

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ “ บมจ. ไทยเทพรส มุ่งสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจเครื่องปรุงรสของไทย
เป็นรสชาติของคุณ ความสุขของคุณ”

พันธกิจ “ผลิตเครื่องปรุงรสด้วยความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ และ
ภักดีต่อตราสินค้า”

คุณค่านิยามหลัก “ 1. มอบงานให้ลูกค้า
2. รู้ทันที ทำทันที เดินทันที
3. ซักซ้อม ถูวินัย ใฝ่เรียนรู้ สู้งานหนัก สร้างสุขลักษณะ และประหยัด
4. สามัคคีก่อให้เกิดประโยชน์สุข

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

(1) ประวัติความเป็นมา

บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) ก่อกำเนิดขึ้นภายใต้ชื่อ หสน. โรงงานไทยเทพรส เมื่อปี 2497 โดยคุณพ่อใช้ แซ่ไคว้ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตรา “ภูเขาทอง” ด้วยการดำเนินธุรกิจที่เจริญเติบโตมาเป็นลำดับ นับตั้งแต่ นายใช้ แซ่ไคว้, นายไกรลาส วิญญูรัตน์ จวบจนมาถึงนายปริญญา วิญญูรัตน์ ได้ทำการจัดตั้ง บริษัท ไทยเทพรสผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด(มหาชน) มีสถานที่ตั้งโรงงานผลิตอันทันสมัย ณ จังหวัดสมุทรปราการ ทำการผลิตซอสปรุงรส ซอสปรุงรส น้ำส้มสายชูกลั่น ซอสพริก ซอสหอยนางรม เป็นต้น ตรา “ภูเขาทอง” ด้วยเทคโนโลยี เครื่องจักรและอุปกรณ์อันทันสมัย ได้รับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมากกว่า 60 ปี

การประกอบการธุรกิจ

ปี 2513 ย้ายโรงงานจากเลขที่ 1630 ซอยเกษมสุวรรณ (สุขุมวิท 50) แขวงพระโขนง กรุงเทพฯ มายังเลขที่ 208 ถนนท้ายบ้าน ต.ท้ายบ้านอ.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 -ซีอิ๊วขาว ตราภูเขาทอง และ ปี 2538 เป็นตัวแทนจำหน่ายซอสพริกตรา “ศรีราชาพานิช” แต่เพียงผู้เดียว

ปี 2539 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ -ซีอิ๊วผง 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 -ซีอิ๊วญี่ปุ่น คินซัน

ปี 2551 ออกบรรจุภัณฑ์ใหม่ E ZEE SQUEEZE 300 กรัม แคปป์ก็อรรอย ใน 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ซอสพริกเผ็ดน้อย /ซอสมะเขือเทศ /ซอสพริกผสมมะเขือเทศ

ปี 2552 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ -ซีอิ๊วญี่ปุ่น ตรา ยามาซ่า จำหน่ายให้ บริษัทร่วม- บริษัท ยามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด

ปี 2554 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ -ซอสดิบเอ็กซ์เตอร์ จำหน่ายให้ บริษัทร่วม – บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปี 2555 ยกเลิกการผลิตซอสปรุงรสฝาเขียว/ ซอสปรุงรสฝาน้ำตาล/ซอสปรุงรสฝาแดง และซีอิ๊วขาว ขวดแก้ว ขนาด 740 ซีซี บรรจุ 1x 12 สำหรับเขตการขายโมเดิร์นเทรด เปลี่ยนเป็นขวดเพ็ต 980 ซีซี ขนาด 1x12 แทน (ขวดเพ็ต แข็งแรง หนียว น้ำหนักเบา ไม่แตกง่าย สะดวกในการขนส่ง)

ปี 2556 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ -ซีอิ๊วถั่วเหลือง ตรา ภูเขาทอง ขนาด 500 ซีซี และ 100 ซีซี ยกเลิกขวด เพ็ต 980 ซีซี เปลี่ยนเป็นขวดเพ็ต 1000 ซีซี ในราคาเดิม เป็นการคืนกำไรให้กับผู้บริโภค ปรับเปลี่ยนและพัฒนา โฉมใหม่ขวดแก้ว ซอสปรุงรสฝาเขียว 200 ซีซี ซึ่งน้ำหนักเบา สะดวกในการขนส่ง ลดการใช้ทรัพยากร

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 และได้รับ เครื่องหมาย GMP จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

ปี 2551 ร่วมกับ บ. ยามาซ่าคอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเทศไทย จำกัด 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 โดยเริ่มดำเนินการผลิตและจำหน่ายในไตรมาส 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

(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 ดิดลิ้น และมีกลิ่นหอม ปรุงรสอาหารให้มีรสชาติอร่อยถูกใจ เข้มข้นด้วยการย่อยโปรตีนของถั่วเหลืองได้กรดอะมิโนต่างๆ ออกมา ทำให้มีรสชาติหอม กลมกล่อมเฉพาะตัว ได้โปรตีนสูงสุดตั้งแต่

20% 17% 15% และ 10% การนำไปใช้งานสามารถนำไป

ทำอาหารได้หลากหลายเหมาะสำหรับเหยาะ ผัด หมัก ต้มและตุ๋น อาทิ เช่น นำไปหมักเนื้อสัตว์เพื่อปิ้งย่าง หรือทอด ตามความชอบ นำไปปรุงเป็นน้ำซุปร และนอกจากนี้ยังนิยมนำไปทำน้ำจิ้มแจ่วหรือปรุงอาหารประเภทผัดผักหรืออาหารจานเดียวได้อีกมากมายหลายรายการ ทำให้อาหารทุกจานอร่อยกลมกล่อมโดยปราศจากผงชูรส

