

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์	“ บมจ. ไทยเทพรส มุ่งสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจเครื่องปรุงรสของไทย เป็นรสชาติของคุณ ความสุขของคุณ ”
พันธกิจ	“ผลิตเครื่องปรุงรสด้วยความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ และ รักดีต่อตราสินค้า”
คุณค่านิยมหลัก	“ 1. มอบงานให้ถูกคน 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 แซ่โล้ว ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตรา “ภูเขาทอง” ด้วยการดำเนินธุรกิจที่เจริญเติบโตมาเป็นลำดับ นับตั้งแต่ นายใช้ แซ่โล้ว, นายไกรลาศ วิทยุรัตน์ จวบจนมาถึง นายปริญญา วิทยุรัตน์ ได้ทำการจัดตั้ง บริษัท ไทยเทพรสผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด(มหาชน) มีสถานที่ตั้งโรงงานผลิต อันทนสมัย ณ จังหวัดสมุทรปราการ ทำการผลิตซอสปรุงรส ซอสปรุงรส น้ำส้มสายชูกลั่น ซอสพริก ซอสหอยนางรม เป็นต้น ตรา “ภูเขาทอง” ด้วยเทคโนโลยี เครื่องจักรและอุปกรณ์อันทันสมัย ได้รับคุณภาพมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมากกว่า 60 ปี

การประกอบกิจการธุรกิจ

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 กินชัน
- ปี 2551 ออกบรรจุภัณฑ์ใหม่ E ZEE SQUEEZE 300 กรัม แคปป์ก็้อรอย 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/ ซอสปรุงรสฝ้าน้ำตาล/ซอสปรุงรสฝาแดง และซิอิ้วขาว ขวดแก้ว ขนาด 740 ซีซี บรรจุ 1 x12 สำหรับเขตการขายโมเดิร์นเทรด เปลี่ยนเป็นขวดเพ็ต 980 ซีซี ขนาด 1 x12 แทน (ขวดเพ็ต แข็งแรง เหนียว น้ำหนักเบา ไม่แตกง่าย สะดวกในการขนส่ง)
- ปี 2556 ออกผลิตภัณฑ์ใหม่-ซิอิ้วถั่วเหลือง ตราภูเขาทอง ขนาด 500 ซีซี และ 100 ซีซี และ ยกเลิก ขวด 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. ไทยเทพรสผลิตภัณฑ์อาหาร ดำเนินกิจการแทน หสน.โรงงานไทยเทพรส
- ปี 2536 แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน
- ปี 2538 เข้าเป็นสมาชิกบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชื่อย่อ “SAUCE”

ปี 2543 ได้รับเครื่องหมายมาตรฐาน ISO 9002 จาก SGS Yarsley International Certification Services.

ปี 2544 ได้รับเครื่องหมาย HACCP จาก SGS Yarsley International Certification Services และได้รับเครื่องหมาย GMP จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

ปี 2551 ร่วมกับ บ. ยามาซาคอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเทศญี่ปุ่น จัดตั้ง บริษัทร่วม ชื่อ บจก. ยามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อจำหน่ายซีอิ๊วญี่ปุ่น ตรา “ยามาซ่า” ในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์

ปี 2553 ร่วมกับ บ. เอ็กซ์เตอร์ บี.วี. ประเทศเนเธอร์แลนด์ จัดตั้ง บริษัทร่วม ชื่อ บจก. เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร (Reaction flavor) ตรา “เอ็กซ์เตอร์” ส่งออกสหภาพยุโรป และในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ โดยเริ่มดำเนินการผลิตและจำหน่าย ในไตรมาส 3/2554

ปี 2554 เปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้น จาก 10.00 บาท เป็น 1.00 บาททุนจดทะเบียนจาก 60 ล้านหุ้น เป็น 600 ล้านหุ้น ทุนที่เรียกชำระแล้ว 36 ล้านหุ้น เป็น 360 ล้านหุ้น

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 ดัดลิ้น และมีกลิ่นหอม ปรุงรสอาหารให้มีรสชาติอร่อยถูกใจ เข้มข้นด้วยการย่อยโปรตีนของถั่วเหลืองได้กรดอะมิโนต่างๆ ออกมา ทำให้มีรสชาติหอม กลมกล่อม

เฉพาะตัวได้โปรตีนสูงสุดตั้งแต่ 20% 17% 15% และ 10% การนำไปใช้งานสามารถนำไปทำอาหารได้หลากหลายเหมาะสำหรับ

เหาะ ผัด หมัก ต้มและตุ๋น อาทิ เช่น นำไปหมักเนื้อสัตว์เพื่อปิ้งย่าง หรือทอด ตามความชอบ นำไปปรุงเป็นน้ำซุปร และนอกจากนี้ยังนิยมนำไปทำน้ำจิ้มแจ่วหรือปรุงอาหารประเภทผัดผักร หรืออาหารจานเดียวได้อีกมากมายหลายรายการ ทำให้อาหารทุกจานอร่อยกลมกล่อมโดยปราศจากผงชูรส

