่อปี 2497 โดยคุณพ่อใช้ แซ่ไคว่ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตรา “ภูเขาทอง” ด้วยการดำเนินธุรกิจที่เจริญเติบโตมาเป็นลำดับ นับตั้งแต่ นายใช้ แซ่ไคว่, นายไกรลาส วิญญูรัตน์ จวบจนมาถึง นายปริญา วิญญูรัตน์ ได้ทำการจัดตั้ง บริษัท ไทยเทพรสผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด(มหาชน) มีสถานที่ตั้งโรงงานผลิต อันทันสมัย ณ จังหวัดสมุทรปราการ ทำการผลิตซอสปรุงรส ซอสปรุงรส น้ำส้มสายชูกลั่น ซอสพริก ซอสหอยนางรม ตรา“ภูเขาทอง”ด้วยเทคโนโลยีเครื่องจักรและอุปกรณ์อันทันสมัย ได้รับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมากกว่า 66 ปี

###### **การประกอบการธุรกิจ**

ปี 2513 ย้ายโรงงานจากเลขที่ 1630 ซอยเกษมสุวรรณ (สุขุมวิท 50) แขวงพระโขนง กรุงเทพฯ มายังเลขที่ 208 ถนนท้ายบ้าน ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ ผลิตซอสปรุงรส (ฝาเหลือง /ฝาแดง /ฝาเขียว และ ฝาน้ำตาล) ตราภูเขาทอง ภายใต้ หสน. โรงงานไทยเทพรส

ปี 2527 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - น้ำส้มสายชูกลั่น ตราภูเขาทอง

ปี 2528 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสพริกเผ็ดน้อย และ ซอสพริกเผ็ดกลาง ตราภูเขาทอง

- ปี 2529 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสมะเขือเทศ
- ปี 2531 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสหอยนางรม
- ปี 2532 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสพริกผสมมะเขือเทศ ตราภูเขาทอง
- ปี 2534 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสผง ตราภูเขาทอง
- ปี 2538 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซิอิ้วขาว ตราภูเขาทอง และ ปี 2538 เป็นตัวแทนจำหน่ายซอสพริกตรา “ศรีราชาพานิช” แต่เพียงผู้เดียว
- ปี 2539 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซิอิ้วผง ตราภูเขาทอง และ ขยายกำลังการผลิตซอสปรุงรส จาก 28,320 ตัน ต่อปีในปี 2537 มาเป็น 56,000 ตันต่อปีแล้วเสร็จ
- ปี 2541 ซื้อเครื่องหมายความการค้า และสูตรการผลิตซอสพริก ตรา “ศรีราชาพานิช” จาก บริษัท น้ำพริก ศรีราชาพานิช จำกัด และเริ่มทำการผลิตซอสพริกตรา “ศรีราชาพานิช” ที่โรงงาน จ.สมุทรปราการ
- ปี 2542 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซิอิ้วญี่ปุ่น คินซัน
- ปี 2551 ออกบรรจุภัณฑ์ใหม่ E ZEE SQUEEZE ในบรรจุภัณฑ์ Flexible Packaging แคปป์ก็้อร่อย ใน 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ซอสพริกเผ็ดน้อย /ซอสมะเขือเทศ /ซอสพริกผสมมะเขือเทศ
- ปี 2552 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซิอิ้วญี่ปุ่น ตรา ยามาซ่า จำหน่ายให้ บริษัทร่วม- บริษัท ยามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด
- ปี 2554 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสคิเบิ้ลเตอร์ จำหน่ายให้ บริษัทร่วม – บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- ปี 2555 ยกเลิกการผลิตซอสปรุงรสฝาเขียว/ ซอสปรุงรสฟ้าน้ำตาล/ซอสปรุงรสฝาแดง และซิอิ้วขาว ขวดแก้ว ขนาด 740 ซีซี บรรจุ 1x12 สำหรับเขตการขายโมเดิร์นเทรด เปลี่ยนเป็นขวดเพ็ท 980 ซีซี ขนาด 1x12 แทน (ขวดเพ็ท แข็งแรง หนึ่ยว น้ำหนักเบา ไม่แตกง่าย สะดวกในการขนส่ง)
- ปี 2556 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซิอิ้วถั่วเหลือง ตราภูเขาทอง ขนาด 500 ซีซี และ 100 ซีซี และยกเลิกขวด เพ็ท 980 ซีซี เปลี่ยนเป็นขวดเพ็ท 1000 ซีซี ในราคาเดิม เป็นการคืนกำไรให้กับผู้บริโภค ปรับเปลี่ยนและพัฒนา โฉมใหม่ขวดแก้ว ซอสปรุงรสฝาเขียว 200 ซีซี ซึ่งน้ำหนักเบา สะดวกในการขนส่ง ลดการใช้ทรัพยากร
- ปี 2557 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ศรีราชามายโ 250 กรัม
- ปี 2558 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสปรุงรสอาหาร ตราภูเขาทอง ขนาด 700 ซีซี
- ปี 2559 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสพริกตราอิซี่ ขนาด 640 กรัม และ 900 กรัม
- ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซิอิ้วดำ สูตรมืออาชีพ ตราภูเขาทอง ขนาด 810 กรัม และ 160 กรัม
- ปี 2560 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสหอยนางรมตราอิซี่ ขนาด 660 กรัม และ 900 กรัม

### **การจัดการ**

- ปี 2529 ได้รับเครื่องหมาย 3 มาตรฐานอุตสาหกรรม ได้แก่ ซอสปรุงรส น้ำส้มสายชูกลั่นและ ซอสพริก
- ปี 2530 จัดตั้ง บจก. ไทยเทพรอสผลิตภัณฑ์อาหาร ดำเนินกิจการแทน หสน. โรงงานไทยเทพรอส
- ปี 2536 แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน
- ปี 2538 เข้าเป็นสมาชิกบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชื่อย่อ “SAUCE”
- ปี 2543 ได้รับเครื่องหมายมาตรฐาน ISO 9002 จาก SGS Yarsley International Certification Services.
- ปี 2544 ได้รับเครื่องหมาย HACCP จาก SGS Yarsley International Certification Services และได้รับเครื่องหมาย GMP จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
- ปี 2551 ร่วมกับ บ. ยามาซาคอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเทศญี่ปุ่น จัดตั้ง บริษัทร่วม ชื่อ บจก. ยามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อจำหน่ายซีอิ๊วญี่ปุ่น ตรา “ยามาซ่า” ในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์
- ปี 2553 ร่วมกับ บ. เอ็กซ์เตอร์ บี.วี. ประเทศเนเธอร์แลนด์ จัดตั้ง บริษัทร่วม ชื่อ บจก. เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร (Reaction flavor) ตรา “เอ็กซ์เตอร์” ส่งออกสหภาพยุโรป และในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ โดยเริ่มดำเนินการผลิตและจำหน่าย ในไตรมาส 3/2554
- ปี 2554 เปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น บริษัท ไทยเทพรอส จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้น จาก 10.00 บาท เป็น 1.00 บาท ทุนจดทะเบียนจาก 60 ล้านหุ้น เป็น 600 ล้านหุ้น ทุนที่เรียกชำระแล้ว 36 ล้านหุ้น เป็น 360 ล้านหุ้น
- ปี 2554 ได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมขั้นที่ 2 ตามหลักเกณฑ์การให้สัญลักษณ์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- ปี 2559 จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “ตราอีซี่” กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา
- ปี 2561 บริษัท ไทยเทพรอส จำกัด (มหาชน) ได้ขายหุ้นที่ถืออยู่ใน บริษัท ยามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัทร่วมค้า) ได้ถูกจำหน่ายเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2561 และบริษัทฯ ได้มีการดำเนินธุรกิจกับ บริษัท ยามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด อย่างต่อเนื่องในลักษณะลูกค้าอุตสาหกรรม มียอดขายเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

