

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

##### 1.1 วิสัยทัศน์วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

**พันธกิจ:** นำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม

ความหมายของสุขภาวะที่ดี คือการมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีซึ่งต้องได้มาจากการดำเนินชีวิตโดยรวม มิใช่จากการเน้นทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งต้องใช้ทั้งวินัย และเวลาไม่มีทางลัดดังนั้น ทิปโก้ จึงไม่ใช่บริษัทที่มุ่งขายผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวแต่เราเป็นบริษัทที่เกิดมาเพื่อเรียนรู้เข้าใจการใช้ชีวิตของผู้คนและคิดค้นเพื่อนำเสนอรูปแบบการใช้ชีวิตที่นำมาซึ่งสุขภาวะที่ดีโดยใช้ผลิตภัณฑ์และบริการเป็นตัวตอบโต้ของการนำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม

**วิสัยทัศน์ :** เป็นบริษัทที่ขับเคลื่อนชั้นนำตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้มีส่วนร่วมทางธุรกิจ

**(ผู้มีส่วนร่วมทางธุรกิจ คือ พนักงานผู้บริหารลูกค้าทางธุรกิจผู้ร่วมทุนสังคม)**

เพื่อให้พันธกิจของเราเป็นจริง ทิปโก้ไม่สามารถเป็นเพียงแค่ผู้สนองตอบความต้องการของผู้บริโภคเท่านั้น แต่ต้องเป็นผู้ที่ชี้นำและขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงรูปแบบการใช้ชีวิตด้วย และการขับเคลื่อนชั้นนำตลาดดังกล่าวจะต้องนำมาซึ่งมูลค่าเพิ่มแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า พันธมิตร ผู้ถือหุ้น ผู้สนับสนุนทางการเงิน ตลอดจนชุมชนและสังคม กล่าวคือต้องนำมาซึ่งชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของทุกฝ่าย

**บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)** ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2519 โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 10 ล้านบาท ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท มีทุนชำระแล้ว 482.6 ล้านบาท บริษัทและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจหลักประเภทผลิตและจำหน่ายสับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรดเข้มข้น น้ำผลไม้รวมและเครื่องดื่มบรรจุพร้อมดื่ม น้ำแร่ธรรมชาติพร้อมดื่ม และผลิตสารสกัดจากสมุนไพรและการเกษตร โดยจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ **ทิปโก้** ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9002 เป็นแห่งแรกของโลกในด้านการผลิตสับปะรดซึ่งได้ปรับปรุงเป็น ISO 9001 Version 2000 และยังผ่านการรับรองระบบ HACCP (HAZARD ANALYTICAL CRITICAL CONTROL POINT) จากบริษัท SGS(Thailand) จำกัด นอกจากนี้ยังได้รับ SGF TRMAV (Sure-Global- Fair) การได้รับการรับรองมาตรฐานเป็นหลักประกันต่อคุณภาพสินค้าของบริษัทว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสากล ในเดือนธันวาคม 2549 บริษัทได้ผ่านการรับรองระบบ ISO 22000 ซึ่งเป็นระบบเกี่ยวกับ Food Safety Management โดยเป็นโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องรายแรกในประเทศไทย ที่ได้รับการรับรองและยังเป็นบริษัทแรกในโลกที่ได้รับการตรวจประเมินแบบ Integrate ระหว่างระบบ ISO

9001:2000, GMP, HACCP และ ISO 22000 พร้อมกันในครั้งเดียว และในวันที่ 5 กรกฎาคม 2550 **ทิปโก้** ได้ประกาศอีกก้าวหนึ่งของความสำเร็จ ด้วยการได้รับการรับรอง “Single Food Audit Pack” โดยเป็นบริษัทอาหารแห่งแรกในประเทศไทย ที่ผ่านการตรวจสอบในทุกกระบวนการพร้อมกันในครั้งเดียว ได้แก่ระบบ ISO 9001, ISO 22000, HACCP, GMP และ IFS ในปี 2551 บริษัทได้รับมาตรฐาน FAI ซึ่งเป็นโปรแกรมการตรวจสอบ Food Safety and Food Security โดยสถาบัน FAI (Food Audit International) โดยที่ **ทิปโก้** ได้รับ rating “Excellent” นอกจากนี้ยังได้รับ Organic Aloe Vera Certified จากกรมวิชาการเกษตรและ Organic Agriculture Certification Thailand สำหรับการปลูกว่านหางจระเข้อีกด้วยในปี 2554 โรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องได้รับใบรับรองมาตรฐาน มรท.8001-2553 ระดับสมบูรณ์ขั้นริเริ่ม นอกจากนี้ ในปี 2556 โรงงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังได้ได้รับรางวัล สถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานเป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระดับประเทศ จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และยังได้รับโล่เกียรติคุณ โครงการลดการสูญเสียในวงจรการผลิตและเพิ่มผลิตภาพแรงงาน จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

**ทิปโก้** ได้รับรางวัลในการส่งเสริมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จากกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์และรางวัล CSR-DIW Continuous Award 2556 ได้รับต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ในฐานะผู้ประกอบการที่ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน และพร้อมเข้าสู่มาตรฐานสากล เทียบชั้น ISO 26000 ก้าวสู่ Sustainable Development จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งต่อมา **ทิปโก้** ได้รับการประเมินผลการกำกับดูแลกิจการของบริษัท ประจำปี 2556 โดยบริษัทภิบาลแห่งชาติ มีคะแนนรวม 89% อยู่ในระดับ “ดีมาก”

นอกจากนี้ **ทิปโก้** ยังมีระบบการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ มีการดำเนินการป้องกันความเสี่ยงและจัดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นขั้นตอน ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา **ทิปโก้** ได้เน้นในเรื่องการปรับปรุงกระบวนการจัดการภายในตั้งแต่ประมาณการความต้องการสินค้าของลูกค้าจนถึง การส่งมอบสินค้า (Demand & Supply Management) อีกด้วย **ทิปโก้** มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ควบคุมการผลิตให้มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งขายในราคาที่เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดของผู้บริโภคส่งผลให้ **บริษัท ทิปโก้ เอฟ.แอนด์บี จำกัด** ได้รับรางวัลการจัดการ โลจิสติกส์ดีเด่น ประจำปี 2554 ของกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม

ในปีนี้ **ทิปโก้** ได้มีการปรับมาตรฐานการดูแลสังคมและแรงงานของทิปโก้ให้สอดคล้องกับข้อเรียกร้องและมาตรฐานของลูกค้าจากกลุ่มยุโรป โดยเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กร BSCI (Business

Social Compliance Initiative) และ SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) ซึ่งจะต้องดำเนินการธุรกิจและการผลิตตาม แนวทางปฏิบัติ และระบบการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสังคมในกระบวนการผลิต ที่เน้นการดูแลสังคมสิ่งแวดล้อม และแรงงาน

ในส่วนของการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตนั้น ทางโรงงานได้ดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักรและลดต้นทุนการผลิตโดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมาปรับปรุง รวมถึงการติดตั้งเครื่องจักรใหม่เพื่อให้สามารถรองรับการขยายการเติบโตที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตด้วย จากการที่รักษาระดับคุณภาพและมาตรฐานการผลิตตลอดมา ทำให้บริษัทสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่ พร้อมทั้งมีการซื้อขายอย่างต่อเนื่องตลอดช่วง 37 ปีที่ผ่านมา จนเป็นที่กล่าวนานว่า **ทิปโก้** ผลิตแต่สินค้าที่มีคุณภาพและมีราคาที่เหมาะสม (Competitive Price)