น้ำส้มสายชูกลั่น

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



ซอสพริก

ซอสพริกตราภูเขาทอง แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ซอสพริกเผ็ดกลางและซอส
พริกเผ็ดน้อย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพริกผสมกับกระเทียม น้ำตาล
น้ำส้มสายชู และเกลือ ลักษณะของซอสพริกจะข้นเป็น
เนื้อเดียวกัน การนำไปใช้ ซอสพริกเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ
เฟรนช์ฟรายด์ ไก่ทอด ไข่กรอก อาหารทะเล ไข่เจียว ซาลาเปา
พิซซ่า หอยทอด และอีกอย่างคือนำไปผัดกับเส้นก๋วยเตี๋ยวแบบ
ผัดแห้งหรือก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ นอกจากนี้ยังนิยมนำไปหมักกับ
เนื้อสัตว์ทำบาร์บีคิว ฯลฯ



ซอสมะเขือเทศ

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากมะเขือเทศผสมกับส่วนผสมอื่นๆ
เช่น น้ำส้มสายชู น้ำตาล เกลือ และเครื่องเทศ ในอัตราส่วนที่
เหมาะสม การนำไปใช้ ซอสมะเขือเทศเหมาะเป็นเครื่องจิ้ม
ทานคู่กับ เฟรนช์ฟรายด์ ไก่ทอด ไข่กรอก พืชฯ หรือนำไป
ผัดกับมักกะโรนี สปาเก็ตตี้ ข้าวผัดอเมริกัน ผัดเปรี้ยวหวาน
และอีกอย่างที่นิยมคือ นำไปหมักกับเนื้อสัตว์เพื่อทำบาร์บี
คิว



ซอสหอยนางรม



ซอสหอยนางรม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากหอยนางรมแท้จากธรรมชาติ ให้คุณค่าทางอาหารจากสารอาหารและแร่ธาตุ ตลอดจนเกลือไอโอดีน จากทะเล ผสมกับเครื่องปรุงอื่น เช่น ซีอิ๊ว น้ำตาล แป้งคั่วแปรมีลักษณะ เป็นของเหลวข้นหนืดสี น้ำตาลมันวาว มีกลิ่นคาวหอยเล็กน้อย ทุกหยดเต็มไปด้วยกลิ่นหอมและความเข้มข้นปราศจากการ แต่งกลิ่นสังเคราะห์และผงชูรส การนำไปใช้ ซอสหอยนางรมนิยมนำไปผัดผัดน้ำมันหอยหรือนำไปหมักกับเนื้อสัตว์ เพื่อใช้สำหรับ ปิ้งย่าง ทอด และ ผสมกับน้ำจิ้มสุกี้ก็ นอกจากนี้นิยมนิยมหยอดใส่ไข่เจียว สำหรับปรุงรสชาติอาหารให้อร่อยกลมกล่อม

ซอสพริกผสมมะเขือเทศ

บริษัทเป็นรายแรกที่มีการผลิตซอสพริกผสมมะเขือเทศมีรสชาติเปรี้ยวหวานจากมะเขือเทศและเผ็ดเล็กน้อยจากพริก ซึ่งเป็นการผสมผสานอย่างลงตัว รสชาติกลมกล่อม ใช้ปรุงอาหารประเภทต่าง ๆ ได้หลากหลายชนิด การนำไปใช้ ซอสมะเขือเทศเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรชฟรายด์ ไก่ทอด ไส้กรอก พิซซ่า หรือนำไปผัดกับผักกะโรนี สปาเก็ตตี้ ข้าวผัดอเมริกัน ผัดเปรี้ยวหวาน และอีกอย่างที่นิยมคือ นำไปหมักกับเนื้อสัตว์ เพื่อทำบาร์บีคิว



ซีอิ๊วขาว



เป็นผลิตภัณฑ์ของเหลวที่ได้จากถั่วเหลืองและ ข้าวสาลิย้อยด้วยด้วยจุลินทรีย์ และหมักบ่มด้วยวิธีธรรมชาติ 100 % นานกว่า 4 เดือน ให้กลิ่นหอมอ่อนๆ รสชาติกลมกล่อมนุ่มลิ้น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสีน้ำตาลแดงอ่อน สามารถใช้แทนน้ำปลาได้ สามารถนำผลิตภัณฑ์ซีอิ๊วขาวไปปรุงทำอาหารได้หลากหลายเมนู ปรุงเพื่อใช้น้ำชุบเสก แกงจืด เหาะปรุงรส ไก่ ข้าวต้ม นอกจากนี้ยังใช้ปรุงอาหารประเภทจานนิ่งต่างๆ อีกมากมาย อาทิ ปลานึ่งซีอิ๊ว หรือเหมาะสำหรับการปรุงอาหารประเภทที่ไม่ต้องการสีเข้ม