### **(2) ภาพรวมการประกอบธุรกิจ**

ปัจจุบันบริษัทฯ ประกอบธุรกิจ ดังนี้

บริษัท ไทยเทพรอส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสอาหารตรา “ภูเขาทอง” ซึ่งประกอบด้วย ซอสปรุงรส น้ำส้มสายชูกลั่น ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ ซอสหอยนางรม ซอสพริกผสมมะเขือเทศ ซีอิ๊วขาว ซอสผง และ ซีอิ๊วผง นอกจากนั้น ยังเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายซอสพริกศรีราชา ตรา “ศรีราชาพานิช” แต่เพียงผู้เดียว

ทั้งนี้การผลิตและการจำหน่ายอยู่ภายใต้การดำเนินการของบริษัทฯ โดยไม่มีบริษัทย่อย



## ซอสปรุงรส

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูงสุดของบริษัทฯ ด้วยรสชาติที่เข้มข้น ติดลิ้น และมีกลิ่นหอม ปรุงรสอาหารให้มีรสชาติอร่อยถูกใจ เข้มข้นด้วยการย่อยโปรตีนของถั่วเหลืองได้กรดอะมิโนต่างๆ ออกมา ทำให้มีรสชาติหอมกลมกล่อมเฉพาะตัว ได้โปรตีนสูงสุดตั้งแต่ 10% - 20% การนำไปใช้งานสามารถนำไปทำอาหารได้หลากหลายเหมาะสำหรับเหยาะ ผัดหมัก ต้มและตุ๋น อาทิ เช่น นำไปหมักเนื้อสัตว์เพื่อปิ้งย่าง หรือทอด

ตามความชอบ นำไปปรุงเป็นน้ำซุปร และนอกจากนี้ยังนิยมนำไปทำน้ำจิ้มแจ่วหรือปรุงอาหารประเภทผัดผักรหรืออาหารจานเดียวได้อีกมากมายหลายรายการ ทำให้อาหารทุกจานอร่อยกลมกล่อมโดยปราศจากผงชูรส

## น้ำส้มสายชูกลั่น

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำเอทิลแอลกอฮอล์หมักกับจุลินทรีย์เพื่อให้ได้กรดน้ำส้มที่บริสุทธิ์ 100% ไม่มีตะกอนให้รสชาติเปรี้ยว ไม่มีพิษต่อร่างกาย การนำไปใช้งาน น้ำส้มสายชูกลั่นมีสรรพคุณมากมาย เช่น ใช้หมักดองผักผลไม้ต่างๆ ใช้ปรับอาหารให้เป็นกรด (Acidifier) ปรุงแต่งอาหารให้มีรสชาติ ใช้ล้างสารพิษจากผักและผลไม้ ช่วยดับกลิ่นในตู้ไมโครเวฟหรือใส่ในข้าวเวลาหุง ข้าวจะร่วนซุยขึ้นหม้อ นอกจากนี้ยังใช้แช่ผักให้ดูสดน่ารับประทาน ช่วยให้เนื้อนุ่มเมื่อนำมาใช้ในการหมัก



## ซอสพริก

ซอสพริกตราภูเขาทอง แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ซอสพริกเผ็ดมากและซอสพริกเผ็ดน้อยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพริกผสมกับกระเทียม น้ำตาล น้ำส้มสายชู และเกลือ ลักษณะของซอสพริกจะข้นเป็นเนื้อเดียวกัน การนำไปใช้ ซอสพริกเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรนช์ฟรายด์ ไก่ทอด ไส้กรอก อาหารทะเล ไข่เจียว ซาลาเปา พิซซ่า หอยทอด และ อีกอย่างก็นำไปผัดกับเส้นก๋วยเตี๋ยวแบบผัดแห้งหรือก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ นอกจากนี้ ยังนิยมนำไปหมักกับเนื้อสัตว์ทำบาร์บีคิว ฯลฯ





## ขอสมัครขอเทศ

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากมะเขือเทศผสมกับส่วนผสม  
อื่นๆ เช่น น้ำส้มสายชู น้ำตาล เกลือ และเครื่องเทศ ใน  
อัตราส่วนที่เหมาะสม การนำไปใช้ ซอสมะเขือเทศเหมาะเป็น  
เครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรนช์ฟรายด์ ไก่ทอด ไส้กรอก พิซซ่า หรือ  
นำไปผัดกับมักกะโรนี สปาเก็ตตี้ ข้าวผัดอเมริกัน ผัด  
เปรี้ยวหวาน และอีกอย่างที่นิยมคือ นำไปหมักกับเนื้อสัตว์เพื่อ  
ทำบาร์บีคิว

## ชอศหอยนางรม



ซอสหอยนางรม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากหอยนางรมแท้จากธรรมชาติ ให้คุณค่าทางอาหารจากสารอาหารและแร่ธาตุ ตลอดจนเกลือไอโอดีนจากทะเล ผสมกับเครื่องปรุงอื่น เช่น ซีอิ๊ว น้ำตาล แป้ง คัดปรามีลักษณะเป็นของเหลวข้นหนืดสีน้ำตาลมันวาว มีกลิ่นคาวหอยเล็กน้อย ทุกหยดเต็มไปด้วยกลิ่นหอมและความเข้มข้นปราศจากการแต่งกลิ่น แต่งรสชาติและผงชูรส การนำไปใช้ ซอสหอยนางรม นิยมนำไปผัดผัดน้ำมันหอยหรือนำไปหมักกับเนื้อสัตว์ เพื่อใช้สำหรับปิ้งย่าง ทอด และผสมกับน้ำจิ้มสุกี้ยากี้ นอกจากนี้ยังนิยมนำไปใช้เจียว สำหรับปรุงรสชาติอาหารให้อร่อยกลมกล่อม

**ขอสงวนลิขสิทธิ์**

บริษัทเป็นรายแรกที่มีการผลิตซอสพริกผสมมะเขือเทศมีรสชาติเปรี้ยวหวานจากมะเขือเทศและเผ็ดเล็กน้อยจากพริก ซึ่งเป็น การผสมผสานอย่างลงตัว รสชาติกลมกล่อมใช้ปรุงอาหารประเภท ต่าง ๆ ได้หลากหลายชนิด ซอสมะเขือเทศเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทาน คู่กับ เฟรนช์ฟรายด์ ไก่ทอด ไส้กรอก พิซซ่า หรือนำไปผัดกับ มักกะโรนี สปาเก็ตตี้ ข้าวผัดอเมริกัน ผัดเปรี้ยวหวาน และที่นิยมคือ นำไปหมักกับเนื้อสัตว์เพื่อทำบาร์บีคิว เป็นการผสมผสานระหว่าง อาหารตะวันออกและอาหารตะวันตก





## ซอสพริก ตราศรีราชาพานิช

ประวัติยาวนานและมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก บริษัทฯ ซื่อสัตย์สุจริตและสูตรลับเฉพาะจากอำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี ที่มีรสชาติแท้ดั้งเดิมมาผลิตบริษัทฯ ได้คัดสรรพริกสดพันธุ์ดีมาดองกับเครื่องเทศต่าง ๆ ด้วยความละเอียดและใส่ใจในทุกขั้นตอน จึงทำให้ซอสพริก ตราศรีราชาพานิชของไวซึ่งรสชาติดีนั้คำรับอย่างแท้จริง ซอสพริกตราศรีราชาพานิชเหมาะกัับอาหารทะเล หอยทอด ไข่เจียวและซาลาเปา เพราะมีความเข้มข้นและรสชาติที่จัดจ้านเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ



