

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. สัตย์ซื่อ ถื่อวินัย ใฝ่เรียนรู้ สู้งานหนัก สร้างสุขลักษณะ และประหยัด 4. สามัคคีก่อให้เกิดประโยชน์สุข

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

(1) ประวัติความเป็นมา

บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) ก่อกำเนิดขึ้นภายใต้ชื่อ หสน. โรงงานไทยเทพรส เมื่อปี 2497 โดย คุณพ่อใช้ แซ่โล้ว ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตรา “ภูเขาทอง” ด้วยการดำเนินธุรกิจที่เจริญเติบโตมาเป็นลำดับ นับตั้งแต่ นายใช้ แซ่โล้ว, นายไกรลาศ วิญญูรัตน์ จวบจนมาถึง นายปริญญา วิญญูรัตน์ ได้ทำการจัดตั้ง บริษัท ไทยเทพรสผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด(มหาชน) มีสถานที่ตั้งโรงงานผลิต อันันทันสมัย ณ จังหวัดสมุทรปราการ ทำการผลิตซอสปรุงรส ซอสปรุงรส น้ำส้มสายชูกลั่น ซอสพริก ซอสหอยนางรม เป็นต้น ตรา “ภูเขาทอง” ด้วยเทคโนโลยี เครื่องจักรและอุปกรณ์อันทันสมัย ได้รับคุณภาพมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกว่า 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 - 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 คินซัน
- ปี 2551 ออกบรรจุภัณฑ์ใหม่ E ZEE SQUEEZE 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 1x 12 สำหรับเขตการขายโมเดิร์นเทรด เปลี่ยนเป็นขวดเพ็ต 980 ซีซี ขนาด 1x12 แทน (ขวดเพ็ต แข็งแรง เหนียว น้ำหนักเบา ไม่แตกง่าย สะดวกในการขนส่ง)
- ปี 2556 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่- ซิอิ้วถั่วเหลือง ตรา ภูเขาทอง 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 สูตรมีออซิฟ ตราภูเขาทอง ขนาด 810 กรัม และ 160 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 และได้รับ
เครื่องหมาย GMP จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

ปี 2551 ร่วมกับ บ. ยามาซาคอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเทศญี่ปุ่น จัดตั้ง บริษัทร่วม ชื่อ บจก. ยามาซา (ประเทศ
ไทย) จำกัด เพื่อจำหน่ายซีอิ๊วญี่ปุ่น ตรา “ยามาซา” ในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์

ปี 2553 ร่วมกับ บ. เอ็กซ์เตอร์ บี.วี. ประเทศเนเธอร์แลนด์ จัดตั้ง บริษัทร่วม ชื่อ บจก. เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศ
ไทย) จำกัด เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร (Reaction flavor) ตรา “เอ็กซ์เตอร์” ส่งออกสหภาพยุโรป และ
ในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ 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 ตามหลักเกณฑ์การให้สัญลักษณ์
ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

ปี 2559 จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “ตราอิซี่” 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” แต่เพียง
ผู้เดียว

ทั้งนี้การผลิตและการจำหน่ายอยู่ภายใต้การดำเนินการของบริษัทฯ โดยไม่มีบริษัทย่อย



ซอสปรุงรส

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูงสุดของบริษัทฯ ด้วยรสชาติที่เข้มข้น ดัดลิ้น และ
มีกลิ่นหอม ปรุงรสอาหารให้มีรสชาติอร่อยถูกใจ เข้มข้นด้วยการย่อยโปรตีน
ของถั่วเหลืองได้กรดอะมิโนต่างๆ ออกมา ทำให้มีรสชาติหอม กลมกล่อม

เฉพาะตัว ได้โปรตีนสูงสุดตั้งแต่ 20% 17% 15% และ 10% การ
นำไปใช้งานสามารถนำไปทำอาหารได้หลากหลายเหมาะสำหรับ
เหาะ ผัด หมัก ต้มและตุ๋น อาทิ เช่น นำไปหมักเนื้อสัตว์เพื่อปิ้งย่าง

หรือทอด ตามความชอบ นำไปปรุงเป็นน้ำซุปรวม และนอกจากนี้ยังนิยมนำไปทำน้ำจิ้มแจ่วหรือปรุงอาหารประเภทผัดผัด
หรืออาหารจานเดียวได้อีกมากมายหลายรายการ ทำให้อาหารทุกจานอร่อยกลมกล่อมโดยปราศจากผงชูรส

