

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์	“ บมจ. ไทยเทพรส มุ่งสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจเครื่องปรุงรสของไทย เป็นรสชาติของคุณ ความสุขของคุณ”
พันธกิจ	“ผลิตเครื่องปรุงรสด้วยความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ และ ภักดีต่อตราสินค้า”
คุณค่านิยมหลัก	1. มอบงานให้ลูกค้า 2. รู้ทันที ทำทันที เดินทันที 3. ซื่อสัตย์ ถื่อวินัย ใฝ่เรียนรู้ สู้งานหนัก สร้างสุขลักษณะ และประหยัด 4. สามัคคีก่อให้เกิดประโยชน์สุข

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

(1) ประวัติความเป็นมา

บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) ก่อกำเนิดขึ้นภายใต้ชื่อ หสน. โรงงานไทยเทพรส เมื่อปี 2497 โดย คุณพ่อใช้ แซ่ไคว้ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตรา “ภูเขาทอง” ด้วยการดำเนินธุรกิจที่เจริญเติบโตมาเป็นลำดับ นับตั้งแต่ นายใช้ แซ่ไคว้, นายไกรลาส วิญญูรัตน์ จวบจนมาถึง นายปริญญา วิญญูรัตน์ ได้ทำการจัดตั้ง บริษัท ไทยเทพรสผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด(มหาชน) มีสถานที่ตั้งโรงงานผลิต อันทันสมัย ณ จังหวัดสมุทรปราการ ทำการผลิตซอสปรุงรส ซอสปรุงรส น้ำส้มสายชูกลั่น ซอสพริก ซอสหอยนางรม ตรา“ภูเขาทอง”ด้วยเทคโนโลยีเครื่องจักรและอุปกรณ์อันทันสมัย ได้รับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมากกว่า 65 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 ซื้อเครื่องหมายการค้า และสูตรการผลิตซอสพริก ตรา “ศรีราชาพานิช” จาก บริษัท น้ำพริก ศรีราชาพานิช จำกัด และเริ่มทำการผลิตซอสพริกตรา “ศรีราชาพานิช” ที่โรงงาน จ.สมุทรปราการ
- ปี 2542 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซิอิ้วญี่ปุ่น กินฉัน
- ปี 2551 ออกบรรจุภัณฑ์ใหม่ E ZEE SQUEEEZE 300 กรัม แคปป์ก็้อร่อย ใน 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ซอสพริกเผ็ดน้อย / ซอสมะเขือเทศ / ซอสพริกผสมมะเขือเทศ
- ปี 2552 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซิอิ้วญี่ปุ่น ตรา ยามาซ่า จำหน่ายให้ บริษัทร่วม- บริษัท ยามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด
- ปี 2554 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสดิบเอ็กซ์เตอร์ จำหน่ายให้ บริษัทร่วม – บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- ปี 2555 ยกเลิกการผลิตซอสปรุงรสฝาเขียว/ ซอสปรุงรสฝาน้ำตาล/ซอสปรุงรสฝาแดง และซิอิ้วขาว ขวดแก้ว ขนาด 740 ซีซี บรรจุ 1x12 สำหรับเขตการขายโมเดิร์นเทรด เปลี่ยนเป็นขวดเพ็ต 980 ซีซี ขนาด 1x12 แทน (ขวดเพ็ต แข็งแรง เหนียว น้ำหนักเบา ไม่แตกง่าย สะดวกในการขนส่ง)
- ปี 2556 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซิอิ้วถั่วเหลือง ตราภูเขาทอง ขนาด 500 ซีซี และ 100 ซีซี และยกเลิกขวด เพ็ต 980 ซีซี เปลี่ยนเป็นขวดเพ็ต 1000 ซีซี ในราคาเดิม เป็นการคืนกำไรให้กับผู้บริโภค ปรับเปลี่ยนและพัฒนา โฉมใหม่ขวดแก้ว ซอสปรุงรสฝาเขียว 200 ซีซี ซึ่งน้ำหนักเบา สะดวกในการขนส่ง ลดการใช้ทรัพยากร
- ปี 2557 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ศรีราชามายो 250 กรัม
- ปี 2558 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสปรุงรสอาหาร ตราภูเขาทอง ขนาด 700 ซีซี
- ปี 2559 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซอสพริกตราอิซี่ ขนาด 640 กรัม และ 900 กรัม
- ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ - ซิอิ้วดำ สูตรมีออชิฟ 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. ยามาฮ่าคอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเทศญี่ปุ่น จัดตั้ง บริษัทร่วม ชื่อ บจก. ยามาฮ่า (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อจำหน่ายซีอิ๊วญี่ปุ่น ตรา “ยามาฮ่า” 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 ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้น จาก 10.00 บาท เป็น 1.00 บาท ทุนจดทะเบียนจาก 60 ล้านบาท เป็น 600 ล้านบาท ทุนที่เรียกชำระแล้ว 36 ล้านบาท เป็น 360 ล้านบาท
- ปี 2554 ได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมขั้นที่ 2 ตามหลักเกณฑ์การให้สัญลักษณ์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- ปี 2559 จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “ตราอีซี่” กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา

(2) ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ปัจจุบันบริษัทฯ ประกอบธุรกิจ ดังนี้

บริษัท ไทยเทพรส 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 ทำให้มีรสชาติหอม กลมกล่อม เฉพาะตัว ได้โปรตีนสูงสุดตั้งแต่ 20% 17% 15% และ 10% การนำไปใช้งานสามารถนำไปทำอาหารได้หลากหลายเหมาะสำหรับเหยาะ ผัก หมัก ต้มและตุ๋น อาทิ เช่น นำไปหมักเนื้อสัตว์เพื่อปิ้งย่าง