ความสำเร็จของ **ทิปโก้** เกิดขึ้นจากความตั้งใจของพนักงานและทีมบริหารที่พร้อมจะนำสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อเสนอให้กับลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าคือความภาคภูมิใจของเรา นอกจากนี้เรายังมีการพัฒนาการที่ไม่หยุดยั้งในการสร้างสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด เรามีทีมงานที่มีประสิทธิภาพ และยังมีโปรแกรมการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องแรงบันดาลใจของเราจะดำเนินต่อไป เราได้เตรียมการที่จะนำเสนอสินค้าและวิธีการใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคในปีต่อไป เราได้ตั้งปณิธานกับตนเองว่าเราจะนำความปรารถนาของลูกค้าเป็นที่ตั้งและจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้วิถีชีวิตของผู้บริโภคดีขึ้น

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปีพ.ศ. 2532 บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นโดยการจดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีการกระจายหุ้นสู่ประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ยังคงกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นกลุ่มบุคคลเดิม โดยมีสัดส่วนการถือครองหุ้นลดลง

ปีพ.ศ. 2536 บริษัทฯ ได้ขยายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด โดยได้ขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ซึ่งผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ของบริษัทได้รับการตอบรับอย่างดีจากตลาดผู้บริโภคภายในประเทศ ต่อมาบริษัทฯ ได้ทุ่มเทให้กับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และมีนโยบายเพิ่มผลิตภัณฑ์อย่างน้อยปีละหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2540 เป็นต้นมาในปี 2550 ได้มีการจับมือเป็นพันธมิตร กับ บริษัท ชันโทรี ประเทศญี่ปุ่น มีเป้าหมายร่วมกันกับบริษัท ชันโทรี ในการขยายตลาดทั้งผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญและผลิตภัณฑ์เด่นจากบริษัท ชันโทรี ไปยังตลาดในประเทศและตลาดอาเซียน โดยใช้โรงงานเครื่องดื่มที่ทันสมัยที่อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งผลิตในสายธุรกิจเครื่องดื่มทิปโก้ยังคงสร้างความเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยกลยุทธ์สำคัญที่เน้นให้ความสำคัญด้านคุณภาพสินค้าและการแนะนำสินค้าใหม่ จากผลงานการพัฒนาสินค้าโดยทีมงานมืออาชีพ และการลงทุนพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งได้สร้างความเข้มแข็งให้กับตราสินค้าทิปโก้ให้ได้รับความเชื่อถือและเป็นที่ไว้วางใจของผู้บริโภคเสมอมา

ปีพ.ศ. 2547 บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจใหม่เข้าสู่ธุรกิจค้าปลีก น้ำผลไม้ปั่นสด โดยใช้ตราผลิตภัณฑ์ Squeeze Juice Bar โดยเริ่มต้นเพียง 10 สาขา จนถึงปีพ.ศ. 2550 ได้จัดตั้งบริษัท ทิปโก้รีเทล จำกัด เพื่อรองรับ การขยายตัวของธุรกิจนี้ ปัจจุบันมีร้าน Tipco Squeeze Juice Bar ทั้งสิ้น 56 สาขา โดยบริษัทเป็นเจ้าของ 47 สาขา และเป็น Franchise 9 สาขา บริษัทได้มีการปรับยุทธศาสตร์ เรื่องของการปรับเมนูและรูปแบบ ของสาขาเก่าที่ สร้างทั้งยอดขายและกำไรอย่างต่อเนื่อง และวางแผนงานธุรกิจระยะยาวในการขยายสาขาใหม่ๆ โดยในการขยาย สาขาใหม่จะปรับขนาดและเมนูของร้านให้เหมาะสมกับสาขาในแต่ละช่องทาง

ปีพ.ศ. 2550 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด ซึ่งมีสินทรัพย์ที่สำคัญคือ พื้นที่เพาะปลูก จำนวน 6,899 ไร่ 1 งาน 20.4 ตารางวา ห้องปฏิบัติการชีววิทยา Tissue Culture Lab สำหรับคัดเลือกและขยาย สายพันธุ์พืช และโรงงานสกัดสารจากพืช

ปีพ.ศ. 2552 บริษัทฯ ได้เปิดตัวสับปะรดพันธุ์ทิปโก้หอมสุวรรณ ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี โดยสับปะรดพันธุ์นี้มีลักษณะเด่นคือ กลิ่นหอม เนื้อมีสีเหลืองทองทั้งลูก เนื้อแน่น ไม่ฉ่ำน้ำ ตาสับปะรดต้น มีความสุกทั่วกันทั้งลูก ปริมาณวิตามินซีสูงกว่าสับปะรดศรีราชาถึง 4 เท่า และยังมีโรงงานสกัดสารจากพืช และสมุนไพรด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ซึ่งมีประสิทธิภาพและระบบความปลอดภัย ในระดับสูง โดยทางบริษัทมีบริการครบวงจรแก่ลูกค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบการอบแห้งบดผงและ ผลิต เป็นสารสกัด อีกทั้งยังมีบริการพัฒนากระบวนการสกัดร่วมกับลูกค้าเริ่มตั้งแต่ระดับทดลองใน ห้องปฏิบัติการตลอดจนผลิตจริงในระดับอุตสาหกรรม

ปีพ.ศ. 2556 บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นและให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการพัฒนาศักยภาพของ บริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด โดยพัฒนาระบบคุณภาพการผลิตและการขยายการทำกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่ง โรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพรนี้ ประกอบไปด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุด ของประเทศไทย ซึ่งมีประสิทธิภาพและระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยทางบริษัทมีบริการครบวงจรแก่ลูกค้าซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ Good Manufacturing Practice (GMP) จากสถาบันอาหาร (National Food Institute)

**การรับรองคุณภาพของสินค้ามาตรฐานสากลต่างๆโดยมีลำดับดังต่อไปนี้**

ปีพ.ศ. 2537                      มาตรฐาน ISO 9002 โดยเป็นโรงงานสับปะรดกระป๋องแห่งแรกของโลกที่ได้รับ มาตรฐานนี้ โดยการรับรองของสำนักงานผลิตภัณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรม และสถาบัน RW TUV ประเทศเยอรมัน

ปีพ.ศ. 2538                      มาตรฐาน HACCP โดยการรับรองของ เอสจีเอส (ประเทศไทย)

ปีพ.ศ. 2543                      มาตรฐาน ISO 9002 สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรด และน้ำสับปะรดเข้มข้น โดย การรับรองของ SGF International E.V./IRMA ประเทศเยอรมัน

ปีพ.ศ. 2545                      มาตรฐาน HALAL รับรองโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