ซอสพริก ตราศรีราชาพานิช

ประวัติยาวนานและมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก บริษัทฯ ซีโอลิขสิทธิ์และสูตรลับเฉพาะจากอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ที่มีรสชาติแท้ดั้งเดิมมาผลิต บริษัทฯ ได้คัดสรรพริกสดพันธุ์ดีมาดองกับเครื่องเทศต่าง ๆ ด้วยความละเอียดและใส่ใจในทุกขั้นตอน จึงทำให้ซอสพริกตราศรีราชาพานิชของไว้ซึ่งเอกลักษณ์และรสชาติต้นตำรับอย่างแท้จริง การนำไปใช้ ซอสพริกเหมาะเป็นเครื่องจิ้มทานคู่กับ เฟรนไพน์ ไก่ทอด ไส้กรอก อาหารทะเล ไข่เจียว ซาลาเปา พืชชำ หอยทอด และอีกอย่างคือ นำไปผัดกับเส้นก๋วยเตี๋ยวแบบผัดแห้งหรือก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่นอกจากนี้ยังนิยมนำไปหมักกับเนื้อสัตว์ทำบาร์บีคิว ฯลฯ



ซีอิ๊วถั่วเหลือง

เป็นผลิตภัณฑ์น้องใหม่ที่ได้จากถั่วเหลืองและข้าวสาลีที่ผ่านคัดสรรอย่างดี 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”





ซอสพริกตราอิซี่

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



ซีอิ๊วดำสูตรมืออาชีพ

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2559 “ซีอิ๊วดำ สูตรมืออาชีพ ตราภูเขาทอง ” เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปเพิ่มสีสันให้อาหารน่ารับประทานยิ่งขึ้น โดยเฉพาะนำมาปรุงรสคู่กับซอสปรุงรสฝาเขียวตราภูเขาทองด้วยแล้ว จะได้รสชาติที่หอมและสีสนที่รับประทานมากยิ่งขึ้น เหมาะสำหรับเมนู ผัดซีอิ๊ว, ผัดกะเพรา, ขาหมูพะโล้ หรือจะนำไปทำน้ำจิ้มกุยช่าย ก็อร่อยทุกเมนู โดยวางตลาดตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2559



ซอสหอยนางรม ตราอิซี่

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2560 “ซอสหอยนางรม ตราอิซี่” เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นเรื่องราคาถูก เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการร้านอาหาร ทุกประเภท ด้วยรสชาติ อร่อย กลมกล่อม เนื้อซอสเข้มข้น และมีกลิ่นหอม เหมาะเมนูผัดทุกเมนู เหมือนดังสโลแกน สินค้าซอสหอยนางรมอิซี่ “อร่อยง่ายๆ มีอาชีพที่ไหนก็ใช้กัน” โดยวางตลาดเดือน กุมภาพันธ์ 2560

บริษัทร่วม

ชื่อกิจการ	ประเทศ/ สัญชาติ	สัดส่วนการถือ หุ้น	จำนวนเงินที่ ลงทุน
1) บริษัท ยามาฮา (ประเทศไทย) จำกัด วัตถุประสงค์ เพื่อจำหน่าย ซิวอิญี่ปุ่น ตรา “ยามาฮา” ในภูมิภาค เอเชียอาคเนย์ โดยมอบหมาย ให้บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิต จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด วันที่ 6 ตุลาคม 2551 เริ่มดำเนินการกิจการ 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 : 40,000,000.00 บาท แบ่งออกเป็น หุ้นสามัญ 4,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10.00 บาท เรียกชำระแล้ว 40,000,000.00 บาท	ไทย	ร้อยละ 40	16,000,000.00

การเปลี่ยนแปลงลักษณะการประกอบธุรกิจในปี 2560 ที่ผ่านมา
การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

มูลค่าการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ปี 2560		ปี 2559		ปี 2558	
	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%
ในประเทศ	2,457.72	89.87%	2,399.32	91.10%	2,487.12	91.58%
ต่างประเทศ	276.94	10.13%	234.43	8.90%	228.71	8.42%
รวมมูลค่าการจำหน่าย	2,734.66	100%	2,633.75	100%	2,715.83	100%
อัตราเพิ่ม (ลด) ของมูลค่าการจำหน่าย		3.83%		(3.02%)		2.83%

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) การตลาดและการแข่งขัน

(1) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

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

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ การจำหน่ายในประเทศ และการจำหน่ายต่างประเทศ โดยในปี 2560 มูลค่าสินค้าที่จำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศเป็นร้อยละ 89.87 และ 10.13 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 และผู้บริโภคโดยตรง 6,000 ราย ทำให้บริษัทฯ ไม่มีผลกระทบจากการสูญเสียลูกค้ารายใดรายหนึ่งไป ยกเว้น Discount Store รายใหญ่ 3 ราย

ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ยอดขายให้ลูกค้า 10 รายแรกรวมกัน ไม่เกินร้อยละ 33 ของยอดขาย

	2560	2559	2558
ยอดขายลูกค้า 10 รายแรก (พันบาท)	910,164	847,558	856,406
คิดเป็น อัตราร้อยละของยอดขายรวม	33.28	32.18	31.53

(2) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ตลาดเครื่องปรุงรสในประเทศในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ร้อยละ 5.91 , (0.53) และ 1.60 ในปี 2558, 2559 และ 2560 ตามลำดับ