## ซีอิ๊วขาว



เป็นผลิตภัณฑ์ของเหลวที่ได้จากถั่วเหลืองและ ข้าวสาเลี่ย้อยด้วยด้วยจุลินทรีย์ และหมักบ่มด้วยวิธีธรรมชาติ 100% นานกว่า 4 เดือน ใ้กลิ่นหอมอ่อนๆ รสชาติกลมกล่อม นุ่มลิ้น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสีน้ำตาลแดงอ่อน สามารถใช้แทนน้ำปลาได้ สามารถนำผลิตภัณฑ์ซีอิ๊วขาวไปปรุงทำอาหารได้หลากหลายเมนูปรุงเพื่อใช้น้ำซุส ไส้ แองจิ๊ด เหยาะปรุงรสไก่ ข้าวต้ม นอกจากนี้ยังใช้ปรุงอาหารประเภทจานนึ่งต่างๆ อีกมากมาย อาทิปลาเนื้อซีอิ๊ว หรือเหมาะสำหรับการปรุงอาหารประเภทที่ไม่ต้องการสีเข้ม

## ซีอิ๊วถั่วเหลือง



เป็นผลิตภัณฑ์น้ำองใหม่ที่ได้จากถั่วเหลืองและข้าวสาเลี่ที่ผ่านคัดสรรคัอย่างดีผ่านการหมักบ่มตามกรรมวิธีธรรมชาติ 100% นานกว่า 6 เดือน ทำให้มีกลิ่นหอมกว่าและรสชาติเข้มข้นกว่าซีอิ๊วขาว ปราศจากการปรุงแต่ง มีสีน้ำตาลแดงเข้ม ทำให้เพิ่มสีสันของอาหารให้น่ารับประทานยิ่งขึ้น สามารถนำผลิตภัณฑ์ซีอิ๊วถั่วเหลืองไปปรุงทำอาหารได้หลากหลายเมนูทั้งประเภทหมัก จั้ม ตุ่น ผัด เพื่อเพิ่มรสชาติที่เข้มข้นกว่าให้แก่อาหารจานโปรดของคุณให้ดูน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น



### ซอสปรุงรสอาหาร

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2558 "ซอสปรุงรสอาหารตราภูเขาทอง" ซึ่งผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีการพัฒนาสูตรให้เหมาะกับเมนูผัด เพื่อตอบสนอง Lifestyle ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่ต้องการซอสปรุงรสที่มีรสชาติอร่อย กลิ่นหอม เหมาะสำหรับเมนูประจำบ้านคือเมนูผัด และมีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยใช้งานสะดวก โดยวางตลาดตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2558 “ซอสปรุงรสอาหาร ตรา ภูเขาทอง หอมอร่อยทุกเมนูผัด”



### ซอสพริกตราอิซี่

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2559 “ซอสพริก ตราอิซี่” เป็นสินค้าที่เน้นเรื่องราคาถูก มีรสชาติอร่อย สีส้มสวยงาม เหมาะสำหรับนำไปทานกับอาหารประเภทของทอดทุกเมนู และเป็นที่นิยมอย่างยิ่งในปัจจุบันคือใช้เป็นน้ำจิ้มหมูกระทะ จึงทำให้เหมาะกับผู้ประกอบการร้านอาหาร ทุกประเภท เหมือนดังสโลแกนสินค้าซอสพริก ตราอิซี่ “อร่อยง่าย ๆ มีอาชีพที่ไหนก็ใช้กัน” โดยวางตลาดตั้งแต่เดือน เมษายน 2559



### ซีอิ๊วดำสูตรมืออาชีพ

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2559 “ซีอิ๊วดำ สูตรมืออาชีพ ตราภูเขาทอง” เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปเพิ่มสีสันให้อาหารน่ารับประทานยิ่งขึ้น โดยเฉพาะนำมาปรุงรสคู่กับซอสปรุงรสฝาเขียวตราภูเขาทองด้วยแล้ว จะได้รสชาติที่หอมและสีที่น่านรับประทานมากยิ่งขึ้น เหมาะสำหรับเมนู ผัดซีอิ๊ว, ผัดกะเพรา, ขาหมูพะโล้ หรือจะนำไปทำน้ำจิ้มก๊วยช่าย ก็อร่อยทุกเมนู โดยวางตลาดตั้งแต่เดือนตุลาคม 2559



### ซอสหอยนางรม ตราอีชี

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2560 “ซอสหอยนางรม ตราอีชี” เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นเรื่องราคาถูก เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการร้านอาหาร ทุกประเภท ด้วยรสชาติ อร่อย กลมกล่อม เนื้อซอสเข้มข้น และมีกลิ่นหอม เหมาะเมนูผัด ทุกเมนู เหมือนดังสโลแกน สินค้าซอสหอยนางรมอีชี “อร่อยง่ายๆ มืออาชีพที่ไหนก็ใช้กัน” โดยวางตลาดเดือน กุมภาพันธ์ 2560



### บริษัทร่วม

ชื่อกิจการ	ประเทศ/ สัญชาติ	สัดส่วนการถือ หุ้น	จำนวนเงินที่ ลงทุน
1) บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	ไทย	ร้อยละ 40	16,000,000.00

วัตถุประสงค์ เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร (Reaction flavor) ตรา “เอ็กซ์เตอร์” ส่งออกสหภาพยุโรป และในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ โดยมอบหมายให้บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบส่งให้

จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด วันที่ 17 พฤษภาคม 2553 โดยเริ่มดำเนินการผลิตและจำหน่ายได้ในเดือนสิงหาคม 2554 คณะกรรมการบริษัทมีมติให้บริษัทเพิ่มลงทุนในบริษัท เอ็กซ์เตอร์(ประเทศไทย) จำกัด อีก 40% ของทุนจดทะเบียนเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2559 จาก 20 ล้านบาทเป็น 40 ล้านบาท บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มีการผลิตสินค้า 2 ประเภท ดังนี้

1. วัตถุดิบกลิ่นรสเลียนธรรมชาติ (Natural Identical Flavor) เช่น SAVOUREX BR009P, SAVOUREXBB003P, EXTER RM14, SAVOUREX YB039P และSAVOUREXBR047PK เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์ปรุงรสที่ได้จากการย่อยโปรตีนของถั่วเหลือง (Hydrolyzed vegetable protein) เช่น EXTER YB018P, EXTER YB044P และ EXTER XB012P เป็นต้น

**EXTER RM14**



**EXTER YB044P**



### การเปลี่ยนแปลงลักษณะการประกอบธุรกิจในปี 2563 ที่ผ่านมา

#### การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

##### ออกบรรจุภัณฑ์ขนาดใหม่

ซอสพริกภูเขาทองเผ็ดน้อย มีการเพิ่มขนาดสินค้า 1 กิโลกรัม และออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้ดูสอดคล้องกับสินค้าเดิม ให้น่าสนใจและดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยเน้นสีและตัวอักษรบนฉลากเด่นชัดเจาะกลุ่มเป้าหมาย โดยทางบริษัทฯ ได้มีการนำผลิตภัณฑ์ขนาดบรรจุใหม่ออกสู่ตลาดในไตรมาสที่ 4/2563



##### ซอหยอยนางรม ตรามือสี่

สภาพตลาดซอหยอยนางรมในปี 2563 เดิมโตอย่างต่อเนื่อง จึงได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ขนาด 2 กิโลกรัม เพื่อรองรับความต้องการสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยทางบริษัทเน้นกระจายผ่านทางช่องทางหน่วยรถที่ส่งเข้าร้านอาหารเป็นหลัก และร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศ



### Line S10 (BIB) 20L

กระบวนการบรรจุผลิตภัณฑ์น้ำส้มสายชูกลั่นและซอสปรุงรสฝาแดงขนาด 20L(BIB) Bag in Box ซึ่งเป็นการบรรจุระบบปลอดเชื้อ (Aseptic) การบรรจุเป็นระบบปิดโดยการลำเลียงส่งผ่านทางระบบท่อโดยปั๊มมีการพ่นไอน้ำและไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ในการฆ่าเชื้อบริเวณพื้นที่หัวบรรจุและบริเวณปากถุงบรรจุซึ่งอยู่ในสถานะ Positive ทำให้เรามั่นใจกระบวนการบรรจุที่ปลอดเชื้อ ภาพรวมส่วนใหญ่เป็นแบบอัตโนมัติเกือบทั้งหมดเริ่มจากการขึ้นรูปกล่องลำเลียงกล่องตามสายพานลำเลียงเข้าไปยัง Hopper ที่เป็นตำแหน่งของถุงบรรจุมาบรรจุลงในกล่องก่อนที่จะลำเลียงเข้าเครื่องปิดปากกล่องและจัดเรียงบนพาเลทด้วยเครื่องยกกล่อง



### นวัตกรรมทางธุรกิจ เพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

จากความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้า ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของการดำรงชีวิตทั้งของประเทศไทย และของโลก และปัจจัยหลักของอุตสาหกรรมการผลิตเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้แหล่งวัตถุดิบทางธรรมชาติที่นำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้าลดปริมาณลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบกับเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทนของภาครัฐ บริษัทฯ จึงได้เริ่มโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ชนิดติดตั้งบนหลังคา (Solar Rooftop) โดยสามารถนำไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้เป็นพลังงานทดแทนในการผลิตไฟฟ้า ซึ่งคาดว่าจะการลงทุนดังกล่าวจะสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 5 ปี



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

มูลค่าการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์

( หน่วย : ล้านบาท )

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%
มูลค่าการจำหน่ายในประเทศ	2,569.38	87.75	2,554.96	88.20	2,527.88	89.29
มูลค่าการจำหน่ายต่างประเทศ	358.55	12.25	341.75	11.80	303.11	10.71
รวมมูลค่าการจำหน่าย	2,927.93	100.00	2,896.71	100.00	2,830.99	100.00
อัตราเพิ่ม (ลด) ของมูลค่าการจำหน่าย	31.22	1.08	65.72	2.32	96.32	3.52

### การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

#### (1) ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสอาหารตรา “ภูเขาทอง” ซึ่งประกอบด้วย ซอสปรุงรส น้ำส้มสายชูกลั่น ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ ซอสหอยนางรม ซอสพริกผสมมะเขือเทศ ซีอิ๊วขาว ซอสผง และ ซีอิ๊วผง นอกจากนั้น ยังเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายซอสพริกศรีราชา ตรา “ศรีราชาพานิช” แต่เพียงผู้เดียว

ทั้งนี้การผลิตและการจำหน่ายอยู่ภายใต้การดำเนินการของบริษัทฯ โดยไม่มีบริษัทย่อย

#### (2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

##### (1) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ เน้นการขายเข้าร้านค้าส่ง (ยี่ปั้ว) เป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ควบคุมและกระจายการขายได้ทั่วถึง และใช้ “หน่วยรถขายตรง” ทำหน้าที่กระจายสินค้าไปยังร้านค้าย่อยและผู้บริโภคโดยตรง เน้นหนักไปที่พื้นที่กรุงเทพฯ และพื้นที่ต่างจังหวัด และใช้นโยบายราคาเดียวทั่วประเทศ

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ การจำหน่ายในประเทศ และการจำหน่ายต่างประเทศ โดยในปี 2563 มูลค่าสินค้าที่จำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศเป็นร้อยละ 87.75 และ 12.25 ตามลำดับ

ตลาดในประเทศประกอบด้วย ผู้ค้าส่งทั่วไป (ยี่ปั้ว) โมเดิร์นเทรด ลูกค้าอุตสาหกรรม ภัตตาคารและร้านอาหาร ร้านค้าย่อย ทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด และบริษัทส่งออก (Trading firm)

สำหรับตลาดต่างประเทศ ประกอบด้วย ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ (Direct export) และลูกค้าอุตสาหกรรมในต่างประเทศ ตลาดส่งออกส่วนใหญ่ส่งไปประเทศ สหรัฐอเมริกา และยุโรปเป็นหลัก ส่วนตลาดทางด้านเอเชีย ออสเตรเลีย และตะวันออกกลาง เป็นตลาดรองลงมา

ลูกค้าของบริษัทฯ เป็นลูกค้ารายย่อยจำนวนกว่า 7,000 ราย ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าส่งที่มีการติดต่อซื้อขายมาเป็นเวลานาน 1,000 ราย ร้านค้าปลีก และผู้บริโภครโดยตรง 6,000 ราย ทำให้บริษัทฯ ไม่มีผลกระทบจากการสูญเสียลูกค้ารายใดรายหนึ่งไป ยกเว้น Discount Store รายใหญ่ 3 ราย

ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ยอดขายให้ลูกค้า 10 รายแรกรวมกัน ไม่เกินร้อยละ 34 ของยอดขาย

	2563	2562	2561
ยอดขายลูกค้า 10 รายแรก (พันบาท)	1,025,782	980,629	952,074
คิดเป็น อัตราร้อยละของยอดขายรวม	35.03	33.85	33.63

#### (1) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

เมื่อก่อนมีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยเลือกที่จะรับประทานอาหารนอกบ้านตามร้านอาหารมากกว่าทำรับประทานเอง จนกระทั่งช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่ผ่านมานี้ ทำให้ร้านอาหารได้รับผลกระทบต้องปิดตัวลงชั่วคราว ร้านค้าบางส่วนจึงต้องปรับตัวมาจำหน่ายผ่าน Delivery อีกทั้ง พฤติกรรมหนึ่งของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป คือพอมีเวลาว่างมากขึ้นและต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในช่วง Work From Home จึงเริ่มต้นลงมือหัดทำอาหารรับประทานเองแทนการซื้อตามร้านขายอาหาร ตลาดเครื่องปรุงรสจึงเติบโตมากขึ้นทั้งภายในและต่างประเทศ

ปัจจุบัน การแข่งขันเครื่องปรุงรสของประเทศไทยมีอยู่บ้างในบางประเภท นอกจากตลาดเครื่องปรุงรสของไทยภายในประเทศส่วนใหญ่จะขยายและทำกำไรได้สูงขึ้น ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 แล้วการส่งออกก็เติบโตสูงขึ้นมากไม่แพ้กัน โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่าเครื่องปรุงรสของไทยได้รับความนิยมจากต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเทศจีนที่มีกำลังการซื้อสูง เพียงแค่ 3 เดือนแรก ของปี 2563 ก็ สามารถส่งออกเครื่องปรุงรส ได้สูงถึง 207.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 1.75 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 12.05 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 62 โดยเฉพาะเมื่อเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้เกิดรูปแบบเศรษฐกิจใหม่ออย่าง Stay at Home Economy ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป หันมาบริโภคที่บ้าน การประกอบอาหารรับประทานเองในครัวเรือนยังเป็นกิจวัตรประจำวันที่เพิ่มมากขึ้น และคาดว่าจะยังคงมีแนวโน้มเช่นนี้ต่อไปอีกระยะหนึ่ง ส่งผลให้ เครื่องปรุงรส อย่างซอสพริก ซอสถั่วเหลือง น้ำปลา เครื่องแกง และผงปรุงรสได้รับความนิยม มากขึ้นตามไป