น้ำส้มสายชูกลั่น

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำเอทิลแอลกอฮอล์

หมักกับจุลินทรีย์เพื่อให้ได้กรดน้ำส้มที่บริสุทธิ์ใส ไม่มีตะกอน

ให้รสชาติเปรี้ยว ไม่มีพิษต่อร่างกาย การนำไปใช้งาน

น้ำส้มสายชูกลั่นมีสรรพคุณมากมาย เช่น ใช้หมักดองผักผลไม้ต่างๆ

ใช้ปรับอาหารให้เป็นกรด(Acidifier)ปรุงแต่งอาหารให้มีรสชาติ

ใช้ล้างสารพิษจากผักและผลไม้ ช่วยดับกลิ่นในตู้ไมโครเวฟหรือใส่ในข้าวเวลา

หุง ข้าวจะร่วนซุยหุงขึ้นหม้อ นอกจากนี้ยังใช้แช่ผักให้ดูสดน่ารับประทาน

ช่วยให้เนื้อนุ่มเมื่อนำมาใช้ในการหมัก



ซอสพริก

ซอสพริกตราภูเขาทอง แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ซอสพริกเผ็ดกลางและซอสพริกเผ็ดน้อย

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพริกผสมกับกระเทียม น้ำตาล น้ำส้มสายชู และเกลือ ลักษณะของซอสพริกจะข้นเป็นเนื้อเดียวกัน การนำไปใช้ ซอสพริกเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรนช์ฟรายด์ ไก่ทอด ไส้กรอก อาหารทะเล ไข่เจียว ซาลาเปา พืชจำพวก หอยทอด และอีกอย่างคือนำไปผัดกับเส้นก๋วยเตี๋ยวแบบผัดแห้งหรือก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ นอกจากนี้ยังนิยมนำไปหมักกับเนื้อสัตว์ทำบาร์บีคิว ฯลฯ

ซอสมะเขือเทศ

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากมะเขือเทศผสมกับส่วนผสมอื่นๆ เช่น น้ำส้มสายชู น้ำตาล เกลือ และเครื่องเทศ ในอัตราส่วนที่เหมาะสม การนำไปใช้ ซอสมะเขือเทศเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรนช์ฟรายด์ ไก่ทอด ไส้กรอก พิซซ่า หรือนำไปผัดกับมักกะโรนี สปาเก็ตตี้ ข้าวผัดอเมริกัน ผัดเปรี้ยวหวาน และอีกอย่างที่นิยมคือ นำไปหมักกับเนื้อสัตว์เพื่อทำบาร์บีคิว



ซอสหอยนางรม

ซอสหอยนางรม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากหอยนางรมแท้จากธรรมชาติ ให้คุณค่าทางอาหารจากสารอาหารและแร่ธาตุ ตลอดจนเกลือไอโอดีนจากทะเล ผสมกับเครื่องปรุงอื่น เช่น ซีอิ้ว น้ำตาล แป้งคั่วแปร มีลักษณะเป็นของเหลวข้นหนืดสีน้ำตาลมันวาว มีกลิ่นคาว หอยเล็กน้อย ทุกหยดเต็มไปด้วยกลิ่นหอมและความเข้มข้นปราศจากการแต่งกลิ่น สีรสชาติและผงชูรส การนำไปใช้ ซอสหอยนางรมนิยมนำไปผัดผัดน้ำมันหอยหรือนำไปหมักกับเนื้อสัตว์ เพื่อใช้สำหรับ ปิ้งย่าง ทอด และผสมกับน้ำจิ้มสุกี้ ยกเว้นนอกจากนี้ยังนิยมหยอดใส่ไข่เจียว สำหรับปรุงรสชาติอาหารให้อร่อยกลมกล่อม



ซอสพริกผสมมะเขือเทศ

บริษัทเป็นรายแรกที่มีการผลิตซอสพริกผสมมะเขือเทศมีรสชาติเปรี้ยวหวานจากมะเขือเทศและเผ็ดเล็กน้อยจากพริก ซึ่งเป็นการผสมผสานอย่างลงตัว รสชาติกลมกล่อม ใช้ปรุงอาหารประเภทต่าง ๆ ได้หลากหลายชนิด การนำไปใช้ ซอสมะเขือเทศเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรนช์ฟรายด์ ไก่ทอด ไส้กรอก พิซซ่า หรือนำไปผัดกับมักกะโรนี สปาเก็ตตี้ ข้าวผัดอเมริกัน ผัดเปรี้ยวหวาน และอีกอย่างที่นิยมคือ นำไปหมักกับเนื้อสัตว์เพื่อทำบาร์บีคิว





ชีอิ้วขาว

เป็นผลิตภัณฑ์ของเหลวที่ได้จากถั่วเหลืองและ ข้าวสาลีย่อยด้วยด้วยจุลินทรีย์ และ หมักบ่มด้วยวิธีธรรมชาติ 100% นานกว่า 4 เดือน ให้กลิ่นหอมอ่อนๆ รสชาติกลม กล่อมนุ่มลิ้น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสีน้ำตาลแดงอ่อน สามารถใช้แทน น้ำปลาได้ สามารถนำผลิตภัณฑ์ชีอิ้วขาวไปปรุงทำอาหารได้หลากหลายเมนู ปรุงเพื่อให้ทำน้ำซุส แกงจืด เหาะปรุงรสจืด ข้าวต้ม นอกจากนี้ยังใช้ปรุง อาหารประเภทงานหนึ่งต่างๆ อีกมากมาย อาทิ ปลาหนึ่งชีอิ้ว หรือเหมาะสำหรับการ ปรุงอาหารประเภทที่ไม่ต้องการสีเข้ม