น้ำส้มสายชูกลั่น

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



ซอสพริก

ซอสพริกตราภูเขาทอง แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ซอสพริกเผ็ดกลางและซอสพริกเผ็ดน้อย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพริกผสมกับกระเทียม น้ำตาล น้ำส้มสายชู และเกลือ ลักษณะของซอสพริกจะข้นเป็นเนื้อเดียวกัน การนำไปใช้ ซอสพริกเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับเฟรนช์ฟรายด์ ไก่ทอด ไส้กรอก อาหารทะเล ไข่เจียว ซาลาเปา พืชชา หอยทอด และอีกอย่างคือนำไปผัดกับเส้นก๋วยเตี๋ยวแบบผัดแห้งหรือก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ นอกจากนี้ยังนิยมนำไปหมักกับเนื้อสัตว์ทำบาร์บีคิว ฯลฯ



ซอสมะเขือเทศ

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



ซอสหอยนางรม



ซอสหอยนางรม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากหอยนางรมแท้จากธรรมชาติ ให้คุณค่าทางอาหารจากสารอาหารและแร่ธาตุ ตลอดจนเกลือไอโอดีนจากทะเล ผสมกับเครื่องปรุงอื่น เช่น ซีอิ๊ว น้ำตาล แป้งคั่วแปรมีลักษณะเป็นของเหลวข้นหนืดสีน้ำตาลมันวาว มีกลิ่นคาวหอยเล็กน้อยทุกหยดเต็มไปด้วยกลิ่นหอมและความเข้มข้นปราศจากการแต่งกลิ่นสังเคราะห์และผงชูรส การนำไปใช้ ซอสหอยนางรมนิยมนำไปผัดผักรับประทานหรือนำไปหมักกับเนื้อสัตว์เพื่อใช้สำหรับ ปิ้งย่าง ทอด และผสมกับน้ำจิ้มสุกี้ยากินนอกจากนี้ยังนิยมหยอดใส่ไข่เจียว สำหรับปรุงรสชาติอาหารให้อร่อยกลมกล่อม

ซอสพริกผสมมะเขือเทศ

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



ซีอิ๊วขาว



เป็นผลิตภัณฑ์ของเหลวที่ได้จากถั่วเหลืองและ ข้าวสาลีย่อยด้วยจุลินทรีย์ และหมักบ่มด้วยวิธีธรรมชาติ 100% นานกว่า 4 เดือน ให้กลิ่นหอมอ่อนๆ รสชาติกลมกล่อมนุ่มลิ้น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสีน้ำตาลแดงอ่อน สามารถใช้แทนน้ำปลาได้ สามารถนำผลิตภัณฑ์ซีอิ๊วขาวไปปรุงทำอาหารได้หลากหลายเมนู ปรุงเพื่อใช้น้ำจิ้ม น้ำซุส แกงจืด เหาะปรุงรส ไก่ ข้าวต้ม นอกจากนี้ยังใช้ปรุงอาหารประเภทจานนิ่งต่างๆ อีกมากมาย อาทิ ปลาหมึกซีอิ๊ว หรือเหมาะสำหรับการปรุงอาหารประเภทที่ไม่ต้องการสีเข้ม

ซอสพริก ตราสรีราชพานิช

ประวัติยาวนานและมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก บริษัทฯ ซื่อสัตย์ซื่อสัตย์และสูตรลับเฉพาะจากอำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี ที่มีรสชาติแท้ดั้งเดิมมาผลิต บริษัทฯ ได้คัดสรรพริกสดพันธุ์ดีมาดองกับเครื่องเทศต่าง ๆ ด้วยความละเอียดและใส่ใจในทุกขั้นตอน จึงทำให้ซอสพริกตราสรีราชพานิชคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และรสชาติต้นตำรับอย่างแท้จริง การนำไปใช้ ซอสพริกเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรนไฟน์ ไก่ทอด ไส้กรอก อาหารทะเล ไข่เจียว ซาลาเปา พืชชำ หอยทอด และอีกอย่างคือ นำไปผัดกับเส้นก๋วยเตี๋ยวแบบผัดแห้งหรือก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ นอกจากนี้นิยมนำไปหมักกับเนื้อสัตว์ทำบาร์บีคิว ฯลฯ



ซีอิ๊วถั่วเหลือง



เป็นผลิตภัณฑ์น้องใหม่ที่ได้ออกจากรถเหลืองและข้าวสาเลที่ผ่านคัดสรรอย่างดีผ่านการหมักบ่มตามกรรมวิธีธรรมชาติ 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”