(ที่มา: SME Social Planet bangkokbanksme.com / SME Go Inter 22/10/2020 : / กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ <https://smesproactive.ditp.go.th> )



มูลค่าตลาดรวมเครื่องปรุงรสในประเทศ (ไม่รวมน้ำปลาและผงปรุงรส) รวมในปี 2563 ประมาณการได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทเครื่องปรุงรส	ปี 2563	ปี 2562	เปลี่ยนแปลง	%
• ซอสปรุงรส	3,556	3,420	136	3.97
• ซีอิ๊วขาว/ดำ/เต้าเจี้ยว	3,251	3,070	181	5.89
• ซอสพริก/น้ำจิ้มพริกต่างๆ	2,142	2,060	82	3.98
• ซอสหอยนางรม	3,365	2,865	500	17.45
• ซอสมะเขือเทศ	1,228	1,170	58	4.24
• น้ำส้มสายชูกลั่น	666	635	31	4.88
มูลค่าตลาดรวม	14,208	13,220	988	7.47

(ที่มา : ตัวเลขประมาณการของบริษัทฯ)

#### สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรม

ในปี 2563 จากสถานการณ์เศรษฐกิจที่มีแนวโน้มหดตัวของปีที่ผ่านมา ปัญหาหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง และยังคงซ้ำเติมจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) โดยเริ่มตั้งแต่ต้นปี และทวีความรุนแรงมากขึ้นจนส่งผลกระทบต่อดำรงชีวิตของประชาชนและธุรกิจโดยทั่วไป โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างชาตินักท่องเที่ยวที่หายไป พฤติกรรมการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป เกิดจากการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) อยู่บ้าน ทำงานที่บ้านมากขึ้น การปิดสถานที่ การปิดร้านอาหาร การปิดเมือง การถูกพักงาน ถูกเลิกจ้าง ทำให้กำลังซื้อของคนในประเทศซบเซา และธุรกิจหลาย ๆ ประเภทปิดตัวลงเป็นอย่างมาก ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจหลาย ๆ ประเภท รวมถึง บริษัทฯต้องปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ทั้งก่อนและหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ได้คลี่คลายลง ซึ่งเป็นการเพิ่มความสามารถในการปรับตัวของบริษัทฯ เป็นอย่างมาก

จากสภาพตลาดที่ชะลอตัวอย่างรุนแรง ถึงแม้ทางภาครัฐจะมีมาตรการฟื้นฟูเศรษฐกิจ และมุ่งเน้นไปที่การยกระดับภาคการเกษตรและอาหาร การฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยว การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน สภาพเศรษฐกิจก็ยังไม่สามารถกลับมาได้ดีขึ้นเหมือนเดิม ทำให้เกิดความท้าทายใหม่ๆ ทางการแข่งขันในยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

ปี 2563 บริษัทฯ(ในฐานะผู้นำตลาด) ได้มีการวางกลยุทธ์ในการรับมือช่วงวิกฤติคือ

1. เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสินค้าให้เพียงพอ และการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ
2. เน้นการขายออนไลน์ และเพิ่ม Customer engagement ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น
3. ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของผู้บริโภค และพนักงานเป็นอันดับแรก
4. เตรียมความพร้อมในทุก ๆ ด้าน หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) คลี่คลายลง

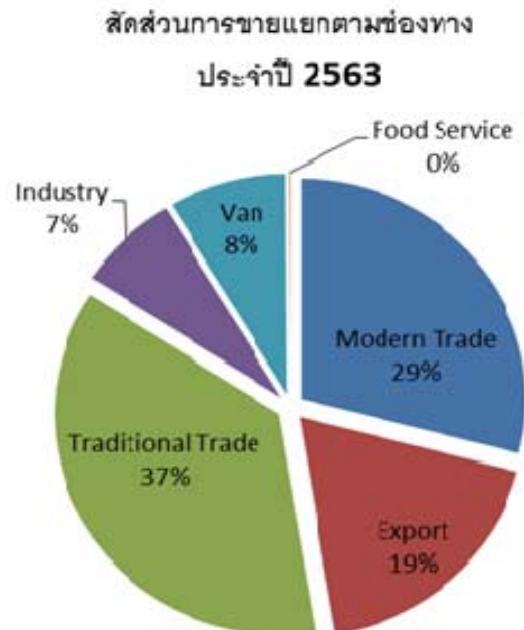
ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นผลิตสินค้าคุณภาพ ปลอดภัย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและคู่ค้าเป็นสำคัญ

**ภาพรวมอุตสาหกรรม ปี 2563** เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มดีขึ้น สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาคมธนาคารไทย ที่ระบุนถึงเศรษฐกิจไทยใกล้ฟื้นตัว หลังจากกลับมาผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา (Covid-19) ได้อีกครั้ง การก้าวกระโดดของอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรส ที่เติบโตแบบเงิบ ๆ แต่เติบโตขึ้นทุกปีอย่างรวดเร็วมาก นอกจากนี้ ราคาเครื่องปรุงรสปี 2563 โดยเฉลี่ยปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 2.0 ตลาดเครื่องปรุงรสโดยรวมจึงยังคงเติบโตได้ โดยปี 2563 มูลค่า 41,893 ล้านบาท อัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.3 ต่อปี

**แนวโน้มเครื่องปรุงรสของไทยในอนาคต** ตลาดเครื่องปรุงรสของไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตขึ้นต่อเนื่องในระยะยาว แต่เดิมอาหารไทยเป็นหนึ่งในสิ่งที่ไม่ได้รับความนิยมมาตั้งแต่ยังไม่มีการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา (Covid-19) ไม่ว่าคนไทยด้วยกันเอง หรือชาวต่างชาติต่างติดใจในรสชาติอาหารไทย เมื่อปิดเมืองปิดประเทศทำให้ผู้บริโภคต่างอุดหนุนซื้อเครื่องปรุงรสไปลองทำเองที่บ้านกันเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นโอกาสด้านการตลาดหาทิศทางของตลาด เพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ ดึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงมากขึ้น เช่น สอนทำอาหารลงสื่อช่องทางยูทูบให้ผู้บริโภคสามารถรับชมแล้วทำตามได้ไม่ยาก

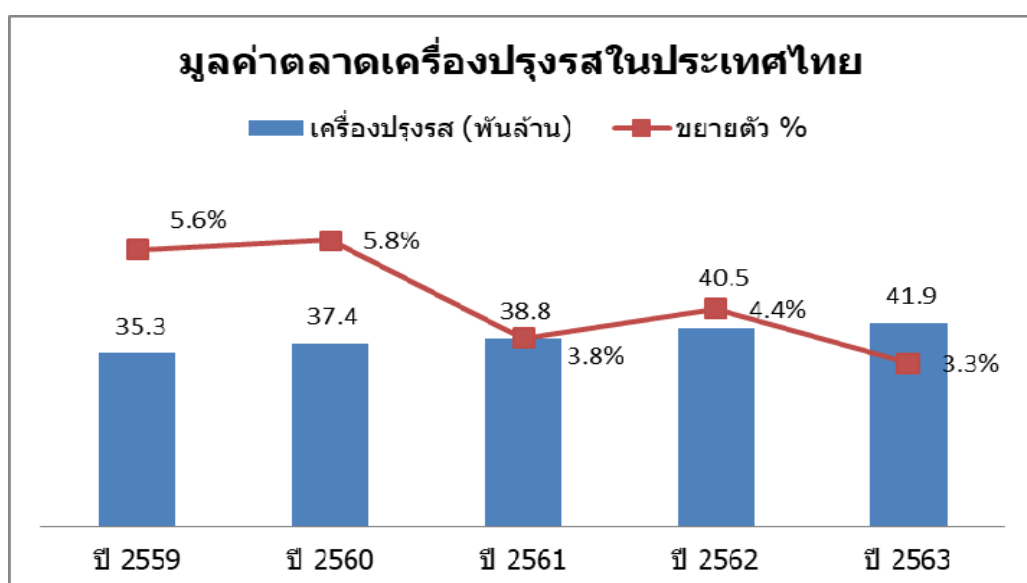
ในปีที่ผ่านมา ทางแบรนด์ภูเขาทองได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์โลกที่เกิดขึ้น สถานการณ์โควิด 19 แม้จะอยู่ในภาวะ Social Distancing หรือ Work from home แต่เรายังสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคกับแคมเปญที่มีชื่อว่า “อยู่บ้านแบบมีรสชาติ” หรือจะเป็น คลิปวิดีโอสอนทำอาหารจากเชฟชื่อดังต่างๆ