ซอสพริก ตราศรีราชาพานิช

ประวัติยาวนานและมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก บริษัทฯ ซื่อลขสิทธิ์ และสูตรลับเฉพาะจากอำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี ที่มีรสชาติแท้ ดั้งเดิมมาผลิต บริษัทฯ ได้คัดสรรพริกสดพันธุ์ดีมาดองกับเครื่องเทศ ต่าง ๆ ด้วยความละเอียดและใส่ใจในทุกขั้นตอน จึงทำให้ซอสพริก ตราศรีราชาพานิชคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และรสชาติต้นตำรับอย่าง แท้จริง การนำไปใช้ ซอสพริกเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรน ไพน์ ไก่ทอด ไส้กรอก อาหารทะเล ไข่เจียว ซาลาเปา พืชชำ หอย ทอด และอีกอย่างคือ นำไปผัดกับเส้นก๋วยเตี๋ยวแบบผัดแห้งหรือ ก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ นอกจากนี้ยังนิยมนำไปหมักกับเนื้อสัตว์ทำบาร์บีคิว ฯลฯ



ชีอิ้วถั่วเหลือง



เป็นผลิตภัณฑ์น้องใหม่ที่ได้จากถั่วเหลืองและข้าวสาลีที่ผ่านคัดสรรอย่างดี ผ่านการหมักบ่มตามกรรมวิธีธรรมชาติ 100% นานกว่า 6 เดือน ทำให้มีกลิ่นหอม กว่าและรสชาติเข้มข้นกว่าชีอิ้วขาว ปราศจากการปรุงแต่ง มีสีน้ำตาลแดงเข้ม ทำให้เพิ่มสีสันของอาหารให้น่ารับประทานยิ่งขึ้น สามารถนำผลิตภัณฑ์ชีอิ้ว ถั่วเหลืองไปปรุงทำอาหารได้หลากหลายเมนูทั้งประเภทหมัก จิ้ม ตุ่น ผัด เพื่อ เพิ่มรสชาติที่เข้มข้นกว่าให้แก่อาหารจานโปรดของคุณให้น่ารับประทาน มากยิ่งขึ้น

บริษัทร่วม

ชื่อกิจการ	ประเทศ/ สัญชาติ	สัดส่วนการถือ หุ้น	จำนวนเงินที่ ลงทุน
1) บริษัท ขามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด วัตถุประสงค์ เพื่อจำหน่าย ซีโอว์ญี่ปุ่น ตรา “ขามาซ่า” ในภูมิภาค เอเชียอาคเนย์ โดยมอบหมาย ให้บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิต จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด วันที่ 6 ตุลาคม 2551 เริ่มดำเนินกิจการ เมษายน 2552 ทุนจดทะเบียน : 30,000,000.00 บาท แบ่งออกเป็น หุ้นสามัญ 300,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100.00 บาท เรียกชำระแล้ว 20,001,039.98 บาท	ไทย	ร้อยละ 26	5,199,413.34

ชื่อกิจการ	ประเทศ/ สัญชาติ	สัดส่วนการถือ หุ้น	จำนวนเงินที่ ลงทุน
2) บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด วัตถุประสงค์ เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร (Reaction flavor) ตรา “เอ็กซ์เตอร์” ส่งออกสหภาพยุโรป และในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ โดยมอบหมายให้บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบส่งให้ จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด วันที่ 17 พฤษภาคม 2553 โดยเริ่มดำเนินการผลิตและจำหน่ายได้ ในเดือน สิงหาคม 2554 ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มี กำหนดระยะเวลา 8 ปี ทุนจดทะเบียน : 20,000,000.00 บาท แบ่งออกเป็น หุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10.00 บาท เรียกชำระแล้ว 20,000,000.00 บาท	ไทย	ร้อยละ 40	8,000,000.00

การเปลี่ยนแปลงลักษณะการประกอบธุรกิจในปี 2557 ที่ผ่านมา

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ด้านการผลิต

1. การเปลี่ยนแปลงรูปแบบขวด PET ขนาด 500 มล. และขนาด 1 ลิตร โดยปรับให้ปากขวดบางลงและเพิ่มความหนาของตัวขวดมากขึ้น เพื่อความแข็งแรงของขวดซึ่งช่วยให้รักษาคุณภาพของสินค้าได้ดียิ่งขึ้น



ขวด 500 มล.
แบบเดิม



ขวด 500 มล.
แบบใหม่!