หรือทอด ตามความชอบ นำไปปรุงเป็นน้ำซุปร และนอกจากนี้ยังนิยมนำไปทำน้ำจิ้มแจ่วหรือปรุงอาหารประเภทผัดผัดหรืออาหารจานเดียวได้อีกมากมายหลายรายการ ทำให้อาหารทุกจานอร่อยกลมกล่อมโดยปราศจากผงชูรส

น้ำส้มสายชูกลั่น

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำเอทิลแอลกอฮอล์หมักกับจุลินทรีย์เพื่อให้ได้กรดน้ำส้มที่บริสุทธิ์ ใส ไม่มีตะกอน ให้รสชาติเปรี้ยว ไม่มี พิษต่อร่างกาย การนำไปใช้งาน น้ำส้มสายชูกลั่นมีสรรพคุณมากมาย เช่น ใช้หมักดองผัก ผลไม้ต่างๆ ใช้ปรับอาหารให้เป็นกรด(Acidifier) ปรับแต่งอาหาร ให้มีรสชาติ ใช้ล้างสารพิษจากผักและผลไม้ ช่วยดับกลิ่นในตู้ไมโครเวฟหรือใส่ในข้าวเวลาหุง ข้าวจะร่วนซุยหุงขึ้นหม้อ นอกจากนี้ยังใช้แช่ผักให้ดูสดน่ารับประทาน ช่วยให้เนื้อนุ่มเมื่อนำมาใช้ในการหมัก



ซอสพริก

ซอสพริกตราภูเขาทอง แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ซอสพริกเผ็ดกลาง และซอสพริกเผ็ดน้อย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพริกผสมกับ กระเทียม น้ำตาล น้ำส้มสายชู และเกลือ ลักษณะของซอสพริก จะข้นเป็นเนื้อเดียวกัน การนำไปใช้ ซอสพริกเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรนช์ฟรายด์ ไก่ทอด ไส้กรอก อาหารทะเล ไข่เจียว ซาลาเปา พืชชำ หอยทอด และอีกอย่างก็นำไปผัดกับเส้นก๋วยเตี๋ยวแบบผัดแห้งหรือก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ นอกจากนี้ ยังนิยมนำไปหมักกับเนื้อสัตว์ทำบาร์บีคิวฯ



ซอสมะเขือเทศ

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากมะเขือเทศผสมกับส่วนผสมอื่นๆ เช่น น้ำส้มสายชู น้ำตาล เกลือ และเครื่องเทศ ในอัตราส่วนที่เหมาะสม การนำไปใช้ ซอสมะเขือเทศเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรนช์ฟรายด์ ไก่ทอด ไส้กรอก พืชชำ หรือนำไปผัดกับมักกะโรนี สปาเก็ตตี้ ข้าวผัดอเมริกัน ผัดเปรี้ยวหวาน และอีกอย่างก็นิยมก็นำไปหมักกับเนื้อสัตว์เพื่อทำบาร์บีคิว



ซอสหอยนางรม



ซอสหอยนางรม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากหอยนางรมแท้จากธรรมชาติ ให้คุณค่าทางอาหารจากสารอาหารและแร่ธาตุ ตลอดจนเกลือไอโอดีนจากทะเล ผสมกับเครื่องปรุงอื่น เช่น ซีอิ๊ว น้ำตาล แป้งคั่วแปรมีลักษณะเป็นของเหลวข้นหนืดสีน้ำตาลมันวาว มีกลิ่นฉุนหอยเล็กน้อยทุกหยดเต็มไปด้วยกลิ่นหอมและความเข้มข้นปราศจากการแต่งกลิ่นสังเคราะห์และผงชูรส การนำไปใช้ ซอสหอยนางรมนิยมนำไปผัดผักรับประทานหรือนำไปหมักกับเนื้อสัตว์เพื่อใช้สำหรับ ปิ้งย่าง ทอด และผสมกับน้ำจิ้มสุกี้ก็ได้ นอกจากนี้ยังนิยมหยอดใส่ไข่เจียว สำหรับปรุงรสอาหารให้อร่อยกลมกล่อม

ซอสพริกผสมมะเขือเทศ

บริษัทเป็นรายแรกที่มีการผลิตซอสพริกผสมมะเขือเทศมีรสชาติเปรี้ยวหวานจากมะเขือเทศและเผ็ดเล็กน้อยจากพริก ซึ่งเป็นการผสมผสานอย่างลงตัว รสชาติกลมกล่อม ใช้ปรุงอาหารประเภทต่าง ๆ ได้หลากหลายชนิด การนำไปใช้ ซอสมะเขือเทศเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรชฟรายด์ ไก่ทอด ไส้กรอก พิซซ่า หรือนำไปผัดกับผักกะโรนี สปาเก็ตตี้ ข้าวผัดอเมริกัน ผัดเปรี้ยวหวาน และอีกอย่างที่น่าสนใจคือ นำไปหมักกับเนื้อสัตว์เพื่อทำบาร์บีคิว



ซีอิ๊วขาว



เป็นผลิตภัณฑ์ของเหลวที่ได้จากถั่วเหลืองและ ข้าวสาเลี้ยวด้วยด้วยจุลินทรีย์ และหมักบ่มด้วยวิธีธรรมชาติ 100% นานกว่า 4 เดือน ให้กลิ่นหอมอ่อนๆ รสชาติกลมกล่อมนุ่มลิ้น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสีน้ำตาลแดงอ่อน สามารถใช้แทนน้ำปลาได้ สามารถนำผลิตภัณฑ์ซีอิ๊วขาวไปปรุงทำอาหารได้หลากหลายเมนูปรุงเพื่อใช้ทำน้ำซุส แกงจืด เหงาปรุงรส โจ๊ก ข้าวต้ม นอกจากนี้ยังใช้ปรุงอาหารประเภทจานนิ่งต่างๆ อีกมากมาย อาทิปลาแห้งซีอิ๊ว หรือเหมาะสำหรับการปรุงอาหารประเภทที่ไม่ต้องการสีเข้ม