	มาตรฐาน KOSHER รับรองโดย Thai Kashurt Service Co., Ltd.
ปีพ.ศ. 2545/2546	มาตรฐาน BRC ที่ผู้ค้าปลีกในเครือสหราชอาณาจักรได้จัดทำขึ้น เพื่อประเมินผู้ผลิตอาหารที่ส่งไปประเทศอังกฤษ ได้รับการรับรองโดย เอสจีเอส (ประเทศไทย) และโดย EFAIA (SAI GLOBAL)
ปีพ.ศ. 2546	มาตรฐาน ISO 9001 version 2000 รับรองโดยเอสจีเอส (ประเทศไทย)
ปีพ.ศ. 2547	มาตรฐาน International Food Standard (IFS) ที่ผู้ค้าปลีกในประเทศเยอรมันและฝรั่งเศส ได้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินผู้ผลิตอาหารที่ส่งไปประเทศแถบยุโรป รับรองโดยเอสจีเอส ประเทศเยอรมัน
ปีพ.ศ. 2549	มาตรฐาน ISO 22000 ในเรื่อง Food Safety Management เป็นบริษัทผู้ผลิตอาหารรายแรกในประเทศไทยที่ได้รับมาตรฐานนี้ รับรองโดย เอสจีเอส(ประเทศไทย)
ปีพ.ศ. 2550	ได้รับการตรวจประเมินแบบ Integrated Audit รวม 5 ระบบพร้อมกัน คือ ISO 22000, ISO 9001, GMP, HACCP, และ IFS (Single Food Audit Pack) เป็นบริษัทแรกของประเทศไทย รับรองโดย เอสจีเอส (ประเทศไทย) ซึ่งต่อมา เอสจีเอส ได้ใช้ทิปโก้เป็นต้นแบบของการตรวจประเมินแบบ Integrate Audit สำหรับทั่วโลกในปีเดียวกันบริษัท ได้รับการรับรองระบบ GMA-SAFE AUDIT ของประเทศสหรัฐอเมริกาในเรื่อง Food Safety โดย Food Audit International (FAI)
ปีพ.ศ. 2550/2551	ได้รับการรับรองสินค้าว่าทางจระเข้คอกอกานิกปลอดเชื้อ ตั้งแต่การปลูกในไร่จนถึงการผลิตในโรงงาน โดยกรมวิชาการเกษตร
ปีพ.ศ. 2551/2552	ได้รับการรับรอง IFOAM Organic Standards สินค้าว่าทางจระเข้คอกอกานิกปลอดเชื้อตั้งแต่การปลูกในไร่จนถึงการผลิตในโรงงาน โดยสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ไทย
ปีพ.ศ. 2552	ได้รับการรับรอง Food Safety and Food Security Audit Program ของประเทศสหรัฐอเมริกา โดย FAI (ประเทศไทย) ซึ่งผลการประเมินอยู่ในระดับ “Excellent”
ปีพ.ศ. 2553	มาตรฐาน ISO 9001 version 2008 รับรองโดย เอสจีเอส (ประเทศไทย)
ปีพ.ศ. 2554	ได้รับรางวัลธรรมชาติมาภิบาลสิ่งแวดล้อม ของโรงงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ใบรับรองมาตรฐาน มรท.8001-2553 ระดับสมบูรณ์ขั้นริเริ่มและรางวัล สถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ และสวัสดิการแรงงาน
ปีพ.ศ. 2555	โรงงานประจวบได้มีการเพิ่มขอบเขตของการรับรองสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าว (Coconut water) ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP / BRC / IFS และ ผลิตภัณฑ์ผลไม้ในถ้วยพลาสติก(Fruit in Plastic Cup) ได้รับ

การรับรองมาตรฐาน GMP/HACCP/IFS ผลิตภัณฑ์สับประรดสามารถผ่านมาตรฐานโรงงานของ TESCO และ YUM ผลิตภัณฑ์สับประรดผลไม้รวม น้ำสับประรดเข้มข้น และผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้ สามารถแสดงเครื่องหมาย STAR K ของ Kosher ได้แล้วนอกเหนือจากการที่ได้รับการรับรองกระบวนการผลิตในเดือนมิถุนายน ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพสินค้าอาหารสำหรับธุรกิจค้าปลีก ประเทศอังกฤษ (British Retail Consortium, BRC) และโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพร ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ Good Manufacturing Practice (GMP) จากสถาบันอาหาร (National Food Institute)

### การเปลี่ยนแปลงในปีที่ผ่านมา

ปี พ.ศ. 2556 เป็นอีกปีหนึ่งที่ บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด(มหาชน) ได้เริ่มปักหมุดหมายหลักใหม่ทางธุรกิจอีกครั้งกับธุรกิจกะทิคั้นสดบรรจุกระป๋อง สายการผลิตได้เริ่มต้นอย่างเป็นทางการในเดือนเมษายน จุดเด่นของสายการผลิตนี้อยู่ที่ความใกล้ชิดกับแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งของมะพร้าวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย จากประสบการณ์เกือบสี่ทศวรรษในการผลิตผลไม้บรรจุในกระป๋อง ทำให้สายการผลิตกะทิคั้นสดบรรจุกระป๋องของทิปโก้สามารถได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพสินค้าอาหารสำหรับธุรกิจค้าปลีก ประเทศอังกฤษ (British Retail Consortium, BRC) ในเดือนมิถุนายน ซึ่งเป็นหนึ่งในมาตรฐานสินค้าอาหารสากล (Global Standard for Food Safety) ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ในปีแรกนี้เองสินค้าของเราได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดีจากลูกค้านานาชาติประเทศ เช่น ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน บรูไน ชองกง จีน ปานามา แคนาดา และแอฟริกาใต้ เป็นต้น ในปีนี้มีการนำมะม่วงมาบรรจุในถ้วยพลาสติกขนาด 4 ออนซ์เข้าไปในรายการของผลไม้บรรจุในถ้วยพลาสติก โดยตลาดหลักสำหรับสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา และผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋องยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ปี 2556 บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด ภาพรวมของเศรษฐกิจค่อนข้างชะลอตัว มีผลให้ตลาดน้ำผลไม้โดยรวมมีการเติบโตไม่มากนัก อย่างไรก็ตามภาพรวมของตลาดน้ำผลไม้เติบโตจากสินค้าในกลุ่มน้ำผลไม้ 100% เป็นหลัก ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคหันมาสนใจในการดูแลสุขภาพมากขึ้น และทางบริษัทเองก็มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าแต่ละกลุ่มอายุได้ดียิ่งขึ้น โดยเริ่มจากกลุ่มเด็ก ได้ทำการปรับปรุงสูตรน้ำผลไม้ 100% สำหรับเด็ก ทิปโก้ซูเปอร์คิด พร้อมด้วย license การ์ตูนคลาสสิกตลอดกาล มิกกี้เมาส์ จากค่าย Disney เพื่อให้เกิดความสนใจและทดลองดื่มพร้อมจัดทำสื่อการตลาด ให้ความรู้ทางโภชนาการกับเด็กๆถึงในโรงเรียนใน และสื่อที่จุกขาย ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีมาจากกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงร้านค้า และทำการขยายช่องทางการขายในร้านสะดวกซื้อ ได้ทั่วถึงยิ่งขึ้นและในปีนี้นับว่าได้ร่วมกับพันธมิตร มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาพร้อมดื่มที่ออกสู่ตลาด คือ “ทิพลัส” ผลิตจาก ชาอู่



หลง ที่มีสารโอทีพีพี (ลิขสิทธิ์การผลิตเฉพาะของชนโตรี ประเทศญี่ปุ่น) จุดเด่นของ “ทีพลัส” คือ ความหอมของชาؤلหลงแท้ๆ ซึ่งสามารถยับยั้งการดูดซึมไขมันเข้าสู่ร่างกายได้ถึง 20% มี 3 รสชาติ คือ รสต้นตำรับ รสการ์ดีเนียผสมเลมอน และรสปราศจากน้ำตาล จัดจำหน่ายตั้งแต่ไตรมาสที่ 4 ของปี 2556 ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากลูกค้า