ปี 2560 มีอัตราเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า จากเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.53 ในปี 2559 เป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.67 (จากการประมาณการของบริษัท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.20 เนื่องจากในปี 2560 นี้สถานการณ์เศรษฐกิจมีแนวโน้มฟื้นตัวในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรสจึงยังคงแข่งขันรุนแรงเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา

มูลค่าตลาดรวมเครื่องปรุงรสในประเทศ (ไม่รวมน้ำปลาและผงปรุงรส) รวมในปี 2560 ประมาณการได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท				
ประเภทเครื่องปรุงรส	ปี 2560	ปี 2559	เปลี่ยนแปลง	%
๑ ซอสปรุงรส	3,280	3,200	80	2.50
๑ ซีอิ๊วขาว/ดำ/เต้าเจี้ยว	3,035	3,025	10	0.33
๑ ซอสพริก/น้ำจิ้มพริกต่างๆ	2,020	2,000	20	1.00
๑ ซอสหอยนางรม	2,525	2,500	25	1.00
๑ ซอสมะเขือเทศ	1,090	1,070	20	1.87
๑ น้ำส้มสายชูกลั่น	550	500	50	10.00
มูลค่าตลาดรวม	12,500	12,295	205	1.67

ที่มา ตัวเลขประมาณการของบริษัทฯ

จากสถานการณ์เศรษฐกิจภาพรวมของประเทศในปี 2560 ที่มีแนวโน้มฟื้นตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกอย่างสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่นที่มีการฟื้นตัวพร้อมๆ กัน การมีเสถียรภาพทางการเมือง การกลับมาของนักท่องเที่ยวที่มีมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีคุณภาพ การกระจายการท่องเที่ยวไปยังเมืองรองมากขึ้น การเร่งรัดการลงทุนของภาครัฐด้านโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมขนส่ง โครงการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษใกล้ชายแดน แรงหนุนจากโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (ECC) มาตรการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และผลกระทบด้านอุทกภัยมีไม่มากเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แต่การบริโภคและการใช้จ่ายในประเทศก็ยังไม่ดีเท่าที่ควร การฟื้นตัวเป็นแบบค่อยๆ ไป เพราะภาระหนี้สินเดิมของภาคครัวเรือนยังคงมีอยู่ในระดับสูง รายได้ของเกษตรกรดีขึ้นเป็นบางกลุ่มและบางพื้นที่ยังกระจายได้ไม่ทั่วถึง กำลังการซื้อของผู้บริโภคจึงยังอยู่กับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลาง-สูงและพนักงานประจำ กำลังซื้อที่ดีค่อนข้างกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล หัวเมืองใหญ่และเมืองท่องเที่ยว รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตเมืองและต่างจังหวัดก็แตกต่างกัน กลุ่มคนเมืองจะลดความถี่ในการซื้อสินค้าลงแต่จะใช้จ่ายต่อครั้งเพิ่มขึ้นจากการซื้อสินค้าโปรโมชั่นหรือสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ เพื่อให้ได้ราคาเฉลี่ยต่อหน่วยที่ถูกลง การซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค เนื่องจากราคาถูกกว่าและมีบริการส่งสินค้าโดยไม่คิดเงิน (Free shipping) ส่วนผู้บริโภคต่างจังหวัดจะมีความถี่ในการซื้อเพิ่มขึ้น แต่เลือกซื้อสินค้าขนาดเล็กและนิยมซื้อจากร้านสะดวกซื้อใกล้บ้าน เนื่องจากมีเงินในการใช้จ่ายต่อครั้งไม่มากนัก การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกอย่าง Modern Trade ที่มีการปรับตัวให้มีขนาดเล็กและขยายสาขาไปยังต่างจังหวัดและให้เข้าถึงแหล่งชุมชนมากขึ้นในต่างจังหวัด อันส่งผลกระทบต่อร้านค้าขนาดเล็กและตลาดยี่เป็ดโดยตรง

จากสถานการณ์เศรษฐกิจที่ดีขึ้นทำให้คู่แข่งทุกรายพยายามจัดรายการส่งเสริมการขายกับห้างโมเดิร์นเทรด และร้านค้าที่มีหน้าร้าน เพื่อเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้กลยุทธ์ ลดราคา แถมของฟรีเมียม ชิงโชค ซื้อ 1 แถม 1 รวมถึงการซื้อพื้นที่ตั้งกองสินค้าเพิ่มเติม ทั้งในโมเดิร์นเทรดและร้านค้าทั่วไปในต่างจังหวัด