2. การเปลี่ยนแปลงฝาจากของขวด PET ขนาด 500 มล. และขนาด 1 ลิตร จากเดิมที่เป็นฝาดึงเป็นฝาแบบใหม่เปิดง่ายสะดวกต่อการใช้งานของผู้บริโภคมากขึ้น



ด้านการบริหาร

ปี 2557 นี้ เป็นปีที่บริษัทฯ ครบรอบ 60 ปี จึงถือโอกาสอันนี้เฉลิมฉลองบริษัทฯ และเปิดตัวสัญลักษณ์ของบริษัทฯ แบบใหม่ ซึ่งแสดงถึงความทันสมัยก้าวไกลสู่ตลาดโลก

สัญลักษณ์แบบเดิม



สัญลักษณ์แบบใหม่



ด้านการตลาด

1. วางตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ศรีราชา mayo 250 กรัม ในเดือนมิถุนายน 2557 ในช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่ วิลล่า เดอะมอลล์ พารากอน ท็อป เป็นต้น



สัญลักษณ์แบบใหม่ของบริษัทฯ นี้จะปรากฏอยู่บนกระด้ายหัวจดหมาย, ซองจดหมาย และเอกสารอื่น ๆ ของบริษัทฯ ในปี 2558 นี้

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

มูลค่าการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ปี 2557		ปี 2556		ปี 2555	
	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%
ในประเทศ	2,435.40	92.05%	2,452.10	93.22%	2,487.74	94.08%
ต่างประเทศ	210.40	7.95%	178.36	6.78%	156.59	5.92%
รวมมูลค่าการจำหน่าย	2,645.80	100%	2,630.46	100%	2,644.33	100%
อัตราเพิ่ม (ลด) ของมูลค่าการจำหน่าย		0.58%		(0.52)%		(0.07)%

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) การตลาดและการแข่งขัน

(1) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

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

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ การจำหน่ายในประเทศ และ การจำหน่ายต่างประเทศ โดยในปี 2557 มูลค่าสินค้าที่จำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศเป็นร้อยละ 92.05 และ 7.95 ตามลำดับ

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

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

ลูกค้าของบริษัทฯ เป็นลูกค้ารายย่อยจำนวนกว่า 7,000 ราย ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าส่งที่มีการติดต่อซื้อขายมาเป็นเวลานาน 1,000 ราย ร้านค้าปลีก และผู้บริโภคโดยตรง 6000 ราย ทำให้บริษัทฯ ไม่มีผลกระทบจากการสูญเสียลูกค้ารายใดรายหนึ่งไป ยกเว้น Discount Store รายใหญ่ 3 ราย

ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ยอดขายให้ลูกค้า 10 รายแรกรวมกัน ไม่เกินร้อยละ 31 ของยอดขาย

	2557	2556	2555
ยอดขายลูกค้า 10 รายแรก (พันบาท)	812.38	796,251	737,613
คิดเป็น อัตราร้อยละของยอดขายรวม	30.70	30.27	27.89

(2) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ตลาดเครื่องปรุงรสในประเทศในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ร้อยละ 3.83 , 3.23 และ 4.20 ในปี 2555, 2556 และ 2557 ตามลำดับ

ปี 2557 มีอัตราเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า จากร้อยละ 3.23 ในปี 2556 เป็น ร้อยละ 4.20 (จากการประมาณการของบริษัท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.97 เนื่องจากในปี 2557 นี้ ตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ลดลง และการปรับราคาส่งออกหลัก อันมีผลมาจากสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากสภาวะโลกร้อนที่รุนแรงขึ้น และการแข็งค่าของเงินบาท รวมทั้งการขาดแคลนแรงงาน เช่นเดียวกันกับปี 2556 ภาวะแข่งขันกันรุนแรงด้านราคายังคงเป็นกระแสหลักของอุตสาหกรรมเช่นเดียวกันกับปี ที่ผ่านมา รวมทั้งด้านการเมือง

ขนาดของตลาดเครื่องปรุงรสในประเทศ(ไม่รวมน้ำปลาและผงปรุงรส) รวมในปี 2557 ประมาณการได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทเครื่องปรุงรส	ปี 2557	ปี 2556	เปลี่ยนแปลง	%
๑ ซอสปรุงรส	3,200	3,150	50	1.59
๑ ซีอิ๊วขาว/ดำ/เต้าเจี้ยว	2,780	2,650	130	4.91
๑ ซอสพริก/น้ำจิ้มพริกต่างๆ	1,980	1,900	80	4.21
๑ ซอสหอยนางรม	2,260	2,110	150	7.11
๑ ซอสมะเขือเทศ	1,000	960	40	4.17
๑ น้ำส้มสายชูกลั่น	450	430	10	2.38
มูลค่าตลาดรวม	11,670	11,200	470	4.20

ที่มา ตัวเลขประมาณการของบริษัทฯ

จากสถานการณ์เศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศในปี 2557 ที่ชะงักงัน มีภาวะของความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจและการเมืองส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคมีน้อย ฝืดเคือง ไม่มีอรรถประโยชน์ในการจับจ่ายใช้สอย ทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค มีการเลือกจับจ่ายใช้สอย สินค้าที่จำเป็นสำหรับชีวิตประจำวันเท่านั้น เช่น ข้าวสาร ไข่ น้ำมันพืช นมผงสำหรับเด็ก เป็นต้น ประกอบกับบรรยากาศในการเดินทางท่องเที่ยวก็ไม่เอื้ออำนวยนัก นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติลดลง ทำให้การใช้จ่ายในพื้นที่ท่องเที่ยวก็น้อยลงตามไปด้วย ประกอบกับพฤติกรรมการใช้สอยของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยมีสัดส่วนในการใช้จ่ายเงินเพื่อการบริโภคน้อยลง เนื่องจากต้องแบ่งเงินส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการอำนวยความสะดวกให้ตนเอง และสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น ค่าผ่อนรถ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าโทรศัพท์มือถือ และค่าบริการโทรศัพท์ เป็นต้น ทั้งหมดทั้งหมดส่งผลให้อัตราการรับประทานอาหารนอกบ้านลดลงอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารโดยทั่วไป ภัตตาคารและโรงแรม มีผลประกอบการที่ลดลง ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านั้นเป็นผู้ที่มีอัตราการใช้เครื่องปรุงรสจำนวนมาก ทำให้อัตราการเจริญเติบโตของตลาดเครื่องปรุงรสมีการเติบโตในอัตราที่ลดลง โดยเฉพาะตลาดซอสปรุงรสที่มีการเจริญเติบโตเพียง 1.59%