ซอสพริกตราอิชิ

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2559 “ซอสพริก ตราอิชิ” เป็นสินค้าที่เน้นเรื่องราคาถูก มีรสชาติอร่อย สีสดสวยงาม เหมาะสำหรับนำไปทานกับอาหารประเภทของทอดทุกเมนู จึงทำให้เหมาะกับผู้ประกอบการร้านอาหาร ทุกประเภท เหมือนดังสโลแกนสินค้าซอสพริก ตราอิชิ “อร่อยง่าย ๆ มีอาชีพที่ไหนก็ใช้กัน” โดยวางตลาดตั้งแต่เดือน เมษายน 2559



ซีอิ๊วดำสูตรมืออาชีพ

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2559 “ซีอิ๊วดำ สูตรมืออาชีพ ตราภูเขาทอง” เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปเพิ่มสีสันให้อาหารน่ารับประทานยิ่งขึ้น โดยเฉพาะนำมาปรุงรสคู่กับซอสปรุงรสฝาเขียวตราภูเขาทองด้วยแล้ว จะได้รสชาติที่หอม และสีสรรที่น่ารับประทานมากยิ่งขึ้น เหมาะสำหรับเมนู ผัดซีอิ๊ว, ผัดกะเพรา, ขาหมูพะโล้ หรือจะนำไปทำน้ำจิ้มก๊วยช่าย ก็อร่อย ทุกเมนู โดยวางตลาดตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2559

บริษัทร่วม

ชื่อกิจการ	ประเทศ/ สัญชาติ	สัดส่วนการถือหุ้น	จำนวนเงินที่ลงทุน
1) บริษัท ยามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด	ไทย	ร้อยละ 26	5,199,413.34
วัตถุประสงค์ เพื่อจำหน่าย ซีอิ๊วญี่ปุ่น ตรา “ยามาซ่า” ในภูมิภาค เอเชียอาคเนย์ โดยมีหมายให้บริษัท 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			

ชื่อกิจการ	ประเทศ/ สัญชาติ	สัดส่วนการถือ หุ้น	จำนวนเงินที่ ลงทุน
2) 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 โดยเริ่มดำเนินการผลิตและจำหน่ายได้
 ในเดือน สิงหาคม 2554 ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มี
 กำหนดระยะเวลา 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 2559 ที่ผ่านมา
การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ



ในปี 2559 ได้มีการเปลี่ยนแปลงฉลากซอสหอยนางรม ตราภูเขาทอง เพื่อ
 ปรับภาพลักษณ์ของสินค้าให้ดูทันสมัย โดดเด่น ณ จุดขาย ด้วยการดีไซน์
 ฉลากให้ดูสวยงามและเป็นรูปแบบเดียวกันกับฉลากซอสพริกภูเขาทองที่
 ได้มีการเปลี่ยนแปลงฉลากไปในปี 2558 โดยฉลากซอสหอยนางรมตราภูเขา
 ทองเน้นจุดเด่นของสินค้าที่ผลิตจากหอยนางรมสด ด้วยการใส่รูปหอย
 นางรมสด พร้อมทั้งเน้นสื่อสารจุดขายที่สำคัญ คือ NO MSG ลงไปบน
 ฉลากซอสหอยนางรม โดยได้เปลี่ยนแปลงฉลากซอสหอยนางรม ตราภูเขา
 ทองขนาด 220 กรัม และ 660 กรัม ในไตรมาส 2/2559

วางตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ซอสพริก ตราริซซี่



วางตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ซีอิ๊วดำสูตรมีออซีฟ ตราภูเขาทอง



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

มูลค่าการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ปี 2559		ปี 2558		ปี 2557	
	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%
ในประเทศ	2,431.85	91.21%	2,516.12	91.67%	2,435.40	92.05%
ต่างประเทศ	234.43	8.79%	228.71	8.33%	210.40	7.95%
รวมมูลค่าการจำหน่าย	2,666.28	100%	2,744.83	100%	2,645.80	100%
อัตราเพิ่ม (ลด) ของมูลค่าการจำหน่าย		(2.86%)		3.74%		0.58%

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 2559 มูลค่าสินค้าที่จำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศเป็นร้อยละ 91.21 และ 8.79 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 31 ของยอดขาย

	2559	2558	2557
ยอดขายลูกค้า 10 รายแรก (พันบาท)	847,558	856,406	812,380
คิดเป็น อัตราร้อยละของยอดขายรวม	31.79	31.21	30.70

(2) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ตลาดเครื่องปรุงรสในประเทศในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ร้อยละ 4.20 , 5.91 และ (0.53) ในปี 2557, 2558 และ 2559 ตามลำดับ