ปี 2560 บริษัทฯ (ในฐานะผู้นำตลาด) จึงได้มีการใช้จ่ายมากขึ้นทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การรักษาพื้นที่ขายทั้งในโมเดิร์นเทรดและร้านค้ารายใหญ่ในต่างจังหวัด ทำรายการส่งเสริมการขายกับร้านยี่เป็ดและโมเดิร์นเทรดตลอดทั้งปี รวมถึงเน้นการทำรายการส่งเสริมการขายให้ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น จัดรายการชิงโชคสำหรับผู้บริโภคและคู่ค้าในภาคอีสานและตะวันออก “โชควังชนคนซื้อภูเขาทอง” ในไตรมาสที่ 3-4/60 และจัดรายการสะสมยอดขายสำหรับอาหารในเดือน เมษายนถึงเดือนกันยายน 60 การออก Event ในงาน “Thai Fex” และกับคู่ค้าในงาน “Makro โชห่วย” เหมือนทุกปี ในปีนี้ยังเพิ่มการออก Event กับคู่ค้าอย่าง Lotus ในงาน “Lotus Expro” ที่เมืองทองธานีและงาน “Makro Horeca” ที่จังหวัดเชียงใหม่

ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย กิจกรรม Sale Blitz ทั่วทุกภาคของประเทศ การแนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยการทำอาหารให้กับผู้บริโภคได้ทดลองชิมทั้งในโมเดิร์นเทรดและร้านค้าใหญ่ในต่างจังหวัด จัด Event เทศกาลเจ กับคู่ค้าโมเดิร์นเทรด ร้านค้าใหญ่ รวมถึงศาลเจ้าต่างๆ ทั่วประเทศ ใช้สื่อ Online ในการประชาสัมพันธ์

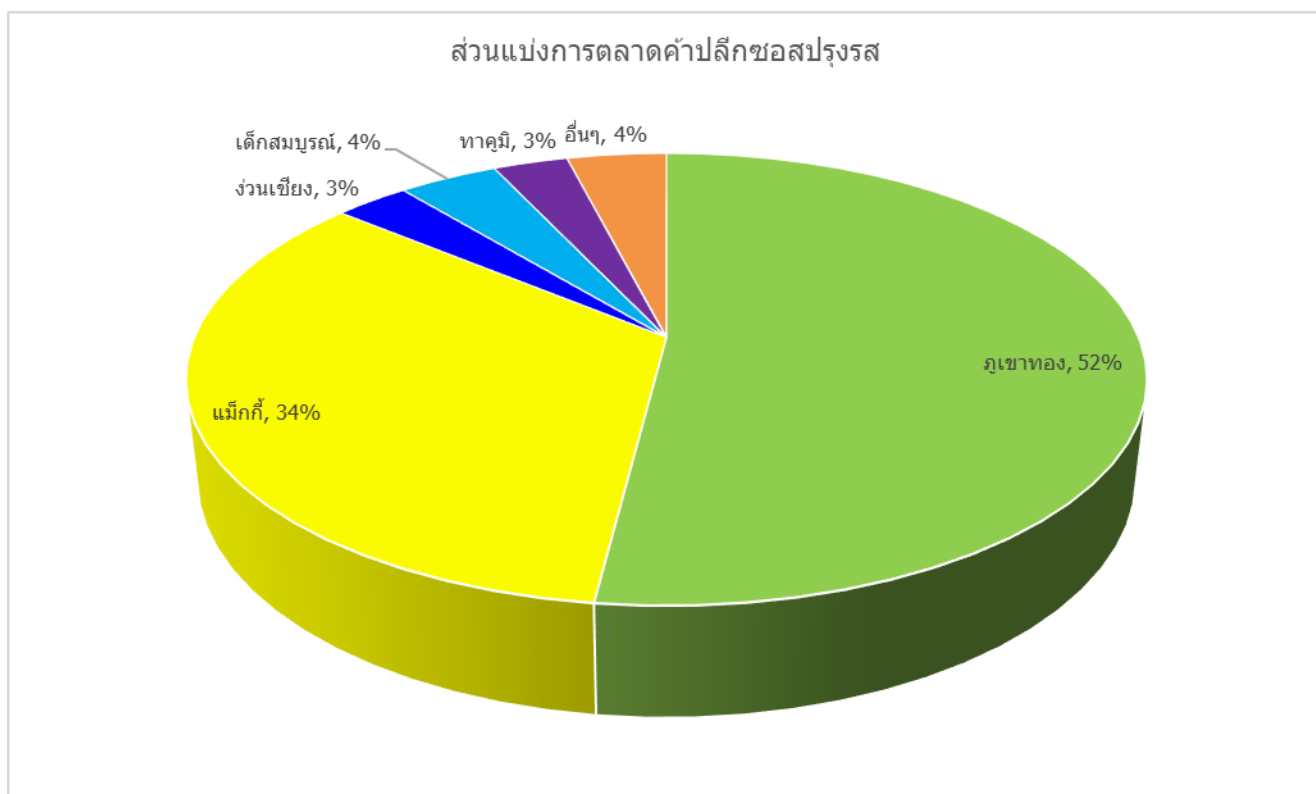
ขอสหพริกศรีราชา ตราศรีราชาพานิช โดยมีคุณกาสละแม(พัชรศรี เบญจมาศ) เป็นฟรีเซ็นเตอร์ และออกงาน Event ภายใต้อัฒติ “Food truck club on tour by Sriraja panich” ที่เอเซียทีก