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยนั้น ส่งผลให้คู่แข่งในตลาดทุกรายพยายามอย่างหนักที่จะเอาตัวรอดจากสภาวะดังกล่าว จึงมีความพยายามที่กระตุ้นตลาด และการจับจ่ายใช้สอยผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสต่างๆ โดยการใช้จ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการขายอย่างหนักหน่วงและต่อเนื่อง ทั้งลดราคา แคมเปญพรีเมียม ชิงโชค ชื้อ 1 แกรม 1 และการซื้อพื้นที่ตั้งกองในโมเดิร์นเทรดและร้านค้าทั่วไปในต่างจังหวัด ก็ยังไม่สามารถที่จะทำให้ตลาดมีการเจริญเติบโตได้อย่างที่ได้ใช้จ่ายไปได้เลย

ภาพรวมอุตสาหกรรม ปี 2557 เนื่องจากผลกระทบต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นทำให้การเติบโตเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จากร้อยละ 3.23 ในปี 2556 เป็นร้อยละ 4.20 กำลังซื้อชะลอตัวลง และค่าครองชีพสูงขึ้นจากการปรับราคาสินค้าต่างๆ ขึ้นไปรองรับการปรับค่าแรง ทำให้การบริโภคลดต่ำลงการใช้เครื่องปรุงรสต่างๆ ลดลงด้วย เพราะผู้บริโภคไม่กล้าจับจ่ายใช้สอยและสินค้ามีราคาสูงขึ้น ทำให้การแข่งขันในตลาดเครื่องปรุงรสในปีที่ผ่านมาจะแข่งขันไม่รุนแรงมาก หลายค่ายผู้ผลิตยังคงใช้การลดราคา แคมเปญสินค้า และการให้ผู้บริโภคร่วมชิงโชค เป็นเครื่องมือในการสร้างยอดขายซึ่งก็ไม่ค่อยประสบความสำเร็จมากนักเนื่องจากผลกระทบดังกล่าวและต้นทุนวัตถุดิบที่มีแนวโน้มปรับราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การทำตลาดส่วนใหญ่ยังคงเน้นไปกับการตั้งโชว์ตามห้างสรรพสินค้าและโมเดิร์นเทรดเป็นส่วนใหญ่ด้วยการซื้อหิ้วขึ้น การซื้อขึ้นเรียงเพื่อขยายพื้นที่ในการจัดเรียงให้ดูสวยงามและทำให้ผู้บริโภคเห็นได้ง่ายอีกด้วย การออกสินค้าใหม่ส่วนใหญ่แล้วจะเพิ่มขนาดบรรจุภัณฑ์ให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นกับกำลังซื้อที่มีน้อย

ในปี 2557 บริษัทฯ (ในฐานะผู้นำตลาด) ไม่สามารถที่จะนิ่งอยู่ได้ ต้องมีการใช้จ่ายเงิน ทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขาย การรักษาและเพิ่มพื้นที่ขายทั้งในโมเดิร์นเทรดและร้านค้ารายใหญ่ในต่างจังหวัด เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดและความเป็นผู้นำไว้ และมากกว่านั้นบริษัทฯ ได้มีความตระหนักถึงความสำคัญของพื้นที่ขาย

ในห้างโมเดิร์นเทรด ที่สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคเห็นและหยิบสินค้าของบริษัทอย่างสะดวก เห็นชัด และสามารถเลือกซื้อได้มากขึ้น จึงได้เริ่มมีการจัดส่งพนักงานจัดเรียงสินค้าเข้าไปในห้างโมเดิร์นเทรดทั่วกรุงเทพฯ เพื่อให้แน่ใจว่ามีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลาในร้าน (Availability) การจัดเรียงสินค้า การตกแต่งพื้นที่ขายที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ (Visibility) ประกอบกับการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ อีกมากมาย ทั้งการลด แลก แจก แถม ต่างๆ การแนะนำเมนูอาหารที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยการทำอาหารแจกให้ผู้บริโภคชิมทั้งในโมเดิร์นเทรด ร้านค้าใหญ่ในต่างจังหวัด และอีเวนต์สำคัญ ๆ อีเวนต์ใหญ่ของปีที่พลาดไม่ได้ก็คือเทศกาลกินเจ บริษัทฯ ได้เข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรมนี้ทั้งกับลูกค้า (เดอะมอลล์) ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านค้าใหญ่ ๆ ในต่างจังหวัดทั่วประเทศ โรงเรียน และศาลเจ้าอีกด้วย

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบขวดPET ขนาด 500 มล.และขนาด 1 ลิตร โดยปรับให้ปากขวดบางลง และเพิ่มความหนาของตัวขวดมากขึ้น เพื่อความแข็งแรงของขวดซึ่งช่วยรักษาสภาพของสินค้าได้ดียิ่งขึ้น และยังได้การเปลี่ยนแปลงฝาจุกของขวด PET ขนาด 500 มล.และขนาด 1 ลิตร จากเดิมที่เป็นฝาดึงเป็นฝาแบบใหม่ เปิดง่ายสะดวกต่อการใช้งานของผู้บริโภคมากขึ้น