ซอสพริก ตราสีราชาพานิช

ประวัติยาวนานและมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก บริษัทฯ ซื่อสัตย์และสุจริตเล็งเห็นว่าจากอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ที่มีรสชาติแท้ดั้งเดิมมาผลิต บริษัทฯ ได้คัดสรรพริกสดพันธุ์ดีมาดองกับเครื่องเทศต่าง ๆ ด้วยความละเอียดและใส่ใจในทุกขั้นตอน จึงทำให้ซอสพริก ตราสีราชาพานิชคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และรสชาติต้นตำรับอย่างแท้จริง การนำไปใช้ ซอสพริกเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรนช์ฟรายส์ ไก่ทอด ไส้กรอก อาหารทะเล ไข่เจียว ซาลาเปา พืชจำพวก หอยทอด และอีกอย่างคือ นำไปผัดกับเส้นก๋วยเตี๋ยวแบบผัดแห้งหรือก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ นอกจากนี้ยังนิยมนำไปหมักกับเนื้อสัตว์ทำบาร์บีคิว ฯลฯ



ซีอิ๊วถั่วเหลือง

เป็นผลิตภัณฑ์น้องใหม่ที่ได้ออกจากรถถั่วเหลืองและข้าวสาลีที่ผ่านคัดสรรอย่างดี ผ่านการหมักบ่มตามกรรมวิธีธรรมชาติ 100% นานกว่า 6 เดือน ทำให้มีกลิ่นหอมกว่าและรสชาติเข้มข้นกว่าซีอิ๊วขาว ปราศจากการปรุงแต่ง มีสีน้ำตาลแดงเข้ม ทำให้เพิ่มสีสันของอาหารให้น่ารับประทานยิ่งขึ้น สามารถนำผลิตภัณฑ์ซีอิ๊วถั่วเหลืองไปปรุงทำอาหารได้หลากหลายเมนูทั้งประเภทหมัก จิ้ม ตุ่น ผัด เพื่อเพิ่มรสชาติที่เข้มข้นกว่าให้แก่อาหารจานโปรดของคุณให้ดูน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น



ซอสปรุงรสอาหาร

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





ซอสพริกตราอีซี่

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2559 “ซอสพริก ตราอีซี่” เป็นสินค้าที่เน้นเรื่องราคาถูก มีรสชาติอร่อย สีสันสวยงาม เหมาะสำหรับนำไปทานกับอาหารประเภททอดทุกเมนู จึงทำให้เหมาะกับผู้ประกอบการร้านอาหาร ทุกประเภท เหมือนดังสโลแกนสินค้าซอสพริก ตราอีซี่ “อร่อยง่าย ๆ มีอาชีพที่ไหนก็ใช้กัน” โดยวางตลาดตั้งแต่เดือน เมษายน 2559



ซอสดำสูตรมืออาชีพ

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2559 “ซอสดำ สูตรมืออาชีพ ตราภูเขาทอง” เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปเพิ่มสีสันให้อาหารน่ารับประทานยิ่งขึ้น โดยเฉพาะนำมาปรุงรสคู่กับซอสปรุงรสฝาเขียวตราภูเขาทองด้วยแล้ว จะได้รสชาติที่หอมและสีที่น่านรับประทานมากยิ่งขึ้น เหมาะสำหรับเมนู ผัดซีอิ้ว, ผัดกะเพรา, ขาหมูพะโล้ หรือจะนำไปทำน้ำจิ้มกุยช่าย ก็อร่อยทุกเมนู โดยวางตลาดตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2559



ซอสหอยนางรม ตราอีซี่

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2560 “ซอสหอยนางรม ตราอีซี่” เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นเรื่องราคาถูก เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการร้านอาหาร ทุกประเภท ด้วยรสชาติ อร่อย กลมกล่อม เนื้อซอสเข้มข้น และมีกลิ่นหอม เหมาะเมนูผัดทุกเมนู เหมือนดังสโลแกน สินค้าซอสหอยนางรมอีซี่ “อร่อยง่าย ๆ มีอาชีพที่ไหนก็ใช้กัน” 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 ไทยเทพรอส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบส่งให้

จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด วันที่ 17 พฤษภาคม 2553 โดยเริ่มดำเนินการผลิตและจำหน่ายได้ในเดือน สิงหาคม 2554 ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มีกำหนดระยะเวลา 8 ปี

ทุนจดทะเบียน : 40,000,000.00 บาท แบ่งออกเป็น หุ้นสามัญ 4,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10.00 บาท เรียกชำระแล้ว 40,000,000.00 บาท

การเปลี่ยนแปลงลักษณะการประกอบธุรกิจในปี 2562 ที่ผ่านมา

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ซอสพริกศรีราชาพานิช

ซอสพริกศรีราชา สไปซี่ มาโย มีการปรับเปลี่ยนแบบฉลาก ขนาด 250 กรัม ให้น่าสนใจและดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยเน้นสีและตัวอักษรบนฉลากเด่นชัดเจาะจงกว่าเดิม โดยทางบริษัทฯ ได้นำซอสพริกศรีราชาสไปซี่มาโยแบบฉลากใหม่ ออกสู่ตลาดในไตรมาสที่ 4/2562



ออกบรรจุภัณฑ์ขนาดใหม่

เนื่องจากทางบริษัทฯ ได้สังเกตเห็นถึงสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน จึงได้ออกบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความทนทานเป็นอย่างมาก การใช้งานกล่องกระดาษชนิดต่างๆ สามารถที่จะนำกลับไปใช้ใหม่หรือนำกลับไปรีไซเคิลได้อีก ซึ่งถือเป็นสิ่งที่น่าจะตอบโจทย์กับความต้องการในยุครักสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี เรียกได้ว่ากล่องกระดาษในยุคนี้นอกจากจะมีความแข็งแรงแล้วยังยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอีกด้วยเช่นกัน