ปี 2556 บริษัททิปโก้ รีเทล จำกัด สภาพแวดล้อมธุรกิจค้าปลีก มีผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่เป็นผลกระทบหลัก โดยเฉพาะค่าแรง 300 บาท รวมถึงสถานการณ์ทางการเมืองในช่วงปลายปี ทำให้ในปี 2556 ธุรกิจค้าปลีกของทิปโก้ได้ชะลอในการขยายธุรกิจ แต่มุ่งเน้นในการปรับโมเดลทางธุรกิจที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก ธุรกิจค้าปลีกของทิปโก้จะเป็นอีกช่องทางที่จะประสานทุกธุรกิจของทิปโก้และสร้างโอกาสทางการตลาดจากทุกธุรกิจให้มากขึ้นด้วยสาขาและช่องทางที่เราสามารถบริหารได้เอง ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของทิปโก้ให้แข็งแกร่งขึ้นโดยรวม

ปี 2556 บริษัททิปโก้ ไบโอเทค จำกัดนับจากวันที่แนะนำสับปะรดสด พันธุ์ทิปโก้หอมสุวรรณ เข้าสู่ตลาดอย่างจริงจังจนกระทั่งถึงปัจจุบันรวม 3 ปีเต็ม (2554-2556) ได้รับการตอบรับอย่างดีจากลูกค้าเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่น่ายินดีของธุรกิจใหม่ การขายผลไม้สดของทิปโก้ซึ่งแตกต่างจากการขายน้ำผลไม้บรรจุกล่องอย่างสิ้นเชิง ทั้งในด้านการขายและบริการในปีนี้สับปะรดหอมสุวรรณสามารถสร้างยอดขายได้ก้าวกระโดด เช่นเดียวกับปีที่ผ่านมาโดยมียอดขายเพิ่มขึ้น 2 เท่า แม้ปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ชื่นชอบความโดดเด่นของคุณลักษณะและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของทิปโก้หอมสุวรรณและ บริษัทยังมีโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพรด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยซึ่งมีประสิทธิภาพและระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยทางบริษัทมีบริการครบวงจรแก่ลูกค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบการอบแห้งบดผงและผลิตเป็นสารสกัด อีกทั้งยังมีบริการพัฒนากระบวนการสกัดร่วมกับลูกค้าเริ่มตั้งแต่ระดับทดลองในห้องปฏิบัติการ ตลอดจนผลิตจริงในระดับอุตสาหกรรม บริษัทมีความพยายามพัฒนาระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพGMP ในปี พ.ศ.2556 ที่ผ่านมานี้เนื่องจากธุรกิจสารสกัดเป็นธุรกิจใหม่ภายใต้ผลิตภัณฑ์ในแบรนด์ทิปโก้ ในปี พ.ศ.2556บริษัทจึงได้เปิดตัวธุรกิจโดยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่รู้จักกันดีในวงการธุรกิจสารสกัดคือ งาน Food ingredients Asia 2013 และ งาน In-cosmetics Asia 2013 โดยในงานแสดงสินค้านี้ดังกล่าว ผลิตภัณฑ์สารสกัดของบริษัทได้รับความสนใจเป็นอย่างมากจากผู้ร่วมงาน

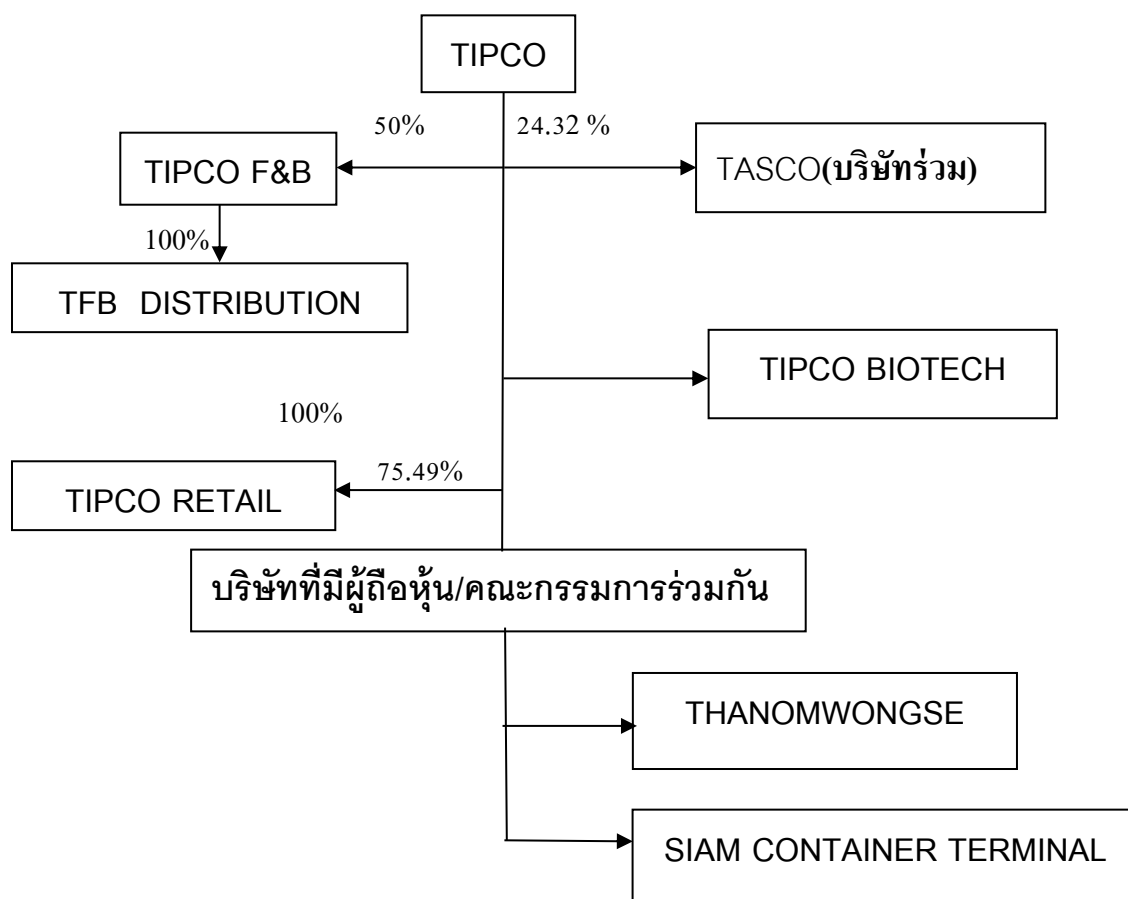
### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

#### นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทฯในกลุ่ม

ทีมผู้บริหารของบริษัท จะรับผิดชอบดูแลการดำเนินงานในบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด บริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด และ บริษัท ทีเอฟบี ดิสทริบิวชั่น จำกัด(เรียกรวมเป็น กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้) โดยที่บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องอื่น มีทีมบริหารแยกต่างหากจากกัน

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยบริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน

แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์







## ข้อมูลของบริษัทย่อยบริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

### 1. บริษัท ทิปโก้แอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน) (TASCO)

**ประเภทกิจการ** : โรงงานผลิตและจำหน่าย ยางแอสฟัลท์ ยางมะตอยน้ำ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากยางมะตอย หรือมีส่วนผสมของยางมะตอยอื่นๆ และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมทุกชนิด

**ที่ตั้งสำนักงานใหญ่**: 118/1 ถนนพระราม 6 สามเสนใน พญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6000

**ทุนจดทะเบียน** : 1,710.10 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

**ทุนที่เรียกชำระแล้ว**: 1,525.48 ล้านบาท

**หลักทรัพย์** : เป็นหลักทรัพย์รับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2534

<b>คณะกรรมการ</b>	: นางสาวลลิตา ทวีศักดิ์	ประธานกรรมการ
	นายสมจิตต์ เศรษฐิน	กรรมการผู้จัดการใหญ่
	นายชัยวัฒน์ ศรีวรรณวัฒน์	กรรมการผู้จัดการ
	นายสิทธิลาภ ทวีศักดิ์	กรรมการ
	นายจำลอง หุ่ยส์ อีฟ มารี มาร์แชล	กรรมการ
	นายแอร์ฟเว่ เลอ บุก	กรรมการ
	นายจำลอง มาร์แชล ปาสเตอร์	กรรมการ
	นายจำลอง ลีออสท์	กรรมการ
	นายอุกส์ เอ็มมานูเอล มารี เดอซองส์ เดอแซงต์-เลแซร์	กรรมการ
	นายปานเฉลิม สุทธธรรม	กรรมการอิสระ
	นางแอนน์ แมรี มาร์แชล	กรรมการอิสระ
	นายโก บัน เฮ็ง	กรรมการอิสระ
	นายนิพนธ์ สุทธิชัย	กรรมการอิสระ
	นายพนพร เทพสิทธิ์า	กรรมการอิสระ
	นายพีรศิลป์ ศุภผลศิริ	กรรมการอิสระ

### 2. บริษัท สยามคอนเทนเนอร์เทอร์มินอล จำกัด

**ประเภทกิจการ** : สถานีตรวจและรับจ้างบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์ โดยทำการขนส่งสินค้าในระบบตู้คอนเทนเนอร์ ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เพื่อนำเข้าและส่งออก

**ที่ตั้งสำนักงานใหญ่**: 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ

**ทุนจดทะเบียน** : 250 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

**ทุนที่เรียกชำระแล้ว**: 250 ล้านบาท

<b>คณะกรรมการ</b>	: นายประวิทย์ กันตะศิริพิทักษ์	กรรมการ
	นายสิทธิลาภ ทวีศักดิ์	กรรมการ
	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นางสาวลลิตา ทวีศักดิ์	กรรมการ
	นางสาวรวมสิน ทวีศักดิ์	กรรมการ
	นางสาวปิยะรัตน์ ทวีศักดิ์	กรรมการ
	นายณรงค์ชัย อำนาจโชคศิริ	กรรมการ



### 3. บริษัท ถนนมวงศ์บริการ จำกัด

**ประเภทกิจการ :** เป็นผู้รับเหมาก่อสร้างอาคาร ถนน ซ่อมบำรุง และบริการขนส่ง

**ที่ตั้งสำนักงานใหญ่:** 118/1 ถนนพระราม 6 สามเสนใน พญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6000

**ทุนจดทะเบียน :** 2,500 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท

**ทุนที่เรียกชำระแล้ว:** 2,500 ล้านบาท

<b>คณะกรรมการ :</b>	นางสาวลักขณา ทรัพย์สาคร	ประธานกรรมการ
	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวปิยะรัตน์ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายสามารถ รูปจินดา	กรรมการ

### 4. บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด

**ประเภทกิจการ :** ผลิตเครื่องดื่มน้ำพร้อมดื่ม

**ที่ตั้งสำนักงานใหญ่:** 118/1 ถนนพระราม 6 สามเสนใน พญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6200

**ทุนจดทะเบียน :** 600 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

**ทุนที่เรียกชำระแล้ว:** 600 ล้านบาท

<b>คณะกรรมการ :</b>	นางสาวลักขณา ทรัพย์สาคร	ประธานกรรมการ
	นายสมจิตต์ เศรษฐิน	กรรมการ
	นายเอกพลพงศ์สถาพร	กรรมการ
	นายประสงค์ เอมมาโนชญ์	กรรมการ
	นางสาวลักขณา ลีละยุทธโยธิน	กรรมการ
	นายโทรุ มียานากะ	กรรมการ
	นายฮอง ชิก ปาร์ค	กรรมการ
	นายโนบุฮิโระ โทริอิ	กรรมการ

### 5. บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด

**ประเภทของกิจการ :** ร้านค้าปลีก เครื่องดื่มและอาหาร

**ที่ตั้งสำนักงานใหญ่:** 118/1 ถนนพระราม 6 สามเสนใน พญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6200

**ทุนจดทะเบียน :** 50 ล้านบาท

**ทุนเรียกชำระแล้ว :** 36.8 ล้านบาท

<b>คณะกรรมการ :</b>	นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
	นายประสงค์ เอมมาโนชญ์	กรรมการ
	นายฮอง ชิก ปาร์ค	กรรมการ
	นายโทรุ มียานากะ	กรรมการ



#### 6. บริษัท ทิปโก้ไบโอเทค จำกัด

**ประเภทของกิจการ:** ทำฟาร์ม ปลุกพืช และสมุนไพร ซึ่งใช้เป็นส่วนผสมในการเกษตรกรรม รวมทั้งจัดตั้งโรงงานเพื่อการผลิต หรือแปรรูปส่วนผสมของเภสัชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์

**ที่ตั้งสำนักงานใหญ่:** 118/1 ถนนพระราม 6 สามเสนใน พญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6200

**ทุนจดทะเบียน :** 50 ล้านบาท

**ทุนเรียกชำระแล้ว :** 50 ล้านบาท

<b>คณะกรรมการ :</b>	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
	นายสมจิตต์ เศรษฐิน	กรรมการ

#### 7. บริษัท ทีเอฟพี ดิสทริบิวชั่น จำกัด

**ประเภทของกิจการ :** จัดจำหน่ายขายปลีก ขายส่ง

**ที่ตั้งสำนักงานใหญ่:** 118/1 ถนนพระราม 6 สามเสนใน พญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6200

**ทุนจดทะเบียน :** 1 ล้านบาท

**ทุนเรียกชำระแล้ว :** 0.25 ล้านบาท

<b>คณะกรรมการ :</b>	นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
	นายพิรพงศ์ อาชวพงษ์สวัสดิ์	กรรมการ
	นายกฤษฎ์ เศรษฐิน	กรรมการ

### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่

บุคคลที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน

ส่วนได้เสียของผู้บริหารในบริษัทรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกันบริษัทย่อยบริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้องบางบริษัทเป็นลูกค้าของบริษัททิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) บางบริษัทเป็นSupplier ให้บริการขนส่งสินค้าหรือวัตถุดิบโดยที่ราคาของสินค้าที่ขายให้หรืออัตราค่าบริการที่บริษัทดังกล่าวคิดกับบริษัทจะเป็นราคาตลาดมีนโยบายราคาระหว่างกันเป็นไปตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 5 และไม่มีสัญญาผูกพันระหว่างกันโดยคณะกรรมการของบริษัทมีส่วนได้เสียในฐานะกรรมการหรือเป็นผู้ถือหุ้นดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. นางสาวลัทธินา ททรัพย์สาคร
2. นางอนุรัตน์ เทียมทัน
3. นายสุรเชษฐ์ทรัพย์สาคร
4. นายสมจิตต์ เศรษฐิน
5. นางสาวรวมสิน ททรัพย์สาคร
6. นายสิทธิลาภ ททรัพย์สาคร