ปี 2559 มีอัตราการลดลงจากปีก่อนหน้า จากเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.91 ในปี 2558 เป็นลดลงร้อยละ 0.53 (จากการประมาณการของบริษัท) ลดลงร้อยละ 6.44 เนื่องจากในปี 2559 นี้ ตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ลดลง และการปรับราคาสินค้า และการแข็งค่าของเงินบาท รวมทั้งการขาดแคลนแรงงาน รุนแรงกว่าปี 2558 ภาวะแข่งขันกันรุนแรงด้านราคายังคงเป็นกระแสหลักของอุตสาหกรรมเช่นเดียวกันกับปีที่ผ่านมา

ขนาดของตลาดเครื่องปรุงรสในประเทศ (ไม่รวมน้ำปลาและผงปรุงรส) รวมในปี 2559 ประมาณการได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท				
ประเภทเครื่องปรุงรส	ปี 2559	ปี 2558	เปลี่ยนแปลง	%
๑ ซอสปรุงรส	3,200	3,250	(50)	(1.54)
๑ ซีอิ๊วขาว/ดำ/เต้าเจี้ยว	3,025	3,010	15	0.50
๑ ซอสพริก/น้ำจิ้มพริกต่างๆ	2,000	2,060	(60)	(2.91)
๑ ซอสหอยนางรม	2,500	2,470	30	1.21
๑ ซอสมะเขือเทศ	1,070	1,090	(20)	(1.83)
๑ น้ำส้มสายชูกลั่น	500	480	20	4.17
มูลค่าตลาดรวม	12,295	12,360	(65)	(0.53)

ที่มา ตัวเลขประมาณการของบริษัทฯ

จากสถานการณ์เศรษฐกิจภาพรวมของประเทศในปี 2559 ที่ซบเซา ซึ่งได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของสถานะเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจาก ปี 2558 และ การชะลอตัวของเศรษฐกิจในไตรมาส 4/59 กำลังซบเซาภายในประเทศของภาคครัวเรือนซบเซาลง โดยเฉพาะการใช้จ่ายของครัวเรือนในภาคเกษตรที่มีปัจจัยต้นทุนจากราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ และปัญหาภัยแล้งในช่วงครึ่งแรกของปี รวมถึงหนี้สินครัวเรือน ส่งผลให้การบริโภคของภาคครัวเรือนยังคงเป็นไปด้วยความระมัดระวัง คือ ลดงบประมาณในการซื้อ จำนวนครั้งในการซื้อน้อยลง การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคโดยส่วนมากจะเน้นไปที่สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน และหันไปให้ความสำคัญกับสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ มีคุณภาพ ราคาถูก ถึงปัญหาราคาสินค้าเกษตรที่ตกต่ำ และภัยแล้ง ได้เริ่มคลี่คลายลงตามลำดับเมื่อเข้าสู่ช่วงครึ่งหลังของปีก็ตาม ก็ไม่ทำให้ตลาดพืชผักได้อย่างทันท่วงที โดยเฉพาะตลาดออร์แกนิก เป็นผลทำให้อัตราการเจริญเติบโตลดลง

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยนั้น ส่งผลให้คู่แข่งในตลาดทุกรายพยายามอย่างหนักที่จะเอาตัวรอดจากภาวะดังกล่าว จึงพยายามที่จะกระตุ้นตลาด โดยการใช้จ่ายเงินในการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่น ลดราคา แถมของฟรีเหมี่ยม ชิงโชค ซื้อ 1 แถม 1 รวมถึงการซื้อพื้นที่ตั้งกองสินค้าทั้งในโมเดิร์นเทรด และร้านค้าทั่วไปในต่างจังหวัด แต่ก็ยังไม่สามารถทำให้ตลาดเติบโตได้

ปี 2559 บริษัทฯ (ในฐานะผู้นำตลาด) ไม่สามารถที่จะอยู่เฉยได้ จึงได้มีการใช้จ่ายเงินทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การรักษาพื้นที่ขาย ทั้งในโมเดิร์นเทรด และร้านค้ารายใหญ่ในต่างจังหวัด รวมถึงการเพิ่มพื้นที่ขายในร้านค้าที่มีหน้าร้านขนาดเล็ก ที่มีศักยภาพในการเพิ่มยอดขาย เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด และความเป็นผู้นำไว้ ทางบริษัทฯ ได้จัดรายการท่องเที่ยวได้วัน 4 วัน 3 คืนกับร้านค้าออร์แกนิกขนาดใหญ่ โดยการสะสมยอดขาย ในเดือน กุมภาพันธ์ ถึง เดือน พฤษภาคม 2559 เดินทางตั้งแต่วันที่ 9-12 พฤศจิกายน 2559