ดังนั้น ในปี 2562 ทางบริษัทฯ ได้เพิ่มบรรจุภัณฑ์ ขนาด 20 ลิตร (BIB : Back In Box) ทำจากกล่องกระดาษที่มีความแข็งแรง และได้ออกแบบให้ง่ายและสะดวกในการใช้งาน โดยใช้บรรจุภัณฑ์น้ำส้มขนาด 20 ลิตร และซอสปรุงรสฝาแดง ขนาด 20 ลิตร เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมได้เป็นอย่างดี โดยเริ่มผลิตและจำหน่าย ตั้งแต่ ไตรมาสแรกของปี 1/2562



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

มูลค่าการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%
มูลค่าการจำหน่ายในประเทศ	2,554.96	88.20	2,527.88	89.29	2,457.73	89.87
มูลค่าการจำหน่ายต่างประเทศ	341.75	11.80	303.11	10.71	276.94	10.13
รวมมูลค่าการจำหน่าย	2,896.71	100.00	2,830.99	100.00	2,734.67	100.00
อัตราเพิ่ม (ลด) ของมูลค่าการจำหน่าย	65.72	2.32	96.32	3.52	100.92	3.83

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 และ การจำหน่ายต่างประเทศ โดยในปี 2562 มูลค่าสินค้าที่จำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศเป็นร้อยละ 88.20 และ 11.80 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 และผู้บริโภครวม 6,000 ราย ทำให้บริษัทฯ ไม่มีผลกระทบจากการสูญเสียลูกค้ารายใดรายหนึ่งไป ยกเว้น Discount Store รายใหญ่ 3 ราย

ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ยอดขายให้ลูกค้า 10 รายแรกรวมกัน ไม่เกินร้อยละ 33 ของยอดขาย

	2562	2561	2560
ยอดขายลูกค้า 10 รายแรก (พันบาท)	980,629	952,074	910,164
คิดเป็น อัตราร้อยละของยอดขายรวม	33.85	33.63	33.28

(2) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ตลาดเครื่องปรุงรสในประเทศในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตรายขายตัวอยู่ในเกณฑ์ร้อยละ 1.67% , 1.92% และ 3.77% ในปี 2560, 2561 และ 2562 ตามลำดับ

ปี 2562 มีอัตราการขยายตัว เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า อยู่ในอัตราร้อยละ 3.77% เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 1.85 (จากการประมาณการของบริษัท)

เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สี่ของปี 2562 ขยายตัวร้อยละ 1.6 เทียบกับการขยายตัวร้อยละ 2.6 ในไตรมาสก่อนหน้า และเมื่อปรับผลของฤดูกาลออกแล้ว เศรษฐกิจไทยใน ไตรมาสที่สี่ของปี 2562 ขยายตัวจากไตรมาสที่สามของปี 2562 ร้อยละ 0.2 บ่งบอกถึงแนวโน้มที่ดีในการขยายตัวทุกภาคส่วน

(ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

มูลค่าตลาดรวมเครื่องปรุงรสในประเทศ (ไม่รวมน้ำปลาและผงปรุงรส) รวมในปี 2562 ประมาณการได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทเครื่องปรุงรส	ปี 2562	ปี 2561	เปลี่ยนแปลง	%
• ซอสปรุงรส	3,420	3,360	60	1.79
• ซีอิ๊วขาว/ดำ/เต้าเจี้ยว	3,070	3,050	20	0.66
• ซอสพริก/น้ำจิ้มพริกต่างๆ	2,060	2,040	20	0.98
• ซอสหอยนางรม	2,865	2,565	300	11.70
• ซอสมะเขือเทศ	1,170	1,120	50	4.46
• น้ำส้มสายชูกลั่น	635	605	30	4.96
มูลค่าตลาดรวม	13,220	12,740	430	3.77

(ที่มา ตัวเลขประมาณการของบริษัทฯ)

สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรม

ในปี 2562 ที่ผ่านมาเศรษฐกิจไทยชะลอตัวอย่างต่อเนื่องจากช่วงครึ่งหลังของปี 2561 อันเป็นผลกระทบจากสงครามการค้า(Trade war) ระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน รวมถึงความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง ค่าเงินบาทที่แข็งขึ้น ภาวะภัยแล้งยาวนานถึงสี่ปีส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร ปัญหาฝุ่นควันซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำอาหารในบ้านน้อยลง กอปรกับผู้บริโภคไม่มีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจจะฟื้นตัวได้เร็วภายในปี การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว(Technology Disruption) เป็นการเพิ่มความท้าทายการแข่งขันที่สูงขึ้น