รายงานแบบ 56-1 ของบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2556

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการของบริษัทฯกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันที่สำคัญ มีดังนี้

บริษัทที่เกี่ยวข้อง	ประเภทและลักษณะธุรกิจ	ความสัมพันธ์กับบริษัทที่เกี่ยวข้อง	ความสัมพันธ์กับบริษัท/ ชื่อผู้ถือหุ้นและร้อยละของหุ้นที่ถือต่อหุ้น ทั้งหมดในบริษัทที่เกี่ยวข้อง
บจ.ถนนวงษ์ บริการ	จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ปิโตรเลียมรับเหมา ก่อสร้างอาคารถนนและ ซ่อมบำรุงผิว	นางสาวลัดกษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% นางสาวลัดกษณา ทรัพย์สาคร 15.23% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 15.23% นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 15.23% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 15.23% นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร ถือหุ้น
บมจ.ทูปโก้แอส ฟัลท์	ผลิตและจำหน่ายยาง แอสฟัลต์อัดมันชั่นและ จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง	นางสาวลัดกษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสมจิตต์ เศรษฐิน กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% บมจ.ทูปโก้ฟู้ดส์ 24.32%
บจ.สยามคอนเทน เนอร์เทอร์มินอล	ทำการจัดตั้งสถานีบรรจุ และรับจ้างบรรจุ สินค้าเข้าสู่คอนเทนเนอร์ และทำธุรกรรมด้าน ขนส่งและบริการด้าน Shipping	นางสาวลัดกษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% นางสาวลัดกษณา ทรัพย์สาคร 16.65% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 16.65% นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 16.65% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 16.65%

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ที่เกิดจากการขายผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้กับลูกค้าภายนอก ในระยะ 3 ปี

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	% การถือ หุ้น ของบริษัท	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
			รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
สับประรดกระป๋องและน้ำ สับประรดเข้มข้น ผลไม้รวม,อื่นๆ	บมจ.ทูปโก้ฟู้ดส์		1,684.74	34.92	1,734.53	31.87	1,631.28	29.19
	บมจ.ทูปโก้ฟู้ดส์		661.62	13.71	508.30	9.34	553.11	9.90
	บจ.ทูปโก้รีเทล	75.49						
	บจ.ทูปโก้ไบโอเทค	100.00						
เครื่องดื่มพร้อมดื่ม	บจ.ทูปโก้ เอฟแอนด์บี	50.00	2,478.73	51.37	3,199.29	58.79	3,403.81	60.91
รวม			4,825.09	100.00	5,442.12	100.00	5,588.20	100.00

-บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มธุรกิจอาหาร ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. สับประดกระป๋อง (Canned Pineapple) บริษัทสามารถผลิตสับประดบรรจุในกระป๋องขนาดต่าง ๆ ถึง 5 ขนาด คือ 8 ออนซ์ 15 ออนซ์ 20 ออนซ์ 30 ออนซ์ และ 108 ออนซ์ ชนิดต่าง ๆ เช่น สับประดเต็มแวน (Slice) สับประดชิ้นใหญ่ (Chunk) สับประดลิ้ม (Tidbit) สับประดชิ้นละเอียด (Pieces) สับประดลูกเต๋า (Diced) หรือ (Cubes) สับประดชิ้นย่อย (Crushed) ให้เป็นไปตามมาตรฐานของผู้นำเข้าและมาตรฐานสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

2. น้ำสับประดเข้มข้น (Pineapple Juice Concentrate) บริษัทสามารถผลิตน้ำสับประดเข้มข้นบรรจุถุงชนิดแช่แข็ง (Frozen) ชนิดปลอดเชื้อ (Aseptic) และชนิดใส่สารกันบูด (Preservative) บรรจุในถังเหล็กขนาด 200 ลิตร

3. สับประดบดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อ (Aseptic Crushed) บริษัทผลิตสับประดบดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อขนาด 23 ลิตร และ 200 ลิตร

4. สับประดบรรจุในถ้วยพลาสติก (Pineapple in plastic cup) ขนาดบรรจุ 4 ออนซ์ และ 8 ออนซ์

5. สับประดบรรจุในถุง retort pouch (Pineapple in retort pouch) บรรจุในถุงขนาด 1.5 กิโลกรัม และ 10 กิโลกรัม โดยสามารถบรรจุสับประดลิ้ม (Tidbit) สับประดชิ้นละเอียด (Pieces) สับประดลูกเต๋า (Diced) หรือ (Cubes) ในถุงดังกล่าว

6. ผลไม้รวม (Canned Tropical Fruit Salad) บริษัทผลิตผลไม้รวมส่งออกไปขายต่างประเทศทั้งหมดบรรจุในกระป๋องขนาดต่าง ๆ ถึง 4 ขนาด คือ 15 ออนซ์ 20 ออนซ์ 30 ออนซ์ และ 108 ออนซ์

7. ผลไม้รวมบรรจุในถ้วยพลาสติก (Tropical fruit salad in plastic cup) ขนาดบรรจุ 4 ออนซ์ และ 8 ออนซ์

8. วุ้นหางจรเข้กระป๋อง (Canned Aloe Vera) ชนิดลูกเต๋า (Diced) ขนาด 108 ออนซ์

9. วุ้นหางจรเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อ (Aseptic Crush) บริษัทผลิตวุ้นหางจรเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อขนาด 23 ลิตร และ 200 ลิตร ซึ่งเป็นสินค้าตัวใหม่ในตลาดต่างประเทศ

10. ผลิตภัณฑ์ กะทิ บรรจุในกระป๋องขนาด 15 ออนซ์ และ น้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋อง 240 มิลลิลิตร และ 520 มิลลิลิตร

ผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจอาหาร คือ สับประดกระป๋อง และน้ำสับประดเข้มข้น โดยคิดเป็นรายได้ประมาณร้อยละ 64 ของยอดขายรวม ในปี 2556 นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆที่สำคัญ ได้แก่ ผลไม้รวมบรรจุกระป๋อง วุ้นหางจรเข้บรรจุกระป๋อง สับประดบดละเอียดและวุ้นหางจรเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อ น้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋องกะทิคั้นสดบรรจุกระป๋อง เป็นต้น

การปลูกสับประดมีลักษณะเป็นวัฏจักร (Cycle) โดยจะกินระยะเวลาประมาณ 4 ปี โดยวัฏจักรนี้ จะขึ้นอยู่กับภาวะปริมาณและราคาของสับประดสด โดยทั่วไปผลผลิตสับประดสดในประเทศไทยนั้นจะขึ้นอยู่กับภาวะเพาะปลูกสับประดของเกษตรกรรายย่อย ช่วงใดที่ผลผลิตสับประดสดมีราคาดี เกษตรกรจะทำการปลูกสับประดกันมาก จนกระทั่งมีปริมาณสูงเกินความต้องการของตลาด ราคาผลผลิตสับประดสดก็จะตกต่ำ ส่งผลให้เกษตรกรทยอยเลิกทำการเพาะปลูกสับประดหันไปปลูกพืชอื่นที่มีราคาดีกว่าแทน ทำให้ปริมาณ