นอกจากนี้ บริษัทฯได้มีการวางผลิตภัณฑ์ใหม่ ขอสหอยนางรม ตราอีซี่ ขนาด 660 กรัม เพื่อเป็นการสร้าง Market Share ในกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าราคาถูก โดยเริ่มวางสินค้าตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 60 อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นความสำคัญด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อผู้บริโภคเป็นสำคัญ

ภาพรวมอุตสาหกรรมปี 2560 เนื่องจากผลกระทบต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ในส่วนของกลุ่มเครื่องปรุงรส (ไม่รวมน้ำปลา และ ผงสำเร็จ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.20 จากลดลงร้อยละ 0.53 ในปี 2559 เป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.67 ในปี 2560 โดยเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่ม โดยเฉพาะน้ำส้มสายชูกลั่นเค็มโตร้อยละ 10

ในปี 2560 สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรสยังคงทวีความรุนแรง กว่าปี 2559 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของผู้ประกอบการเกิดและศิเคานท์สโตร์ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เพิ่มขึ้นผู้ผลิตแต่ละรายต้องพยายามผลิตให้มากผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขันในการทำตลาด และหลาย ๆ รายต้องออกสินค้ายี่ห้อรอง ๆ ของตนเอง หรือรับจ้างผลิตให้กับผู้ค้าปลีก เพื่อลดต้นทุนของตน ตลอดจนมีการจัดการการขายส่งเสริมการขาย เพิ่มมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในรูปของการ ลด แลก แจก แถม การเพ็คสินค้าคู่ ซึ่งไม่แตกต่างจากปี 2559 ที่ผ่านมา

ส่วนแบ่งตลาดค้าปลีก ขอสหปรุงรสในประเทศไทยประจำปี 2560



****แหล่งที่มา** อ้างอิงจากดัชนีค่าปลีกรายเดือนที่รายงานโดย Nielsen สำหรับตลาดซอสปรุงรสในช่วงเวลา 12 เดือน สิ้นสุด ณ เดือน กันยายน 2560 ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของ Nielsen (Copy @ 2017, Nielsen)

ปี 2560 มีเครื่องปรุงรสยี่ห้อต่าง ๆ อยู่ในตลาดถึงกว่า 70 ยี่ห้อ มีผู้ผลิตไม่น้อยกว่า 50 ราย ในปีนี้ได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่หลากหลายขึ้น เช่น ซอสปรุงสำเร็จสูตรต่าง ๆ ออกขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เล็กลงสำหรับผู้บริโภคย่อย บรรจุภัณฑ์แบบแพ็คเกจ บรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มปริมาณขึ้นสำหรับตลาดร้านอาหารหรือ อุตสาหกรรม

ซอสปรุงรส ครายี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดได้แก่ **ภูเขาทอง** มาร์เก็ตแชร์ 52 % * รองลงมาคือ **แม็กกี้** และครายี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ **เด็กสมบูรณ์** **ง่วนเซียง** **ทาคุมิ** **ฉลากทอง** เป็นต้น

ซีอัว ครายี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดได้แก่ **เด็กสมบูรณ์** รองลงมาคือ **ง่วนเซียง** ครายี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ **แม็กกี้** **ภูเขาทอง** เป็นต้น

ซอสพริกและน้ำจิ้มพริกต่าง ๆ ครายี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาด ค่าปลีกคือ **ภูเขาทอง** มาร์เก็ตแชร์ 28 %* รองลงมาได้แก่ **โรซ่า** ครายี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ **ไฮนซ์** **ไฮคิว** **ศรีราชาพานิช** **ม้าบิน** **แม่พลอย** เป็นต้น ส่วนน้ำจิ้มพริกซึ่งเป็นที่นิยมคือแม่ประนอม และพันท้ายนรสิงห์ แม่ศรี เป็นต้น และในปี 2560 มูลค่าตลาดค่าปลีกของซอสพริกลดลง 3 % ส่งผลกระทบกับทุกยี่ห้อ เนื่องจากผู้บริโภคนิยมบริโภคซอสพริกจากร้านอาหารมากกว่าซื้อซอสพริกกลับไปใช้เองที่บ้าน

ซอสหอยนางรม ครายี่ห้อผู้นำตลาดคือ **แม็คครัว** รองลงมาได้แก่ **เด็กสมบูรณ์** ครายี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ **แม็กกี้** **ง่วนเซียง** **ภูเขาทอง** **นกเพนกวิ้น** **ซันทอง** **ฉลากเงิน** **สามแม่ครัว** **ไฮนซ์** **ลิ้มก๊ี้** เป็นต้น

ซอสมะเขือเทศ ครายี่ห้อผู้นำตลาดคือ **โรซ่า** และ **ไฮนซ์** ครายี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ **ภูเขาทอง** **กิ่งศักดิ์** เช่น เป็นต้น **น้ำส้มสายชูกลั่น** ครายี่ห้อผู้นำตลาดคือ **อสร.** รองลงมาคือ **ภูเขาทอง** ครายี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ **ทิพรส** **ฉลากทอง** **คิวพี** และ **เกษตร** เป็นต้น