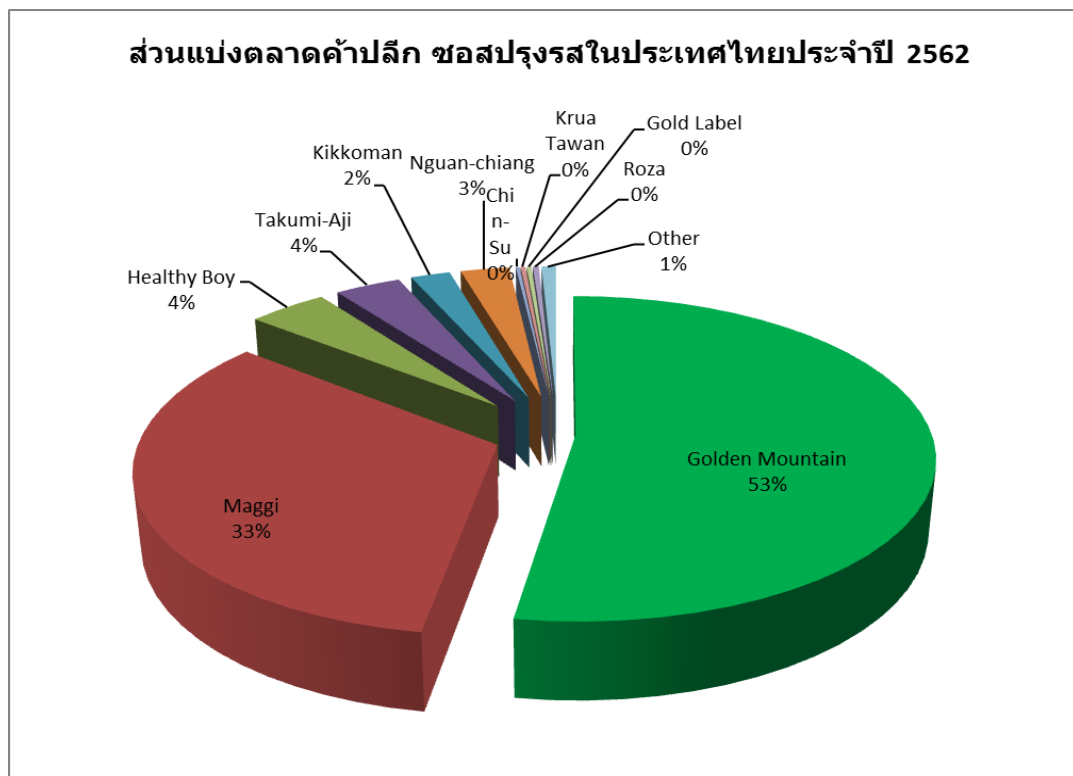
จากสภาพตลาดที่ชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง ทางภาครัฐเองได้พยายามกระตุ้นเศรษฐกิจโดยการออกบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ โดยภาพรวมก็ได้แค่เฉพาะกลุ่มสินค้าและผู้ค้าปลีกบางส่วนเท่านั้น ทำให้คู่แข่งพยายามเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำรายการส่งเสริมการขายพร้อมๆ กันอย่างหนัก โดยเฉพาะช่องทาง Modern Trade รวมถึงพยายามออกผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อหวังเพิ่มยอดขาย

ปี 2562 บริษัทฯ(ในฐานะผู้นำตลาด) จึงได้ให้ความสำคัญกับแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถผลักดันยอดขายได้(Focus Target) โดยเฉพาะคู่ค้าขนาดใหญ่(ยี่ปี่ว) เราได้มีโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยผูกเป้าเป็นรายไตรมาสและรายปีกับทางร้านรวมถึงการทำเป้าท่องเที่ยวเกาะสมุยซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างมาก และคู่ค้ารายใหญ่ของหน่วยรถที่มีศักยภาพผลักดันยอดขายได้ ก็มีรายการผูกการขายกับคู่ค้าเช่นกัน ในส่วนของช่องทาง Modern Trade และ Export เราได้มีกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยร่วมมือกับคู่ค้าในการออก Event ในงาน Thai Fex, Makro โชห่วย, Makro Horeca,งานตรุษจีนที่เยาวราช รวมถึงงานวิ่งต่างๆ ที่ร้านค้าในต่างจังหวัดจัดขึ้น เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทฯยังคงมุ่งมั่นผลิตสินค้าคุณภาพ ปลอดภัย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและคู่ค้าเป็นสำคัญ

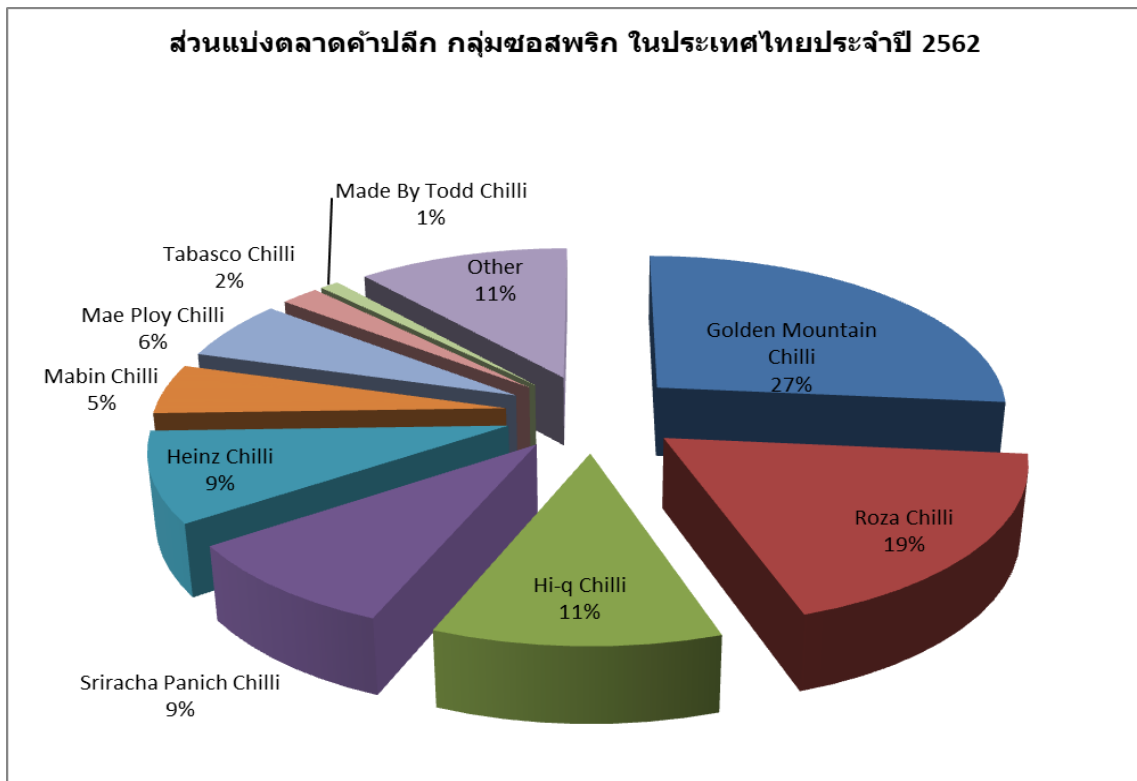
ภาพรวมอุตสาหกรรม ปี 2562 สภาพเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้น ถึงแม้ประชากรจะระมัดระวังในการใช้จ่าย แต่กลุ่มสินค้าเครื่องปรุงรสยังคงเป็นปัจจัยในระดับต้นๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ในส่วนของกลุ่มเครื่องปรุงรส (ไม่รวมน้ำปลา และ ผงสำเร็จ) เพิ่มขึ้นอัตราร้อยละ 3.77 จากร้อยละ 1.92 ในปี 2561 โดยเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่ม