ผลสับปะรดที่ผลิตได้มีจำนวนลดน้อยลงจนกระทั่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด จากนั้นผลสับปะรด ก็จะมีราคาสูงขึ้นจนจูงใจให้เกษตรกรเริ่มทำการเพาะปลูกสับปะรดใหม่อีกครั้ง โดยที่สับปะรด 1 รุ่น สามารถเก็บเกี่ยวได้ติดต่อกันเป็นระยะเวลาประมาณ 2-3 ปี

นอกจากนี้การให้ผลสับปะรดสดยังมีลักษณะเป็นฤดูกาล โดยปีหนึ่งๆ สับปะรดจะออกผลมากใน 2 ช่วงด้วยกันคือ มีนาคม – พฤษภาคม และ ตุลาคม – ธันวาคม (High Season)

บริษัทได้จัดทำโครงการเพื่อวางแผนความสม่ำเสมอของปริมาณผลสับปะรดสดที่จะเข้าผลิตหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง หาฐานการผลิตที่มั่นคง เช่น การจัดทำ Contact farming โครงการ Big grower โดยมีการกำหนดมาตรฐานของพื้นที่เพาะปลูก โครงการ Quality grower โดยการกำหนดมาตรฐานการเพาะปลูก เพื่อให้ได้ผลตอบแทนต่อไร่ที่สูง ทำให้ต้นทุนของชาวไร่ลดลง โครงการดังกล่าวบางโครงการมีการประกันราคาขั้นต่ำ บางโครงการมีการให้ Incentive ถ้าได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด นอกจากนี้ทางบริษัทยังมุ่งเน้นในเรื่องการถ่ายทอดวิชาการให้เกษตรกร โดยเฉพาะการปฏิบัติตามหลักเกษตรที่ดีที่เหมาะสม (Good Agricultural Practice-GAP) เพื่อให้ชาวไร่ที่อยู่ในโครงการผลิตสับปะรดสดได้คุณภาพดีและผลผลิตต่อไร่สูง ทำให้มีผลตอบแทนและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ส่วนผลไม้มารวม บริษัทฯ มีการส่งเสริมให้ชาวไร่ปลูกมะละกอและฝรั่ง เพื่อประกันว่าบริษัทจะมีวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการและมีคุณภาพในระดับหนึ่ง มะละกอเป็นพืชที่มีอายุสั้น โดยอายุจากปลูกถึงเริ่มเก็บเกี่ยว 8 เดือนและสามารถเก็บเกี่ยวได้อีกไม่เกิน 2 ปี จากนั้นต้องเริ่มปลูกรุ่นใหม่ สำหรับฝรั่งเป็นพืชอายุยาว โดยอายุจากปลูกถึงเริ่มเก็บเกี่ยว 8 เดือนและสามารถเก็บเกี่ยวต่อไปได้อีก 5-6 ปี มะละกอและฝรั่งจะมีผลผลิตออกในปริมาณมากในช่วงเดือนตุลาคม – เมษายน หลังจากนั้นจะมีปริมาณลดลง ว่านหางจระเข้ ปัจจุบันบริษัทมีชาวไร่ที่ป้อนวัตถุดิบให้บริษัท ถึง 200 ราย ซึ่งมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการผลิตของบริษัท และราคาของวัตถุดิบไม่มีการผันผวนมากนัก (ประมาณ 2.50 บาทต่อกิโลกรัม) เนื่องจากมาตรการต่างๆที่บริษัทได้วางไว้ เช่น การส่งเสริมให้มีการปลูกและรับซื้อ ว่านหางจระเข้มีระยะเวลาการปลูกก่อนเก็บเกี่ยวครั้งแรกเช่นเดียวกับมะละกอและฝรั่ง นั่นคือ 8 เดือน อย่างไรก็ตามหลังจากให้ผลผลิตแล้วชาวไร่สามารถเก็บเกี่ยวได้ทุกเดือน ติดต่อกันถึง 2 ปี หากมีการดูแลรักษาที่ดี โดยที่ว่านหางจระเข้จะออกผลมากในช่วงหน้าฝนและออกน้อยในช่วงหน้าแล้ง และ มะพร้าว สายการผลิตนี้อยู่ที่ความใกล้ชิดกับแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งของมะพร้าวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

### สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

#### (1) บัตรส่งเสริมการลงทุน

บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำหรับกิจการผลิตน้ำสับปะรดเข้มข้น สับปะรดคดละเอียด และน้ำสับปะรดกระป๋อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่ 1430(2)/2550 สำหรับกิจการผลิตภาชนะบรรจุสิ่งของที่ทำจากโลหะ เริ่มเปิดดำเนินการ 30 เมษายน 2550

สิทธิและประโยชน์ สำคัญ สรุปดังนี้

1. ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะคุณของบุคคลทั้งสองประเภทเข้ามาในราชอาณาจักรได้ ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลาให้อยู่ในราชอาณาจักรเท่าที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นสมควร



2. ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักรได้รับอนุญาตทำงานเฉพาะตำแหน่งที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาเท่าที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร
3. ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ
4. ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี และหักผลขาดทุนได้ 5 ปี
5. ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ 8 ปี
6. ได้รับอนุญาตให้หักเงินลงทุนในการติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในอัตราร้อยละ 25 ของเงินลงทุน นอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ
7. ได้รับอนุญาตให้นำหรือส่งเงินออกนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้

#### **เงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติตามนี้**

1. บุคคลต่างด้าวที่ได้รับการส่งเสริมไม่อนุญาตให้ปฏิบัติหน้าที่อื่นได้นอกเหนือขอบเขตหน้าที่ของตำแหน่งที่ได้รับอนุมัติและจะต้องเร่งรัดฝึกอบรมสนับสนุนคนไทยให้สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับส่งเสริมแทนคนต่างด้าวภายในเวลาที่กำหนด และจะต้องรายงานคนต่างด้าวว่าได้ฝึกอบรมให้คนไทยได้รับความชำนาญเพียงไร ตามแบบและวิธีการที่สำนักงานกำหนด
2. ต้องใช้ที่ดินที่ได้รับอนุญาตเพื่อประกอบกิจการส่งเสริมเท่านั้น
3. ในกรณีที่มีการค้าประกันเครื่องจักร จะต้องจัดส่งเอกสารเครื่องจักรที่ขอยกเว้นภายใน 1 ปีนับจากวันสิ้นสุดการนำเข้า จะต้องใช้เครื่องจักรที่ได้อนุมัติยกเว้นเฉพาะในกิจการตามบัตรส่งเสริม และจะต้องไม่จำหน่าย จำหน่าย โอน ให้เช่า หรือ ยืมยอมให้บุคคลอื่นใช้เครื่องจักรที่ได้รับยกเว้น
4. จะต้องยื่นรายการเพื่อขออนุมัติการนำเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นก่อนการนำเข้าไม่น้อยกว่า 2 เดือน
5. จะต้องจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย สำหรับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมแยกต่างหากจากกิจการส่วนอื่นเพื่อประโยชน์ในการคำนวณกำไรสุทธิที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
6. วัตถุดิบและวัสดุจำเป็น จะต้องใช้ในการประกอบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการส่งออก และเฉพาะในกิจการที่ได้รับการส่งเสริม
7. จะต้องแจ้งยืนยันโครงการต่อสำนักงานเมื่อครบ 6 เดือน ครบ 1 ปี และ ครบ 2 ปี นับแต่วันที่ออกบัตรส่งเสริม
8. เมื่อเปิดดำเนินการจะต้องรายงาน การเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนการถือหุ้นระหว่างผู้มีสัญชาติไทยและคนต่างด้าว ฐานะการเงินและผลการดำเนินงานภายใน 31 กรกฎาคม ของปีถัดไป เรื่องอื่นๆเป็นครั้งคราว ตามแบบและภายในระยะเวลาที่กำหนด
9. จะต้องจัดให้มีระบบป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายกับสิ่งแวดล้อม หรือก่อให้เกิดอันตรายหรือความเดือดร้อนแก่ผู้อยู่ใกล้เคียง
10. จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
11. การหยุดดำเนินการเป็นระยะเวลาเกิน 2 เดือน ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงาน
12. จะต้องอำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบ
13. กรรมวิธีการผลิตหรือบริการ จะต้องเป็นไปตามโครงการที่เสนอและได้รับการอนุมัติ
14. คุณภาพผลิตภัณฑ์ต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล
15. กรณีมีการย้ายภูมิลำเนาของผู้ที่ได้รับการส่งเสริม ต้องแจ้งให้สำนักงานทราบทุกครั้งพร้อมด้วยหนังสือรับรองของกระทรวงพาณิชย์