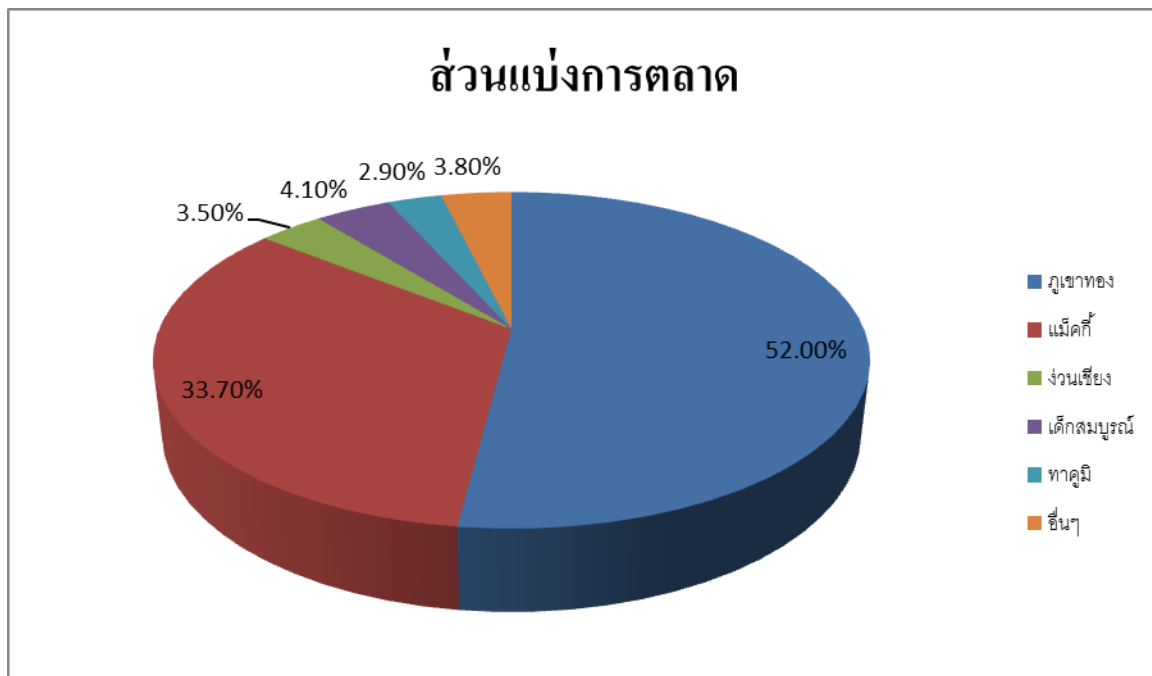
กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขาย Boot & Troop กิจกรรม Sales Blitz ทั่วทุกภาคของประเทศ การแนะนำเมนูอาหารที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยการทำอาหารแจกให้กับผู้บริโภคชม ทั้งในโมเดิร์นเทรด ร้านค้าใหญ่ในต่างจังหวัด การจัดอีเวนต์สำหรับเทศกาลเจ บริษัทฯ ได้เข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรมนี้กับลูกค้าโมเดิร์นเทรด ร้านค้ารายใหญ่ รวมถึงศาลเจ้าต่าง ๆ ทั่วประเทศ การส่งเสริมการขายสำหรับซอสพริกศรีราชาพานิช ภายใต้แคมเปญที่ชื่อว่า “The Test of The Original”

นอกจากนี้ ในไตรมาสที่ 2/59 และในไตรมาส 4/59 ได้มีการวางผลิตภัณฑ์ใหม่ ซอสพริก ตราริชี และชีอิ้วดำ สูตรมืออาชีพ ตรากุเขาทอง ตามลำดับ เพื่อเป็นการสร้าง Market Share ในกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าราคาถูก ที่มีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มวางตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2559 ในร้านค้าทั่วไป โมเดิร์นเทรด และผู้ประกอบการร้านอาหารโดยตรงที่ใช้ผลิตภัณฑ์ราคาถูก ภายใต้จุดขายที่ว่า “อร่อยง่าย ๆ มืออาชีพที่ไหนก็ใช้กัน”