รวมทั้งปี 2562 เศรษฐกิจไทยขยายตัวร้อยละ 2.4 เทียบกับร้อยละ 4.2 ในปี 2561 โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าลดลงร้อยละ 3.2 การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 4.5 และร้อยละ 2.2 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยร้อยละ 0.7 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 6.8 ของ GDP (ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

ในปี 2562 สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรสยังคงทวีความรุนแรงกว่าปี 2561 เพราะผู้ประกอบการทุกบริษัทต่างก็ต้องฉกฉวยพื้นที่ทางการตลาดให้ได้มากที่สุด และพยายามเพิ่มยอดขายทุกวิถีทาง ดังนั้น Sales Promotion เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในปี 2562 อย่างปฏิเสธไม่ได้ เพื่อกระตุ้นและจูงใจให้ผู้ซื้อ ณ จุดขาย ในส่วนของฐานลูกค้าของทางบริษัทฯ ทุกช่องทางทางการจำหน่าย มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีช่องทางที่เติบโตในอัตราที่สูง 3 ลำดับแรก คือ ช่องทางอุตสาหกรรม , ช่องทางต่างประเทศ และ ช่องทาง Food Service โดยมีอัตราส่วนที่เติบโตร้อยละ 6.28% , 5.51% และ 4.70% ตามลำดับ



**แหล่งที่มา“ อ้างอิงจากดัชนีค้าปลีกรายเดือนที่รายงานโดย Nielsen สำหรับตลาดขอสปรงรสในช่วงเวลา 12 เดือนสิ้นสุด ณ เดือน ธันวาคม 2562 ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของ Nielsen (Copy @ 2018, Nielsen)



****แหล่งที่มา**** อ้างอิงจากดัชนีค้าปลีกรายเดือนที่รายงานโดย Nielsen สำหรับตลาดซอสพริกในช่วงเวลา 12 เดือน สิ้นสุด ณ เดือน ธันวาคม 2562 ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของ Nielsen (Copy @ 2018, Nielsen)

ซอสปรุงรส ตรายี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดได้แก่ **ภูเขาทอง** มาร์เก็ตแชร์ 53% * รองลงมาคือ **แม็กกี้** 33% และ ตรายี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ **เด็กสมบูรณ์** 4% **ทาคุมิ** 4% **กิกูแมน** และ **ง่วนเซียง** 2% เป็นต้น

ซีอิ๊ว ตรายี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดได้แก่ **เด็กสมบูรณ์** รองลงมาคือ **ง่วนเซียง** ตรายี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ **ภูเขาทอง** **แม็กกี้** เป็นต้น