ในปี 2557 สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรสยังคงทวีความรุนแรงกว่าปี 2556 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของซุเปอร์มาร์เก็ตและดิสเคานท์สโตร์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เพิ่มมากขึ้นผู้ผลิตแต่ละรายต้องพยายามผลิตให้มากผลิตภัณฑ์เพื่อความได้เปรียบในการทำตลาด และหลายๆ รายต้องออกสินค้ายี่ห้อใหม่ๆ ของตนเองหรือรับจ้างผลิตให้กับผู้ค้าปลีกเพื่อลดต้นทุนของตน ตลอดจนมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เพิ่มมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในรูปของการ ลด แลก แจก แถม การแพ้สินค้าคู่ ซึ่งไม่แตกต่างจากปี 2556 ที่ผ่านมา ในส่วนของดิสเคานท์สโตร์รายใหญ่ มีการดึงดูดลูกค้าโดยการนำสินค้าตรียี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดมาลดราคาต่ำกว่าทุนร้อยละ 15-20 ให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้านี้ดังกล่าว และผลที่ได้คือซื้อสินค้าอื่น ๆ ของห้างตามไปด้วย

ปี 2557 มีเครื่องปรุงรสยี่ห้อต่างๆ อยู่ในตลาดถึงกว่า 70 ยี่ห้อ มีผู้ผลิตไม่น้อยกว่า 50 ราย ในปีนี้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่หลากหลายขึ้น เช่น ซอสปรุงสำเร็จสูตร ต่างๆ ออกขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เล็กลงสำหรับผู้บริโภค รายย่อย บรรจุภัณฑ์แบบแพ็คเกจ บรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มปริมาณขึ้นสำหรับตลาดร้านอาหารหรือถึงอุตสาหกรรม

ซอสปรุงรส ตรียี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดได้แก่ **ภูเขาทอง** รองลงมาคือ แม็กกี้ และตรียี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ ง่วนเชียง ฉลากทอง เด็กสมบูรณ์ ไฮคิว เป็นต้น

ซีอิ๊ว ตรียี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดได้แก่ **เด็กสมบูรณ์** รองลงมาคือ ง่วนเชียง ตรียี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ เด็กยืน ภูเขาทอง เป็นต้น

ขอสหพริกและน้ำจิ้มพริกต่างๆ ครายี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดคือ ภูเขาทอง รองลงมาได้แก่ ไฮคิว ครายี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ ไฮเนส โรซ่า ม้าบิน ศรีราชาพานิช เป็นต้น ส่วนน้ำจิ้มพริกซึ่งเป็นทีนิยม คือแม่ประนอม และ พันท้ายนรสิงห์ แม่ศรี เป็นต้น

ขอสหอยนางรม ครายี่ห้อผู้นำตลาดคือ แม่ครัว รองลงมาได้แก่ เด็กสมบูรณ์ ครายี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ ง่วนเชียง มังกรทอง แม็กกี้ ภูเขาทอง นกเพนกวิ้น ซ้อนทอง ฉลากเงิน สามแม่ครัว ไฮเนส ลีกูมก็ เป็นต้น

ขอสมะเจือเทศ ครายี่ห้อผู้นำตลาดคือ ไฮเนส และโรซ่า ครายี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ คิงส์คิทเชน ภูเขาทอง เป็นต้น น้ำส้มสายชูกลั่น ครายี่ห้อผู้นำตลาดคือ อสร. รองลงมาคือ ภูเขาทอง ครายี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ ทิพรส ฉลากทอง คิวพี และเกษตร เป็นต้น

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์

(1) การจัดหาได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีโรงงาน 1 แห่ง คือ

1) บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เลขที่ 208 หมู่ 6 ถนนท้ายบ้าน ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280 ดำเนินการผลิตเครื่องปรุงรสอาหาร ในปี 2557 มีกำลังการผลิต 111,790 ตัน/ปี เท่ากับปี 2556 ในปี 2557 มีอัตราการใช้กำลังการผลิต 81.03 % เพิ่มขึ้นจาก 75.32 % ในปี 2556 หรือ เพิ่มขึ้น 5.71 %

วัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

ประเภทสินค้า	ชนิดวัตถุดิบ	แหล่งที่มา
ขอสปรงรส	ธัญญพืชสกัดน้ำมัน	ในประเทศ และ จาก อินเดีย
	โซดาแอช	จีน
	น้ำตาลทราย, เกลือป่น	ในประเทศ
ขอสหพริก	พริกชี้ฟ้า	ในประเทศ และ จากจีน
	กระเทียม	ในประเทศ
	น้ำส้มสายชูกลั่น	ผลิตเอง
ขอสมะเจือเทศ	มะเขือเทศเข้มข้น	ในประเทศ และจากจีน
ขอสหอยนางรม	หอยนางรมสด	ในประเทศ
น้ำส้มสายชูกลั่น	แอลกอฮอล์	ในประเทศ
ซีอิ๊วขาว	ถั่วเหลืองเม็ด	ในประเทศ

สัดส่วนวัตถุดิบในการผลิตเครื่องปรุงรสที่ซื้อจากแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศเป็น 44.89 % และที่ซื้อจากแหล่งวัตถุดิบต่างประเทศเป็น 55.11 % ไม่มีต้นทุนวัตถุดิบชนิดใดชนิดหนึ่งสูงกว่าร้อยละ 50 ของต้นทุนการผลิตรวม