ภาพรวมอุตสาหกรรม ปี 2559 เนื่องจากผลกระทบต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ในส่วนของกลุ่มเครื่องปรุงรส (ไม่รวมน้ำปลา และ ผงสำเร็จ) ลดลงร้อยละ 6.44 จากเติบโตร้อยละ 5.91 ในปี 2558 เป็นลดลงร้อยละ 0.53 ในปี 2559 โดยลดลงมากในกลุ่ม ซอสพริก ซอสปรุงรส ยกเว้น น้ำส้มสายชูกลั่นเติบโตร้อยละ 4.17

ในปี 2559 สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรสยังคงทวีความรุนแรงกว่าปี 2558 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของซุเปอร์มาร์เก็ตและดิสคานท์สโตร์ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นผู้ผลิตแต่ละรายต้องพยายามผลิตให้มากผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขันในการทำตลาด และหลาย ๆ รายต้องออกสินค้ายี่ห้อรอง ๆ ของตนเอง หรือรับจ้างผลิตให้กับผู้ค้าปลีก เพื่อลดต้นทุนของตน ตลอดจนมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เพิ่มมากยิ่งขึ้นไม่ว่าจะอยู่ในรูปของการ ลด แลก แจก แถม การแพ็คเกจสินค้า ซึ่งไม่แตกต่างจากปี 2558 ที่ผ่านมา

ส่วนแบ่งตลาดค้าปลีก ซอสปรุงรสในประเทศไทยประจำปี 2559



****แหล่งที่มา**** อ้างอิงจากดัชนีค้าปลีกรายเดือนที่รายงานโดย Nielsen สำหรับตลาดซอสปรุงรสในช่วงเวลา 12 เดือน สิ้นสุด ณ เดือนธันวาคม 2559 ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของ Nielsen (Copy @ 2016, Nielsen)

ปี 2559 มีเครื่องปรุงรสนิยี่ห้อต่าง ๆ อยู่ในตลาดถึงกว่า 70 ยี่ห้อ มีผู้ผลิตไม่น้อยกว่า 50 ราย ในปีนี้ได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่หลากหลายขึ้น เช่น ซอสปรุงสำเร็จสูตรต่าง ๆ ออกขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เล็กลงสำหรับผู้บริโภคย่อย บรรจุภัณฑ์แบบแพ็คเกจรวม บรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มปริมาณขึ้นสำหรับตลาดร้านอาหารหรือกึ่งอุตสาหกรรม

ซอสปรุงรส ตรายี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดได้แก่ ภูเขาทอง มารเก็ตแชร์ 52% * รองลงมาคือ แม็คกี้ และตรา ยี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ เด็กสมบูรณ์ จวนเชียง ทาคุมิ ฉลากทอง เป็นต้น

ซีอิ๊ว ตรายี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดได้แก่ เด็กสมบูรณ์ รองลงมาคือ จวนเชียง ตรายี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ เด็กยืน ภูเขาทอง เป็นต้น

ซอสพริกและน้ำจิ้มพริกต่าง ๆ ตราयीหือที่เป็นผู้นำตลาดคือ ภูเขาทอง มาร์เก็ตแชร์ 30.8%* รองลงมาได้แก่ ไฮคิว ตราयीหืออื่น ๆ ได้แก่ โรซ่า ไฮเนส ศรีราชาพานิช ม้าบิน ซอสพริกเอปี้ เป็นต้น ส่วนน้ำจิ้มพริกซึ่งเป็นที่นิยมคือแม่ประนอม และพันท้ายนรสิงห์ แม่ศรี เป็นต้น และในปี 2559 ภูเขาทอง ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ชื่อ ซอสพริกตราอีซี่ เป็นซอสพริกที่ราคาแข่งขันได้และยังมีรสชาติอร่อย สีสวย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูก เพื่อบังคับกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อน้อย

ซอสหอยนางรม ตราयीหือผู้นำตลาดคือ แม่ครัว รองลงมาได้แก่ เด็กสมบูรณ์ ตราयीหืออื่น ๆ ได้แก่ แม่ก๊ก ง่วนเชียง ภูเขาทอง นกเพนกวิ้น ซ้อนทอง ฉลากเงิน สามแม่ครัว ไฮเนส ลิ้มก๊ก เป็นต้น

ซอสมะเขือเทศ ตราयीหือผู้นำตลาดคือ โรซ่า และไฮเนส ตราयीหืออื่น ๆ ได้แก่ กิงส์กิตเช่น ภูเขาทอง เป็นต้น น้ำส้มสายชูกลั่น ตราयीหือผู้นำตลาดคือ อสร. รองลงมาคือ ภูเขาทอง ตราयीหืออื่น ๆ ได้แก่ ทิพรส ฉลากทอง คิวพี และเกษตร เป็นต้น