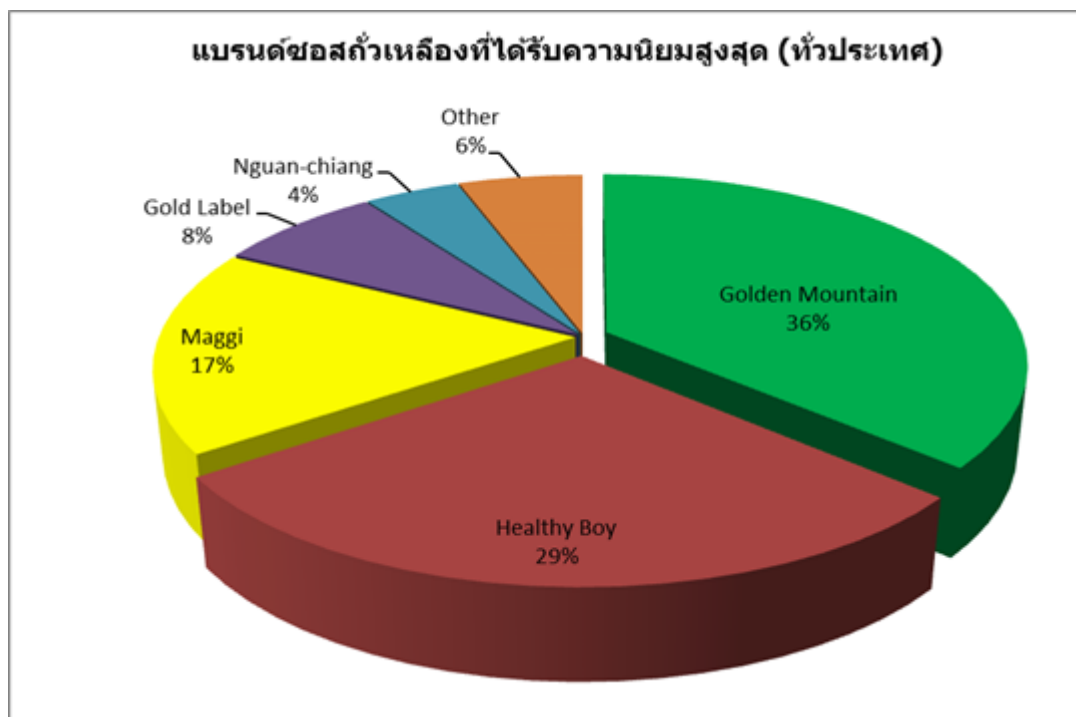
ซอสพริกและน้ำจิ้มพริกต่าง ๆ ตรายี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดค้าปลีกคือ **ภูเขาทอง** มาร์เก็ตแชร์ 26%* รองลงมา ได้แก่ **โรซ่า** 18% ตรายี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ **ไฮคิว** 11% **ไฮนซ์** 9% **ศรีราชาพานิช** 9% **แม่พลอย** 6% **ม้าบิน** 5% ซอสพริก **Tabasco** 2% และซอสพริก **เมดบายท๊อด** 1% เป็นต้น ส่วนน้ำจิ้มพริกซึ่งเป็นที่นิยม คือแม่ประนอม และพันท้ายนรสิงห์ แม่ศรี เป็นต้น ในปี 2562 มูลค่าตลาดค้าปลีกของซอสพริกลดลง 2% ส่งผลกระทบต่อทุกยี่ห้อ และยังมีผลิตภัณฑ์ราคาต่ำเข้ามาในตลาดอีกหลายยี่ห้อทำให้การแข่งขันในกลุ่มซอสพริกนั้นเน้นหนักด้านราคา เพื่อผู้ประกอบการร้านอาหารในการลดต้นทุน ซึ่งธุรกิจร้านอาหารยังคงเป็นที่นิยม

ซอสหอยนางรม ตรายี่ห้อผู้นำตลาดคือ **แม่ครัว** รองลงมาได้แก่ **เด็กสมบูรณ์** ตรายี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ **แม็กกี้** **ง่วนเซียง** **ภูเขาทอง** **นกเพนกวิน** **ซ็อนทอง** **ฉลากเงิน** **สามแม่ครัว** **ไฮนซ์** **ลิ้มก๊ี้** เป็นต้น

ขอสมะเขือเทศ ตรายี่ห้อผู้นำตลาดคือ โรซ่า และไฮนซ์ ตรายี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ ภูเขาทอง กิงส์คิทเชน เป็นต้น
 น้ำส้มสายชูกลิ่น ตรายี่ห้อผู้นำตลาดคือ อสร. รองลงมาคือ ภูเขาทอง ตรายี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ ทิพรส ฉลากทอง คิวพี และเกษตร เป็นต้น

*แหล่งที่มา อ้างอิงจากข้อมูลดัชนีค่าปลักรายเดือนที่รายงานโดย Nielsen สำหรับตลาดซอสปรุงรส และตลาดซอสพริก ในช่วงเวลา 12 เดือน สิ้นสุด ณ เดือน ธันวาคม 2562 ซึ่งเป็นข้อมูลของตลาดในประเทศไทย ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของ Nielsen (Copy @ 2018, Nielsen)

ผลสำรวจผู้บริโภคทั่วประเทศในปี 2562 แบนด์ซอสถั่วเหลืองที่ได้รับความนิยมสูงสุด (ทั่วประเทศ) ตอกย้ำและบ่งบอกถึงความนิยมของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง แบนด์ภูเขาทองยังคงเป็นแบนด์ Top of mind ของผู้บริโภคอยู่เสมอมา



จำแนกตามพื้นที่สำรวจ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 29.9% ,ภาคกลาง (ตะวันออกและตะวันตก) 22.3%

ภาคเหนือ 17.9% ภาคใต้ 16.6% , กรุงเทพฯ และปริมณฑล 13.2%

จำแนกตามเพศ

เพศชาย 30-34 13.1% , 40-44 12.0% , 45-49 12.0% , 25-29 11.8% ,
 20-24 11.6%

เพศหญิง 45-49 14.6% , 35-39 13.2% , 50-54 13.2% , 55-59 12.2%

40-44 11.1%

จำแนกตามอาชีพ

ธุรกิจส่วนตัว 26.6% พนักงานระดับปฏิบัติการ (ลูกจ้างรายวัน) 14.7%

พนักงานออฟฟิศระดับปฏิบัติการ 11.4% แม่บ้าน 10.9% มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. ปวส. และ
อนุปริญญา 7.0%

หมายเหตุ เฉพาะ 5 อันดับแรก

ที่มา : Marketeer Research โดย Marketeer Magazine และ Marketeer Online ร่วมกับ Kadence International
(Thailand) Co., Ltd. : T-Cube 2019-2020

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์

(1) การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัท มีโรงงาน 2 แห่ง คือ

1) บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เลขที่ 208 หมู่ 6 ถนนท้ายบ้าน ตำบลท้ายบ้าน
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280 ดำเนินการผลิตเครื่องปรุงรสอาหาร ในปี 2562 มีกำลังการผลิต 111,790
ตัน/ปี เท่ากับปี 2561 ในปี 2562 มีอัตราการใช้กำลังการผลิต 91.22% เพิ่มขึ้นจาก 89.07% ในปี 2561 หรือเพิ่มขึ้น 2.15%