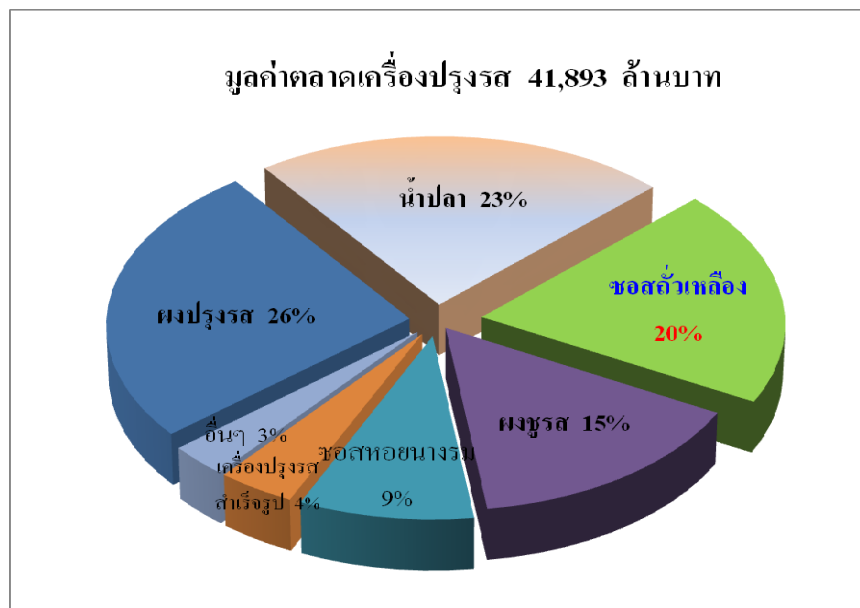




จากสถานการณ์การตลาด และสภาพเศรษฐกิจ ในปี 2563 ทำให้สัดส่วนการจำหน่ายตามช่องทางการขายต่าง ๆ ได้มีการเปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมา มาค่อนข้างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีช่องทางที่เติบโตในอัตราที่สูง 3 ลำดับแรก คือ ช่องทางโมเดิร์นเทรด, ช่องทางต่างประเทศ และ ช่องทางยี่ปั้วหรือผู้ค้าส่ง โดยมีอัตราส่วนที่เติบโตร้อยละ 4.61% , 3.40% และ 0.17% ตามลำดับ และช่องทาง ร้านอาหาร หรืออุตสาหกรรมการผลิตนั้นไม่เติบโตในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) แต่ยังคงทำให้ภาพรวมนั้นเติบโตอย่างต่อเนื่อง

(ที่มา ตัวเลขยอดขายประจำปี 2563 ของบริษัท)





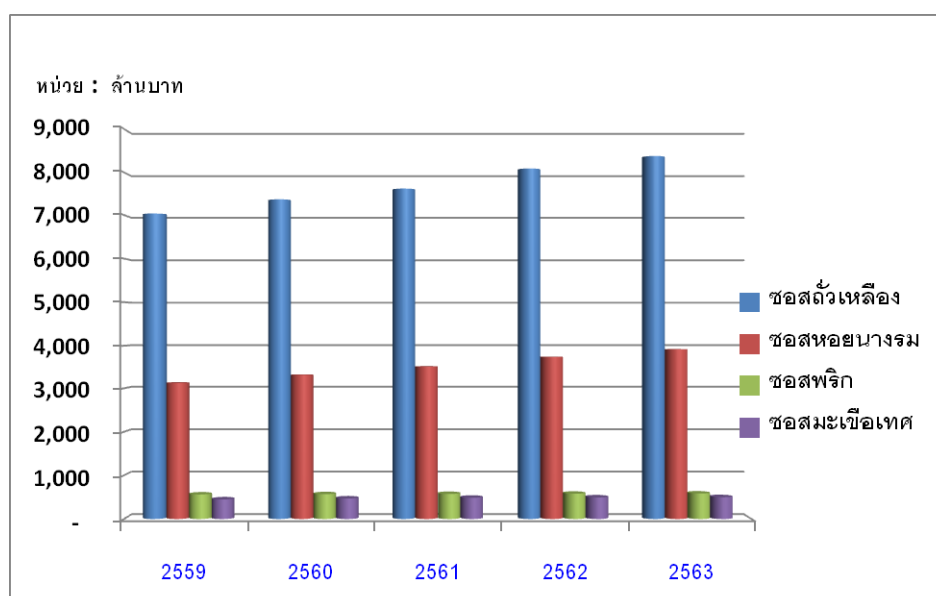
(ที่มา : Euro monitor International ,2020)

ในปี 2563 มูลค่าซอสถั่วเหลืองหรือซีอิ้ว มูลค่า 8,378 ล้านบาทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.0 ของตลาดเครื่องปรุงรสทั้งหมด อัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.9 ต่อปี

ซอสหอยนางรม มูลค่าตลาด 3,915 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.45 ของตลาดเครื่องปรุงรสทั้งหมด อัตราขยายตัวร้อยละ 5.7 ต่อปี

ซอสมะเขือเทศ มูลค่า 502 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.2 ของตลาดเครื่องปรุงรสทั้งหมด อัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.2 ต่อปี

ซอสพริก มูลค่า 586 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.4 ของตลาดเครื่องปรุงรสทั้งหมด อัตราขยายตัวร้อยละ 7.0 ต่อปี



### (3) การจัดหาผลิตภัณฑ์

#### (1) การจัดหาได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีโรงงาน 2 แห่ง คือ

1) บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เลขที่ 208 หมู่ 6 ถนนท้ายบ้าน ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280 ดำเนินการผลิตเครื่องปรุงรสอาหาร ในปี 2563 มีกำลังการผลิต 111,790 ตัน/ปี เท่ากับปี 2562 ในปี 2563 มีอัตราการใช้กำลังการผลิต 93.60% เพิ่มขึ้นจาก 91.22% ในปี 2562 หรือเพิ่มขึ้น 2.38%

2) สาขาลำปาง เลขที่ 162/1 หมู่ 2 ถนนบ้านฟ่อน-แม่ทะ ตำบลชมพู อำเภอเมือง จังหวัด ลำปาง 52000 ดำเนินการผลิตดอกพริก และ ดอกกระเทียม ส่งสำนักงานใหญ่เพื่อเป็นวัตถุดิบผลิตซอสพริก

#### วัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

##### วัตถุดิบที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

ประเภทสินค้า	ชนิดวัตถุดิบ	แหล่งที่มา
ซอสปรุงรส / ซิ่วขาว	ธัญพืชสับคั่ว	ในประเทศ กลุ่มประเทศยุโรป
	ถั่วเหลืองเม็ด	และอินเดีย
	โซดาแอช	จีน
	น้ำตาลทราย, เกลือป่น	ในประเทศ
ซอสพริก	พริกชี้ฟ้า	ในประเทศ
	กระเทียม	ในประเทศ
	น้ำส้มสายชูกลั่น	ผลิตเอง
ซอสมะเขือเทศ	มะเขือเทศเข้มข้น	ฮ่องกง
ซอสหอยนางรม	หอยนางรมสด	ในประเทศ
น้ำส้มสายชูกลั่น	แอลกอฮอล์	ในประเทศ

สัดส่วนวัตถุดิบในการผลิตเครื่องปรุงรสที่ซื้อจากแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศเป็น 46.27 % และที่ซื้อจากแหล่งวัตถุดิบต่างประเทศเป็น 53.73% ไม่มีต้นทุนวัตถุดิบชนิดใดชนิดหนึ่งสูงกว่าร้อยละ 50 ของต้นทุนการผลิตรวม

ไม่มีผู้จำหน่ายรายใดที่บริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบเกินกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด สำหรับวัตถุดิบที่ซื้อจากผู้จำหน่ายรายเดียว บริษัทฯ ทำสัญญาซื้อขายผูกพันเป็นรายปี โดยมีจำนวนและราคาที่แน่นอน และไม่มีข้อจำกัดในการซื้อวัตถุดิบดังกล่าวจากผู้จำหน่ายรายอื่นๆ ยกเว้น แอลกอฮอล์ที่ซื้อจากองค์การสุรา กรมสรรพสามิต ซึ่งผูกขาดโดยรัฐบาล

บริษัทฯ ไม่มีปัญหาในเรื่องการจัดหาวัตถุดิบสำคัญๆ เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายส่วนมากเป็นผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายรายใหญ่ของอุตสาหกรรมประเภทนั้นๆ



**(ข) การดำเนินการของบริษัทฯ เพื่อลดผลกระทบของกระบวนการผลิตต่อสิ่งแวดล้อม**

ของเสียจากกระบวนการผลิตของบริษัทฯ จำแนกได้เป็น 2 ลักษณะคือ น้ำเสีย และ อากาศเสีย ซึ่งบริษัทฯ ใช้ระบบบำบัดในสถานที่ของบริษัทฯเอง โดยมีรายละเอียดคือ

ระบบบำบัดน้ำเสีย ใช้สารเคมีปรับความเป็นกรดด่าง กรองแบบไร้อากาศ และการให้อากาศแบบตะกอนเร่ง ประกอบกัน รองรับน้ำเสียได้วันละ 600 ลบ.ม.

ระบบบำบัดอากาศเสีย ใช้น้ำเป็นตัวดูดอุณหภูมิและจับฝุ่น, ไอสารเคมีที่ใช้ในกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน ทั้งระบบบำบัดน้ำเสียและบำบัดอากาศเสียออกแบบโดยวิศวกรที่ปรึกษา ส่วนการใช้งานระบบนั้นบริษัทฯ มีวิศวกร และผู้ปฏิบัติงานควบคุมดูแลตลอดเวลาการผลิต จึงมั่นใจได้ว่าไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดคุณลักษณะของน้ำทิ้งที่ระบายออกจากโรงงาน ข้อ 2 กำหนดไว้ดังนี้ (15) ค่าบีโอดี (Biochemical Oxygen Demand) ที่อุณหภูมิ 20 องศาเซลเซียส เวลา 5 วัน ไม่มากกว่า 20 มิลลิกรัมต่อลิตร ค่าบีโอดีเฉลี่ยทั้งปี 2563 เท่ากับ 7.75 มิลลิกรัมต่อลิตร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการควบคุมสิ่งแวดล้อม 3 ปีย้อนหลังดังต่อไปนี้

2563	จำนวน	3.53 ล้านบาท
2562	จำนวน	2.59 ล้านบาท
2561	จำนวน	3.05 ล้านบาท

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### ความเสี่ยงด้านการประกอบธุรกิจ

##### -การพึ่งพิงลูกค้า

ลูกค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าส่ง(ยี่ปั้ว) กว่า 1,000 รายที่มีการติดต่อซื้อขายมาเป็นเวลานานและมีสัมพันธ์ภาพทางธุรกิจเป็นอันดีกับบริษัทตลอดมา /ร้านค้าปลีก และผู้บริโภครโดยตรง ทำให้บริษัทฯ ไม่มีผลกระทบจากการสูญเสียลูกค้ารายใดรายหนึ่งไป ยกเว้น Discount Store รายใหญ่ 3 ราย

ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ยอดขายให้ลูกค้า Discount Store รายใหญ่ 3 รายรวมกันประมาณร้อยละ 22 ของยอดขาย

	2563	2562	2561
ยอดขายลูกค้าโมเดิร์นเทรด 3 รายใหญ่ (พันบาท)	<u>657,666</u>	<u>630,180</u>	<u>641,990</u>
คิดเป็น อัตราร้อยละของยอดขายรวม	<u>22.46</u>	<u>21.76</u>	<u>22.68</u>

นอกจากลูกค้าโมเดิร์นเทรดแล้ว บริษัทฯ ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ครอบคลุมร้านค้าส่ง (ยี่ปั้ว) ภัตตาคาร ร้านอาหาร ตลอดจนโรงงานอุตสาหกรรม และผู้ค้าต่างประเทศ กว่า 1,000 ราย และร้านค้าปลีกอีกกว่า 6,000 ราย

จากฐานลูกค้าที่หลากหลายดังกล่าว ประกอบกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและ เครื่องหมายการค้า “ตราภูเขาทอง” ที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมานานกว่า 65 ปี จึงเป็นข้อได้เปรียบของบริษัท

#### ความเสี่ยงด้านการผลิต

##### -การขาดแคลนวัตถุดิบ

ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายน้อยราย แต่ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ของอุตสาหกรรมประเภทนั้นๆ และสามารถส่งมอบวัตถุดิบให้บริษัทฯ ได้ต่อเนื่องตลอดทั้งปี ไม่มีปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ เนื่องจากหากไม่ซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายประจำก็สามารถซื้อจากผู้จำหน่ายรายอื่นๆ ในอุตสาหกรรมประเภทนั้นๆ ซึ่งมีจำนวนหลายราย แต่อาจจะต้องซื้อในราคาที่แพงขึ้นเล็กน้อย สำหรับวัตถุดิบบางประเภทซึ่งมีลักษณะเป็นฤดูกาล เช่น พริกชี้ฟ้า พริกจินดา กระเทียม ทางบริษัทฯ จะบริหารความเสี่ยงโดยจะทำการซื้อในฤดูกาลผลิตและจะทำการแปรรูปวัตถุดิบเพื่อให้ใช้ได้ตลอดปี

จากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา ในไตรมาส 4 ปี 2551 บริษัทฯ ประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบที่เป็นฤดูกาลดังกล่าว ทำให้บริษัทสูญเสียรายได้ไป ประมาณ ร้อยละ 1 ของยอดขายรวมของบริษัท หรือ

ประมาณ 23 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ สามารถชดเชยได้ในไตรมาส 1/2552 หลังจากนั้นบริษัทยังไม่เคยประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบดังกล่าว เนื่องจากบริษัทฯ ได้ลงทุน Storage tank และพื้นที่การจัดเก็บเพิ่มขึ้น

#### **ความเสี่ยงด้านการบริหาร การจัดการ**

ณ วันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 กลุ่มตระกูล วิญญรัตน์ ถือหุ้นในบริษัท ร้อยละ 75.88 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท จึงทำให้สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องแต่งตั้งกรรมการ หรือ การขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมาย หรือ ข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินที่มีนัยสำคัญของบริษัท มีดังนี้

ประเภทลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ	มูลค่า(พันบาท)
1. ที่ดิน 13 แปลง ที่ตั้ง จ. สมุทรปราการ		
จำนวน 54 ไร่ 3 งาน 69 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	107,203
2. ที่ดิน 5 แปลง ที่ตั้ง จ. ลำปาง		
จำนวน 34 ไร่ 3 งาน 8 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	6,925
3. อาคารสำนักงาน ที่ตั้ง จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	58,545
4. อาคารสำนักงาน ที่ตั้ง จ.ลำปาง	เป็นเจ้าของ	2,499
5. อาคารโรงงาน ที่ตั้ง จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	177,690
6. อาคารโรงงาน ที่ตั้ง จ.ลำปาง	เป็นเจ้าของ	19,178
7. เครื่องจักรในการผลิตเครื่องปรุงรส จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	448,868
8. เครื่องจักรในการผลิตเครื่องปรุงรส		
ระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ	22,053

#### ที่ดินยังไม่ได้ใช้ดำเนินงาน

1. ที่ดิน 11 แปลง ที่ตั้ง อ. บางประกง จ. ฉะเชิงเทรา		
จำนวน 118 ไร่ 2 งาน 76 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	
ที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงาน		204,073
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์		14,169
ที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงานสุทธิ		189,904
ที่ดินดังกล่าว บริษัท ซื้อไว้เพื่อการขยายโรงงาน เมื่อปี 2537 ปัจจุบัน บริษัทได้ทบทวนนโยบายดังกล่าว โดยยกเลิกการขยายโรงงานดังกล่าว เนื่องจาก โรงงานปัจจุบันยังสามารถรองรับการเจริญเติบโตของบริษัทได้ และ จะดำเนินการขายที่ดินดังกล่าวต่อไป		

มูลค่าตามบัญชีของที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นราคาประเมิน ตามรายงานการประเมินของผู้ประเมินราคาอิสระเมื่อปี 2561

ตามรายงานการประเมินราคาวันที่ 14 กันยายน 2561 บริษัทประเมินราคาอิสระได้ประเมินราคาที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงานของบริษัท โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบราคาตลาด โดยมีราคาประเมินมูลค่า 189.90 ล้านบาท

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัท ได้แก่ เครื่องหมายการค้า ค่าลิขสิทธิ์ และ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ บริษัทได้ซื้อเครื่องหมายการค้า “ตราศรีราชาพานิช” เมื่อปี 2541 จึงมีกรรมสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียว บริษัทได้บันทึกบัญชีเป็นค่าเครื่องหมายการค้ารอตัดบัญชี มีกำหนดตัดบัญชีเป็นค่าใช้จ่าย 10 ปี

เครื่องหมายการค้า (พันบาท)	23,865
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>23,440</u>
เครื่องหมายการค้าสุทธิ	<u>425</u>
ค่าธรรมเนียมลสิทธิ (พันบาท)	2,000
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>2,000</u>
ค่าธรรมเนียมลสิทธิสุทธิ	<u>-</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (พันบาท)	14,644
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>12,132</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์สุทธิ	<u>2,512</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้ง (พันบาท)	<u>-</u>
รวมสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	<u>2,937</u>

บริษัทไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยแต่อย่างไร

เงินลงทุนในบริษัทร่วม (พันบาท)

สัดส่วนความเป็นเจ้าของ			เงินลงทุน	เงินลงทุน
			ราคาทุน	วิธีส่วนได้เสีย
บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	40 %	20,000	<u>8,000</u>	<u>18,186</u>
รวมเงินลงทุนในบริษัทร่วม			<u>-</u>	<u>3,268</u>
หัก ค่าเพื่อการด้อยค่า			<u>-</u>	<u>-</u>
สุทธิ			<u>8,000</u>	<u>21,454</u>



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย

## 6. ข้อมูลทั่วไป

### ชื่อบริษัท

บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน)

เดิมชื่อ บริษัท ไทยเทพรส ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

### ประกอบธุรกิจหลักประเภท

ผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตรา “ภูเขาทอง” “คินซัน” “ศรีราชาพานิช” และ “อี่ฮู้”

### ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

208 หมู่ 6 ถนนท้ายบ้าน ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280

### เลขทะเบียนบริษัท

0107536001265 (เดิมเลขที่ บมจ.200)

### โทรศัพท์

02-7034444

### โทรสาร

02-3871163 02-7034947

### Website

<http://www.thaitheparos.com>

### E-mail

[information@gmsauce.com](mailto:information@gmsauce.com)

### ที่ตั้งสาขา 1 (สาขาลำปาง)

162/1 หมู่ 2 ถนนบ้านฟ่อน-แม่ทะ ตำบลชมพู อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52000

### โทรศัพท์

054-251-149, 054-251005

### โทรสาร

054-251138

### วันก่อตั้ง

พ.ศ. 2497

### ซื้อขายวันแรก

20 มกราคม 2538

### ชื่อย่อหลักทรัพย์

SAUCE

### กลุ่มอุตสาหกรรม/หมวดธุรกิจ

เกษตรและอุตสาหกรรม/ อาหารและเครื่องดื่ม

### ทุนจดทะเบียน

600 ล้านบาท (ทุนหุ้นสามัญ 600 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท)

### ทุนที่ออกและชำระแล้ว

360 ล้านบาท (ทุนหุ้นสามัญ 360 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท)

### นโยบายเงินปันผล

ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิในแต่ละปี โดยจะจ่ายในปีถัดไป

### รอบระยะเวลาบัญชี

1 มกราคม – 31 ธันวาคม

### จำนวนพนักงาน

763 คน

<b>ชื่อบริษัทร่วม</b>	บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
<b>ประกอบธุรกิจหลักประเภท</b>	ผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรสอาหาร (Reaction flavour) ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตรา “เอ็กซ์เตอร์” ส่งออกสหภาพยุโรปและภูมิภาคเอเชียอาคเนย์
<b>ที่ตั้งสำนักงานใหญ่</b>	208 หมู่ 6 ถนนท้ายบ้าน ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280
<b>เลขทะเบียนบริษัท</b>	0115551010766
<b>วันที่ก่อตั้ง</b>	17 พฤษภาคม 2553
<b>โทรศัพท์</b>	02-7034444
<b>โทรสาร</b>	02-3871163
<b>ทุนจดทะเบียน</b>	40 ล้านบาท (ทุนหุ้นสามัญ 4,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10.00 บาท)
<b>ทุนที่ออกและชำระแล้ว</b>	40 ล้านบาท (ทุนหุ้นสามัญ 4,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10.00 บาท)
<b>สัดส่วนการถือหุ้น</b>	40 %
<b>ผู้ถือหุ้นใหญ่</b>	บริษัท เอ็กซ์เตอร์ บี.วี. ประเทศเนเธอร์แลนด์
<b>สัดส่วนการถือหุ้น</b>	60 %
<b>หมายเหตุ</b>	เริ่มดำเนินการผลิตและจำหน่ายได้ ในไตรมาส 3/2554

#### ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง

##### **- นายทะเบียนหลักทรัพย์**

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด  
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง  
เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400  
โทรศัพท์ 02-0099385  
โทรสาร 02-0099476  
TSD Call center: 02-229-2888

- ผู้สอบบัญชี

นางสาวอรรวรรณ โชติวิริยะกุล  
เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 10566 หรือ  
นางศิริเพ็ญ สุขเจริญยิ่งยง  
เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 3636 หรือ  
นางสาวอรรวรรณ ชุณหกิจไพศาล  
เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 6105 หรือ  
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด  
ชั้น 50 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์  
1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120  
โทรศัพท์ 02-6772000  
โทรสาร 02-6772222