*แหล่งที่มา อ้างอิงจากข้อมูลดัชนีค่าปลีกรายเดือนที่รายงานโดย Nielsen สำหรับตลาดซอสปรุงรส และตลาดซอสพริก ในช่วงเวลา 12 เดือน สิ้นสุด ณ เดือน ธันวาคม 2559 ซึ่งเป็นข้อมูลของตลาดในประเทศไทย ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของ Nielsen (Copy @ 2016, Nielsen)

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์

(1) การจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีโรงงาน 2 แห่ง คือ

1) บริษัท ไทยเทพรอส จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เลขที่ 208 หมู่ 6 ถนนท้ายบ้าน ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280 ดำเนินการผลิตเครื่องปรุงรสอาหาร ในปี 2559 มีกำลังการผลิต 111,790 ตัน/ปี เท่ากับปี 2558 ในปี 2559 มีอัตราการใช้กำลังการผลิต 85.168% เพิ่มขึ้นจาก 80.98% ในปี 2558 หรือเพิ่มขึ้น 4.19 %

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

วัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

ประเภทสินค้า	ชนิดวัตถุดิบ	แหล่งที่มา
ซอสปรุงรส	ธัญญพืชสกัดน้ำมัน	ในประเทศ และ อเมริกา
	โซดาแอช	จีน
	น้ำตาลทราย, เกลือป่น	ในประเทศ
ซอสพริก	พริกชี้ฟ้า	ในประเทศ
	กระเทียม	ในประเทศ และ จีน

	น้ำส้มสายชูกลั่น	ผลิตเอง
ซอสมะเขือเทศ	มะเขือเทศเข้มข้น	ออสเตรเลีย
ซอสหอยนางรม	หอยนางรมสด	ในประเทศ
น้ำส้มสายชูกลั่น	แอลกอฮอล์	ในประเทศ
ซีอิ๊วขาว	ถั่วเหลืองเม็ด	ในประเทศ

สัดส่วนวัตถุดิบในการผลิตเครื่องปรุงรสที่ซื้อจากแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศเป็น 72.41 % และที่ซื้อจากแหล่งวัตถุดิบต่างประเทศเป็น 27.59 % 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 ใช้น้ำเป็นตัวลดอุณหภูมิและจับฝุ่น, ไอสารเคมีที่ใช้ในกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน ทั้งระบบบำบัดน้ำเสียและบำบัดอากาศเสียออกแบบโดยวิศวกรที่ปรึกษา ส่วนการใช้งานระบบนั้นบริษัทฯ มีวิศวกรและผู้ปฏิบัติงานควบคุมดูแลตลอดเวลาการผลิต จึงมั่นใจได้ว่าไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดคุณลักษณะของน้ำทิ้งที่ระบายออกจากโรงงาน ข้อ 2 กำหนดไว้ดังนี้ (15) ค่าบีโอดี (Biochemical Oxygen Demand) ที่อุณหภูมิ 20 องศาเซลเซียส เวลา 5 วัน ไม่มากกว่า 20 มิลลิกรัมต่อลิตร ค่าบีโอดีเฉลี่ยทั้งปี 2559 เท่ากับ 15.73 มิลลิกรัมต่อลิตร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการควบคุมสิ่งแวดล้อม 3 ปีย้อนหลังดังต่อไปนี้

2559	จำนวน	3.28 ล้านบาท
2558	จำนวน	2.88 ล้านบาท
2557	จำนวน	3.18 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 22 ของยอดขาย

	2559	2558	2557
ยอดขายลูกค้าโมเดิร์นเทรด 3 รายใหญ่ (พันบาท)	592,086	592,151	559,113
คิดเป็น อัตราร้อยละของยอดขายรวม	22.21	21.58	21.13

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 2559 กลุ่มตระกูล วิญญรัตน์ ถือหุ้นในบริษัท ร้อยละ 79.91 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	106,370	ติดจำนองมูลค่า 85 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. อาคารสำนักงานที่ตั้ง จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	65,487	
4. อาคารสำนักงานที่ตั้ง จ.ลำปาง	เป็นเจ้าของ	3,172	
5. อาคารโรงงาน ที่ตั้ง จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	224,367	
6. อาคารโรงงาน ที่ตั้ง จ.ลำปาง	เป็นเจ้าของ	20,983	
7. เครื่องจักรในการผลิตเครื่องปรุงรส	เป็นเจ้าของ	509,758	
8. เครื่องจักรในการผลิตเครื่องปรุงรส ระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ	22,216	