มีผู้จำหน่าย 1 รายที่บริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบเกินกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด สำหรับวัตถุดิบที่ซื้อจากผู้จำหน่ายรายเดียว บริษัทฯ ทำสัญญาซื้อขายผูกพันเป็นรายปี โดยมีจำนวนและราคาที่แน่นอน และไม่มีข้อจำกัดในการซื้อวัตถุดิบดังกล่าวจากผู้จำหน่ายรายอื่นๆ ยกเว้นแอลกอฮอล์ที่ซื้อจากองค์การศุลกากรสรรพสามิต ซึ่งผูกขาดโดยรัฐบาล

บริษัทฯ ไม่มีปัญหาในเรื่องการจัดหาวัตถุดิบสำคัญๆ เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายส่วนมากเป็นผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายรายใหญ่ของอุตสาหกรรมประเภทนั้นๆ

(ข) การดำเนินการของบริษัทฯ เพื่อลดผลกระทบของกระบวนการผลิตต่อสิ่งแวดล้อม

ของเสียจากกระบวนการผลิตของบริษัทฯ จำแนกได้เป็น 2 ลักษณะคือ น้ำเสีย และ อากาศเสีย ซึ่งบริษัทฯ ใช้ระบบบำบัดในสถานที่ของบริษัทฯ โดยมีการละเอียดคือ

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

ระบบบำบัดอากาศเสีย ใช้น้ำเป็นตัวลดอุณหภูมิและจับฝุ่น, ไอสารเคมีที่ใช้ในกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

ทั้งระบบบำบัดน้ำเสียและบำบัดอากาศเสียออกแบบโดยวิศวกรที่ปรึกษา ส่วนการใช้งานระบบนั้นบริษัทมีวิศวกรและผู้ปฏิบัติงานควบคุมดูแลตลอดเวลาการผลิต จึงมั่นใจได้ว่าไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดคุณลักษณะของน้ำทิ้งที่ระบายออกจากโรงงาน ข้อ 2 กำหนดไว้ดังนี้ (15) ค่าบีโอดี (Biochemical Oxygen Demand) ที่อุณหภูมิ 20 องศาเซลเซียส เวลา 5 วัน ไม่มากกว่า 20 มิลลิกรัมต่อลิตร ปี 2557 บริษัทฯ มี ค่าบีโอดี เดือน ธันวาคม 2557 เฉลี่ย เท่ากับ 9.4 มิลลิกรัมต่อลิตร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการควบคุมสิ่งแวดล้อม 3 ปีย้อนหลังดังต่อไปนี้

2557	จำนวน	3.18 ล้านบาท
2556	จำนวน	2.79 ล้านบาท
2555	จำนวน	3.26 ล้านบาท

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านการประกอบธุรกิจ

-การพึ่งพิงลูกค้า

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

ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ยอดขายให้ลูกค้า Discount Store รายใหญ่ 3 รายรวมกันประมาณร้อยละ 21 ของยอดขาย

	2557	2556	2555
ยอดขายลูกค้าโมเดิร์นเทรด 3 รายใหญ่ (พันบาท)	<u>559.11</u>	<u>522,673</u>	<u>492,640</u>
คิดเป็น อัตราร้อยละของยอดขายรวม	<u>21.13</u>	<u>19.87</u>	<u>18.63</u>

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

จากฐานลูกค้าที่หลากหลายดังกล่าว ประกอบกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและ เครื่องหมายการค้า “ตราภูเขาทอง” ที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมานานกว่า 60 ปี จึงเป็นข้อได้เปรียบของบริษัท

ความเสี่ยงด้านการผลิต

-การขาดแคลนวัตถุดิบ

ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายย่อยราย แต่ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายใหญ่ของอุตสาหกรรมประเภทนั้นๆ และสามารถส่งมอบวัตถุดิบให้บริษัทฯ ได้ต่อเนื่องตลอดทั้งปี ไม่มีปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ เนื่องจากหากไม่ซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายประจำก็สามารถซื้อจากผู้จำหน่ายรายอื่นๆ ในอุตสาหกรรมประเภทนั้นๆ ซึ่งมีจำนวนหลายราย แต่อาจจะต้องซื้อในราคาที่แพงขึ้นเล็กน้อย สำหรับวัตถุดิบบางประเภทซึ่งมีลักษณะเป็นฤดูกาล เช่น พริกชี้ฟ้า พริกขี้หนู 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 วันประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2557 กลุ่มตระกูล วิญญรัตน์ ถือหุ้นในบริษัท ร้อยละ 78.65 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท จึงทำให้สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องแต่งตั้งกรรมการ หรือ การขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมาย หรือ ข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภทลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า(พันบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน 13 แปลง ที่ตั้ง จ. สมุทรปราการ จำนวน 54 ไร่ 3 งาน 69 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	106,383	ติดจำนองมูลค่า 220 ล้านบาท 2 แปลง จำนวน 41 ไร่ 45 ตารางวา ไม่มีหนี้ค้ำชำระ
2. ที่ดิน 5 แปลง ที่ตั้ง จ. ลำปาง จำนวน 35 ไร่ 96 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	6,925	
3. อาคารสำนักงาน ที่ตั้ง จ. สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	57,435	
4. อาคารสำนักงาน ที่ตั้ง จ. ลำปาง	เป็นเจ้าของ	3,170	
5. อาคารโรงงาน ที่ตั้ง จ. สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	246,455	
6. อาคารโรงงาน ที่ตั้ง จ. ลำปาง	เป็นเจ้าของ	15,647	
7. เครื่องจักรในการผลิตเครื่องปรุงรส	เป็นเจ้าของ	493,709	
8. เครื่องจักรในการผลิตเครื่องปรุงรส ระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ	114,481	
<u>ที่ดินยังไม่ได้ใช้ดำเนินงาน</u>			
1. ที่ดิน 11 แปลง ที่ตั้ง อ. บางปะกง จ. ฉะเชิงเทรา จำนวน 118 ไร่ 2 งาน 76 ตารางวา	เป็นเจ้าของ		
ที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงาน		204,073	
หัก ค่าเผื่อการค้ำของสินทรัพย์		<u>61,645</u>	
ที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงานสุทธิ		<u>142,428</u>	
ที่ดินดังกล่าว บริษัท ซื้อไว้เพื่อการขยายโรงงาน เมื่อปี 2537 ปัจจุบัน บริษัทได้ทบทวนนโยบายดังกล่าว โดยยกเลิกการขยายโรงงานดังกล่าว เนื่องจาก โรงงานปัจจุบันยังสามารถรองรับการเจริญเติบโตของบริษัทได้ และจะดำเนินการขายที่ดินดังกล่าวต่อไป			