***แหล่งที่มา** อ้างอิงจากข้อมูลดัชนีค่าปลีกรายเดือนที่รายงานโดย Nielsen สำหรับตลาดซอสปรุงรส และตลาดซอสพริก ในช่วงเวลา 12 เดือน สิ้นสุด ณ เดือน กันยายน 2560 ซึ่งเป็นข้อมูลของตลาดในประเทศไทย ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของ Nielsen (Copy @ 2017, Nielsen)

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์

(1) การจัดหาได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีโรงงาน 2 แห่ง คือ

1) บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เลขที่ 208 หมู่ 6 ถนนท้ายบ้าน ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280 ดำเนินการผลิตเครื่องปรุงรสอาหาร ในปี 2560 มีกำลังการผลิต 111,790 ตัน/ปี เท่ากับปี 2559 ในปี 2560 มีอัตราการใช้กำลังการผลิต 89.47% เพิ่มขึ้นจาก 85.16% ในปี 2559 หรือเพิ่มขึ้น 4.30 %

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

ดำเนินการผลิตทองพริก และ ทองกระเทียม ส่งสำนักงานใหญ่เพื่อเป็นวัตถุดิบผลิตซอสพริก

วัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

ประเภทสินค้า	ชนิดวัตถุดิบ	แหล่งที่มา
ซอสปรุงรส	ธัญพืชสัสด้าน	ในประเทศ และ อเมริกา
	โซดาแอช	จีน
	น้ำตาลทราย, เกลือป่น	ในประเทศ
ซอสพริก	พริกชี้ฟ้า	ในประเทศ
	กระเทียม	ในประเทศ และ จีน
	น้ำส้มสายชูกลั่น	ผลิตเอง
	มะเขือเทศเข้มข้น	ออสเตรีย
ซอสหอยนางรม	หอยนางรมสด	ในประเทศ
น้ำส้มสายชูกลั่น	แอลกอฮอล์	ในประเทศ
ซีอิ๊วขาว	ถั่วเหลืองเม็ด	ในประเทศ

สัดส่วนวัตถุดิบในการผลิตเครื่องปรุงรสที่ซื้อจากแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศเป็น 55.77 % และที่ซื้อจากแหล่งวัตถุดิบต่างประเทศเป็น 44.23% ไม่มีต้นทุนวัตถุดิบชนิดใดชนิดหนึ่งสูงกว่าร้อยละ 50 ของต้นทุนการผลิตรวม

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

บริษัทฯ ไม่มีปัญหาในเรื่องการจัดหาวัตถุดิบสำคัญๆ เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายส่วนมากเป็นผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายรายใหญ่ของอุตสาหกรรมประเภทนั้นๆ

(ข) การดำเนินการของบริษัทฯ เพื่อลดผลกระทบของกระบวนการผลิตต่อสิ่งแวดล้อม

ของเสียจากกระบวนการผลิตของบริษัทฯ จำแนกได้เป็น 2 ลักษณะคือ น้ำเสีย และ อากาศเสีย ซึ่งบริษัทฯ ใช้ระบบบำบัดในสถานที่ของบริษัทฯ โดยมีการแยกแยะคือ

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

ระบบบำบัดอากาศเสีย ใช้น้ำเป็นตัวลดอุณหภูมิและจับฝุ่น , ไอสารเคมีที่ใช้ในกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน ทั้งระบบบำบัดน้ำเสียและบำบัดอากาศเสียออกแบบโดยวิศวกรที่ปรึกษา ส่วนการใช้งานระบบนั้นบริษัทฯ มีวิศวกร และผู้ปฏิบัติงานควบคุมดูแลตลอดเวลาการผลิต จึงมั่นใจได้ว่าไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามประกาศกระทรวง อุตสาหกรรม กำหนดคุณลักษณะของน้ำทิ้งที่ระบายออกจากโรงงาน ข้อ 2 กำหนดไว้ดังนี้ (15) ค่าบีโอดี (Biochemical Oxygen Demand) ที่อุณหภูมิ 20 องศาเซลเซียส เวลา 5 วัน ไม่มากกว่า 20 มิลลิกรัมต่อลิตร ค่าบีโอดี เหลือทั้งปี 2560 เท่ากับ 9.50 มิลลิกรัมต่อลิตร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการควบคุมสิ่งแวดล้อม 3 ปีย้อนหลังดังต่อไปนี้

2560	จำนวน	3.10 ล้านบาท
2559	จำนวน	3.28 ล้านบาท
2558	จำนวน	2.88 ล้านบาท

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านการประกอบธุรกิจ

-การพึ่งพิงลูกค้า

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

ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ยอดขายให้ลูกค้า Discount Store รายใหญ่ 3 รายรวมกันประมาณร้อยละ 22 ของยอดขาย

	2560	2559	2558
ยอดขายลูกค้าโมเดิร์นเทรด 3 รายใหญ่ (พันบาท)	617,688	592,086	592,151
คิดเป็น อัตราร้อยละของยอดขายรวม	22.59	22.48	21.80