ที่ดินยังไม่ได้ใช้ดำเนินงาน

1. ที่ดิน 11 แปลง ที่ตั้ง อ. บางประกง จ. ฉะเชิงเทรา จำนวน 118 ไร่ 2 งาน 76 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	
ที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงาน		204,073
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์		<u>14,169</u>
ที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงานสุทธิ		<u>189,904</u>

ที่ดินดังกล่าว บริษัท ชื้อไว้เพื่อการขยายโรงงาน เมื่อปี 2537 ปัจจุบัน บริษัทได้ทบทวนนโยบายดังกล่าว โดยยกเลิกการขยายโรงงานดังกล่าว เนื่องจาก โรงงานปัจจุบันยังสามารถรองรับการเจริญเติบโตของบริษัทได้ และจะดำเนินการขายที่ดินดังกล่าวต่อไป

มูลค่าตามบัญชีของที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 เป็นราคาประเมิน ตามรายงานการประเมินของผู้ประเมินราคาอิสระลงวันที่ 11 ธันวาคม 2556

ตามรายงานการประเมินราคาวันที่ 28 กันยายน 2559 บริษัทประเมินราคาอิสระได้ประเมินราคาที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ดำเนินงานของบริษัท โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบราคาตลาด โดยมีราคาประเมินมูลค่า 189.90 ล้านบาท บริษัทจึงบันทึกการกลับรายการค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวจำนวน 47.48 ล้านบาทเป็นรายได้อื่นในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จปี 2559

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัท ได้แก่ เครื่องหมายการค้า คำลิขสิทธิ์ และ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ บริษัทได้ซื้อเครื่องหมายการค้า “ตราศรีราชาพานิช” เมื่อปี 2541 จึงมีกรรมสิทธิแต่เพียงผู้เดียว บริษัทได้บันทึกบัญชีเป็นค่าเครื่องหมายการค้ารอตัดบัญชี มีกำหนดตัดบัญชีเป็นค่าใช้จ่าย 10 ปี

เครื่องหมายการค้า (พันบาท)	23,865
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>23,381</u>
เครื่องหมายการค้าสุทธิ	<u>484</u>
ค่าธรรมเนียมสิทธิ (พันบาท)	2,000
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>519</u>
ค่าธรรมเนียมสิทธิสุทธิ	<u>1,481</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (พันบาท)	14,644
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>13,415</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์สุทธิ	<u>1,229</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้ง (พันบาท)	<u>1,064</u>
รวมสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	<u>4,258</u>

บริษัทไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยแต่อย่างใด

เงินลงทุนในบริษัทร่วม (พันบาท)

สัดส่วนความเป็นเจ้าของ			เงินลงทุน	เงินลงทุน
ทุนชำระแล้ว			ราคาทุน	วิธีส่วนได้เสีย
บริษัท ยามาฮ่า(ประเทศไทย) จำกัด	26 %	20,001	5,199	7,767
บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	40 %	20,000	<u>16,000</u>	<u>11,674</u>
รวมเงินลงทุนในบริษัทร่วม			<u>21,199</u>	<u>19,441</u>
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่า			<u>8,000</u>	-
สุทธิ			<u>13,199</u>	<u>19,441</u>

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย

6. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท

บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน)

เดิมชื่อ บริษัท ไทยเทพรส ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

ประกอบธุรกิจหลักประเภท

ผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร

ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตรา “ภูเขาทอง” “กินชั้น” “ศรีราชาพานิช” และ “อู๋ซู่”

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

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

753 คน

ชื่อบริษัทร่วม	บริษัท ขามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด
ประกอบธุรกิจหลักประเภท	จำหน่ายซีอิ๊วญี่ปุ่นและอื่น ๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ขามาซ่า” 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 ขามาซ่าคอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเทศญี่ปุ่น
สัดส่วนการถือหุ้น	49 %
หมายเหตุ	เริ่มดำเนินการในเดือน เมษายน 2552

ชื่อบริษัทร่วม	บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
ประกอบธุรกิจหลักประเภท	ผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรสอาหาร (Reaction flavour) ภายใต้ เครื่องหมายการค้า “เอ็กซ์เตอร์” ส่งออกสหภาพยุโรปและภูมิภาคเอเชีย อาคเนย์
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

นางศิริเพ็ญ สุขเจริญยิ่งยง
เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 3636 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