มูลค่าตามบัญชีของที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 เป็นราคาประเมิน ตามรายงานการประเมินของผู้ประเมินราคาอิสระลงวันที่ 2 กรกฎาคม 2552

ตามรายงานการประเมินราคาวันที่ 11 ธันวาคม 2556 บริษัทประเมินราคาอิสระได้ประเมินราคาที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงานของบริษัท โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบราคาตลาด โดยมีราคาประเมินมูลค่า 142.42 ล้านบาท บริษัทจึงบันทึกการกลับรายการค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวจำนวน 47.47 ล้านบาทเป็นรายได้อื่นในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จปี 2556

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

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

เครื่องหมายการค้า (พันบาท)	23,734
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>23,202</u>
เครื่องหมายการค้าสุทธิ	<u>532</u>
เครื่องลิขสิทธิ์ (พันบาท)	5,000
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>5,000</u>
เครื่องหมายการค้าสุทธิ	<u>-</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (พันบาท)	12,981
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>11,836</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์สุทธิ	<u>1,145</u>
<u>รวมสินทรัพย์ไม่มีตัวตน</u>	<u>1,677</u>

บริษัทไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยแต่อย่างใด

เงินลงทุนในบริษัทร่วม (พันบาท)

สัดส่วนความเป็นเจ้าของ ทุนชำระแล้ว เงินลงทุน เงินลงทุน

ราคาทุน วิธีส่วนได้เสีย

บริษัท ยามาฮา(ประเทศไทย) จำกัด	26 %	20,001	5,199	6,255
บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	40 %	20,000	<u>8,000</u>	<u>1,997</u>
<u>รวมเงินลงทุนในบริษัทร่วม</u>			<u>13,199</u>	<u>8,252</u>

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย

6. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท

บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน)

เดิมชื่อ บริษัท ไทยเทพรส ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

ประกอบธุรกิจหลักประเภท

ผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร

ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ภูเขาทอง” “กินซัน” และ “ศรีราชาพานิช”

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.gmsauce.com>

E-mail

information@gmsauce.com

ทุนจดทะเบียน

600 ล้านบาท (ทุนหุ้นสามัญ 600 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท)

ทุนที่ออกและชำระแล้ว

360 ล้านบาท (ทุนหุ้นสามัญ 360 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท)

ชื่อบริษัทร่วม

บริษัท ยามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด

ประกอบธุรกิจหลักประเภท

จำหน่ายซีอิ๊วญี่ปุ่นและอื่น ๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ยามาซ่า”
ในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

208 หมู่ 6 ถนนท้ายบ้าน ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
10280

เลขทะเบียนบริษัท

0115551010766

วันที่ก่อตั้ง

8 ตุลาคม 2551

โทรศัพท์

02-7034444

โทรสาร

02-7034956

ทุนจดทะเบียน

30 ล้านบาท (ทุนหุ้นสามัญ 300,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100.00 บาท)

ทุนที่ออกและชำระแล้ว

20 ล้านบาท (ทุนหุ้นสามัญ 3 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100.00 บาท)
(ทุนหุ้นสามัญ 146,998 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 66.68 บาท)
(ทุนหุ้นสามัญ 152,999 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 66.66 บาท)

สัดส่วนการถือหุ้น

26 %

ผู้ถือหุ้นใหญ่	บริษัท ยามาฮ่าคอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเทศญี่ปุ่น
สัดส่วนการถือหุ้น	49 %
หมายเหตุ	เริ่มดำเนินการในเดือน เมษายน 2552
ชื่อบริษัทรวม	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	20 ล้านบาท (ทุนหุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10.00 บาท)
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	20 ล้านบาท (ทุนหุ้นสามัญ 2,000,000 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
62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ 02-229-2800
โทรสาร 02-359-1259
TSD Call center: 02-229-2888

- ผู้สอบบัญชี

นายศักดิ์ดา เกาทัณฑ์ทอง
เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 4628 หรือ
นายบุญญฤฤทธิ์ ถนอมเจริญ
เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 7900 หรือ
นายเจริญ ผู้สัมฤทธิ์เลิศ
เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 4068 หรือ
นางวิไล บุรณกิติโสภณ
เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 3920
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด
ชั้น 48 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์
195 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ 02-6772000
โทรสาร 02-6772222