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

จากฐานลูกค้าที่หลากหลายดังกล่าว ประกอบกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและ เครื่องหมายการค้า “ตราภูเขาทอง” ที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมานานกว่า 63 ปี จึงเป็นข้อได้เปรียบของบริษัท

ความเสี่ยงด้านการผลิต

-การขาดแคลนวัตถุดิบ

ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายย่อยราย แต่ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายใหญ่ของอุตสาหกรรมประเภทนั้นๆ และสามารถส่งมอบวัตถุดิบให้บริษัทฯ ได้ต่อเนื่องตลอดทั้งปี ไม่มีปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ เนื่องจากหากไม่ซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายประจำก็สามารถซื้อจากผู้จำหน่ายรายอื่นๆ ในอุตสาหกรรมประเภทนั้นๆ ซึ่งมีจำนวนหลายราย แต่อาจจะต้องซื้อในราคาที่แพงขึ้นเล็กน้อย สำหรับวัตถุดิบบางประเภทซึ่งมีลักษณะเป็นฤดูกาล เช่น พริกชี้ฟ้า พริกขี้หนู กระเทียม ทางบริษัทฯ จะบริหารความเสี่ยงโดย จะทำการซื้อในฤดูกาลผลิตและจะทำการแปรรูปวัตถุดิบเพื่อให้ใช้ได้ตลอดปี

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

ประมาณ 23 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ สามารถชดเชยได้ในไตรมาส 1/2552 หลังจากนั้นบริษัทยังไม่เคย
ประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบดังกล่าว เนื่องจากบริษัทฯ ได้ลงทุน Storage tank เพิ่ม

ความเสี่ยงด้านการบริหาร การจัดการ

ณ วันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 กลุ่มตระกูล วิญญูรัตน์ ถือหุ้นในบริษัท ร้อยละ 79.91 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท จึงทำให้สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องแต่งตั้งกรรมการ หรือ การขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมาย หรือ ข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินที่มีนัยสำคัญของบริษัท มีดังนี้

ประเภทลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า(พันบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน 13 แปลง ที่ตั้ง จ. สมุทรปราการ			
จำนวน 54 ไร่ 3 งาน 69 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	106,494	ติดจำนองมูลค่า 85 ล้านบาท
			2 แปลง จำนวน 41 ไร่ 45 ตารางวา ไม่มีหนี้ค้ำชำระ
2. ที่ดิน 5 แปลง ที่ตั้ง จ. ลำปาง			
จำนวน 34 ไร่ 3 งาน 8 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	6,925	
3. อาคารสำนักงาน ที่ตั้ง จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	69,775	
4. อาคารสำนักงาน ที่ตั้ง จ.ลำปาง	เป็นเจ้าของ	2,993	
5. อาคารโรงงาน ที่ตั้ง จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	211,621	
6. อาคารโรงงาน ที่ตั้ง จ.ลำปาง	เป็นเจ้าของ	19,459	
7. เครื่องจักรในการผลิตเครื่องปรุงรส จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	583,737	
8. เครื่องจักรในการผลิตเครื่องปรุงรส			
ระหว่างก่อสร้าง เป็นเจ้าของ		8,066	

ที่ดินยังไม่ได้ใช้ดำเนินงาน

1. ที่ดิน 11 แปลง ที่ตั้ง อ. บางปะกง 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 2560 เป็นราคาประเมิน ตามรายงานการประเมินของผู้ประเมินราคาอิสระเมื่อปี 2559

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>23,430</u>
เครื่องหมายการค้าสุทธิ	<u>435</u>
ค่าธรรมเนียมสิทธิ (พันบาท)	2,000
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>1,036</u>
ค่าธรรมเนียมสิทธิสุทธิ	<u>964</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (พันบาท)	14,644
หัก ค่าตัดจำหน่าย	<u>7,441</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์สุทธิ	<u>7,203</u>
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้ง (พันบาท)	<u>-</u>
รวมสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	<u>8,602</u>

บริษัทไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยแต่อย่างใด

เงินลงทุนในบริษัทร่วม (พันบาท)

	สัดส่วนความเป็นเจ้าของ	ทุนชำระแล้ว	เงินลงทุน	เงินลงทุน
			ราคาทุน	วิธีส่วนได้เสีย
บริษัท ยามาฮ่า(ประเทศไทย) จำกัด	26 %	20,001	5,199	9,083
บริษัท เอ็กซ์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	40 %	20,000	<u>16,000</u>	<u>13,523</u>
รวมเงินลงทุนในบริษัทร่วม			<u>21,199</u>	<u>22,606</u>
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่า			<u>8,000</u>	-
สุทธิ			<u>13,199</u>	<u>22,606</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 “อีจู้”

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

768 คน

ชื่อบริษัทร่วม	บริษัท ขามาซ่า (ประเทศไทย) จำกัด
ประกอบธุรกิจหลักประเภท	จำหน่ายซีอิ๊วญี่ปุ่นและอื่น ๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตรา “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 ตรา “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
1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ 02-6772000
โทรสาร 02-6772222