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	ธัญพืชสัสดักน้ำมัน	ในประเทศ และ อเมริกา
	โซดาแอช	จีน
	น้ำตาลทราย, เกลือป่น	ในประเทศ
ซอสพริก	พริกชี้ฟ้า	ในประเทศ
	กระเทียม	ในประเทศ และ จีน
	น้ำส้มสายชูกลั่น	ผลิตเอง
ซอสมะเขือเทศ	มะเขือเทศเข้มข้น	ออสเตรีย
ซอสหอยนางรม	หอยนางรมสด	ในประเทศ
น้ำส้มสายชูกลั่น	แอลกอฮอล์	ในประเทศ
ซีอิ๊วขาว	ถั่วเหลืองเม็ด	ในประเทศ

สัดส่วนวัตถุดิบในการผลิตเครื่องปรุงรสที่ซื้อจากแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศเป็น 46.68 % และที่ซื้อจากแหล่งวัตถุดิบต่างประเทศเป็น 53.32% 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 ใช้ระบบบำบัดในสถานที่ของบริษัทเอง โดยมีรายละเอียดคือ

ระบบบำบัดน้ำเสีย ใช้สารเคมีปรับความเป็นกรดด่าง กรองแบบไร้อากาศ และการให้อากาศแบบตะกอนเร่ง ประกอบกัน รองรับน้ำเสียได้วันละ 600 ลบ.ม. หรือประมาณ 2 เท่าของปริมาณน้ำเสียในปัจจุบัน

ระบบบำบัดอากาศเสีย ใช้น้ำเป็นตัวดูดกลิ่นและจับฝุ่น, ไอสารเคมีที่ใช้ในกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน ทั้งระบบบำบัดน้ำเสียและบำบัดอากาศเสียออกแบบโดยวิศวกรที่ปรึกษา ส่วนการใช้งานระบบนั้นบริษัทฯ มีวิศวกรและผู้ปฏิบัติงานควบคุมดูแลตลอดเวลาการผลิต จึงมั่นใจได้ว่าไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดคุณลักษณะของน้ำทิ้งที่ระบายออกจากโรงงาน ข้อ 2 กำหนดไว้ดังนี้ (15) ค่าบีโอดี (Biochemical Oxygen Demand) ที่อุณหภูมิ 20 องศาเซลเซียส เวลา 5 วัน ไม่มากกว่า 20 มิลลิกรัมต่อลิตร ค่าบีโอดีเฉลี่ยทั้งปี 2562 เท่ากับ 5.92 มิลลิกรัมต่อลิตร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการควบคุมสิ่งแวดล้อม 3 ปีย้อนหลังดังต่อไปนี้

2562	จำนวน	2.59 ล้านบาท
2561	จำนวน	3.05 ล้านบาท
2560	จำนวน	3.10 ล้านบาท

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านการประกอบธุรกิจ

-การพึ่งพิงลูกค้า

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

ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ยอดขายให้ลูกค้า Discount Store รายใหญ่ 3 รายรวมกันประมาณร้อยละ 22 ของยอดขาย

	2562	2561	2560
ยอดขายลูกค้าโมเดิร์นเทรด 3 รายใหญ่ (พันบาท)	630,180	641,990	617,688
คิดเป็น อัตราร้อยละของยอดขายรวม	21.76	22.68	22.59

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 พริกชี้หนุ 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 เพิ่ม

ความเสี่ยงด้านการบริหาร การจัดการ

ณ วันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2562 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	106,492
2. ที่ดิน 5 แปลง ที่ตั้ง จ. ลำปาง จำนวน 34 ไร่ 3 งาน 8 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	6,925
3. อาคารสำนักงาน ที่ตั้ง จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	62,161
4. อาคารสำนักงาน ที่ตั้ง จ.ลำปาง	เป็นเจ้าของ	2,602
5. อาคารโรงงาน ที่ตั้ง จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	188,794
6. อาคารโรงงาน ที่ตั้ง จ.ลำปาง	เป็นเจ้าของ	16,322
7. เครื่องจักรในการผลิตเครื่องปรุงรส จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	491,331
8. เครื่องจักรในการผลิตเครื่องปรุงรส ระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ	20,872

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 และจะดำเนินการขายที่ดินดังกล่าวต่อไป		

มูลค่าตามบัญชีของที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 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>23,312</u>
เครื่องหมายการค้าสุทธิ	<u>553</u>
ค่าธรรมเนียมลสิทธิ (พันบาท)	2,000
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>2,000</u>
ค่าธรรมเนียมลสิทธิสุทธิ	<u>-</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (พันบาท)	14,644
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>10,576</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์สุทธิ	<u>4,068</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้ง (พันบาท)	<u>-</u>
รวมสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	<u>4,621</u>

บริษัทไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยแต่อย่างไร

เงินลงทุนในบริษัทร่วม (พันบาท)

สัดส่วนความเป็นเจ้าของ			เงินลงทุน	เงินลงทุน
หุ้นชำระแล้ว			ราคาหุ้น	วิธีส่วนได้เสีย
บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	40 %	20,000	<u>8,000</u>	<u>17,151</u>
รวมเงินลงทุนในบริษัทร่วม			<u>-</u>	<u>1,035</u>
หัก ค่าเพื่อการด้อยค่า			<u>-</u>	<u>-</u>
สุทธิ			<u>8,000</u>	<u>18,186</u>

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย

6. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท

บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน)

เดิมชื่อ บริษัท ไทยเทพรส ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

ประกอบธุรกิจหลักประเภท

ผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ภูเขาทอง” “คินซัน” “ศรีราชาพานิช” และ “อูซึ”

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

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

767 คน

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

นางสาวอรรพรรณ โชติวิริยะกุล

เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 10566 หรือ

นางศิริเพ็ญ สุขเจริญยิ่งยง

เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 3636 หรือ

นายเจริญ ผู้สัมฤทธิ์เลิศ

เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 4068 หรือ

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

ชั้น 50 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์

1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ 02-6772000

โทรสาร 02-6772222