**บัตรส่งเสริมเลขที่ 1308(2)/2556 สำหรับกิจการผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหารโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย(ยกเว้นการผลิตน้ำดื่ม และไอศกรีม)เริ่มเปิดดำเนินการ 4 มีนาคม 2556**

#### **สิทธิและประโยชน์ สำคัญ สรุปดังนี้**

1. ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะคุณของบุคคลทั้งสองประเภทเข้ามาในราชอาณาจักรได้ ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลาให้อยู่ในราชอาณาจักร

เท่าที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นสมควร

2. ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักรได้รับอนุญาตทำงานเฉพาะตำแหน่งที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาเท่าที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร
3. ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ
4. ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี และหักผลขาดทุนได้ 5 ปี
5. ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ 8 ปี
6. ได้รับอนุญาตให้หักเงินลงทุนในการติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในอัตราร้อยละ 25 ของเงินลงทุน นอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ
7. ได้รับอนุญาตให้นำหรือส่งเงินออกนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้

#### **เงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติตามนี้**

1. บุคคลต่างด้าวที่ได้รับการส่งเสริมไม่อนุญาตให้ปฏิบัติหน้าที่อื่นได้นอกเหนือขอบเขตหน้าที่ของตำแหน่งที่ได้รับอนุมัติ และจะต้องเร่งรัดฝึกอบรมสนับสนุนคนไทยให้สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับ การส่งเสริมแทนคนต่างด้าวภายในเวลาที่กำหนด และจะต้องรายงานคนต่างด้าวว่าได้ฝึกอบรมให้คน ไทยได้รับความชำนาญเพียงไร ตามแบบและวิธีการที่สำนักงานกำหนด
2. ต้องใช้ที่ดินที่ได้รับอนุญาตเพื่อประกอบกิจการส่งเสริมเท่านั้น
3. ในกรณีที่มีการค้าประกันเครื่องจักร จะต้องจัดส่งเอกสารเครื่องจักรที่ขอยกเว้นภายใน 1 ปีนับจากวัน สิ้นสุดการนำเข้า จะต้องใช้เครื่องจักรที่ได้อนุมัติยกเว้นเฉพาะ ในกิจการตามบัตรส่งเสริม และจะต้องไม่ จำนองจำนำขาย โอน ให้เช่า หรือ ยืมยอมให้บุคคลอื่นใช้เครื่องจักรที่ได้รับยกเว้น
4. จะต้องยื่นรายการเพื่อขออนุมัติการนำเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นก่อนการนำเข้าไม่น้อยกว่า 2 เดือน
5. จะต้องจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย สำหรับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมแยกต่างหากจากกิจการส่วนอื่นเพื่อ ประโยชน์ในการคำนวณกำไรสุทธิที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
6. วัตถุดิบและวัสดุจำเป็น จะต้องใช้ในการประกอบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการส่งออก และเฉพาะในกิจการที่ ได้รับการส่งเสริม
7. จะต้องแจ้งยืนยันโครงการต่อสำนักงานเมื่อครบ 6 เดือน ครบ 1 ปี และ ครบ 2 ปี นับแต่วันที่ออกบัตร ส่งเสริม
8. เมื่อเปิดดำเนินการจะต้องรายงาน การเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนการถือหุ้นระหว่างผู้มีสัญชาติไทยและคน ต่างด้าว ฐานะการเงินและผลการดำเนินงานภายใน 31 กรกฎาคม ของปีถัดไป เรื่องอื่นๆเป็นครั้งคราว ตามแบบ และภายในระยะเวลาที่กำหนด
9. จะต้องจัดให้มีระบบป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายกับสิ่งแวดล้อม หรือก่อให้เกิดอันตรายหรือความเดือดร้อนแก่ผู้อยู่ใกล้เคียง
10. จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
11. การหยุดดำเนินการเป็นระยะเวลาเกิน 2 เดือน ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงาน
12. จะต้องอำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบ
13. กรรมวิธีการผลิตหรือบริการ จะต้องเป็นไปตามโครงการที่เสนอและได้รับการอนุมัติ
14. คุณภาพผลิตภัณฑ์ต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล
15. กรณีมีการย้ายภูมิลำเนาของผู้ได้รับการส่งเสริม ต้องแจ้งให้สำนักงานทราบทุกครั้งพร้อมด้วยหนังสือ รับรองของกระทรวงพาณิชย์
16. จะต้องไม่ใช้แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในโครงการที่ได้รับการส่งเสริม

#### **(2.) สิทธิอื่น**

บริษัทฯ ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากลต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ตามรายละเอียดในหน้า 4-6

### (3.) ข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

ปัจจุบันประเทศออสเตรเลีย โดยหน่วยงาน Australian Customs and Border Protection Service ได้กำหนดให้มี anti-dumping measures สำหรับสินค้าสับปะรดในบรรจุภัณฑ์ ทั้งที่มีขนาดบรรจุเล็กกว่าหนึ่งกิโลกรัม และขนาดบรรจุที่ใหญ่กว่าหนึ่งกิโลกรัม ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตจากประเทศไทยส่วนใหญ่ ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตในต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ดีบริษัทได้มีการยื่นขอพิจารณา ทบทวน anti-dumping measures ไปและได้รับผลเป็น zero dumping duty หากซื้อขายไม่ต่ำกว่า Ascertained Export Prices (AEPs) ที่กำหนด

### แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

ในปี 2556 ประเทศไทยมีการส่งออกสับปะรดกระป๋อง มูลค่ารวมประมาณ 15,100 ล้านบาท ลดลงจากปี 2555 ประมาณ 1,400 ล้านบาท ส่วนหนึ่งมาจากผลผลิตสับปะรดลดลง โดยตัวเลขประมาณการผลผลิตสับปะรด สดรวมในปี 2556 อยู่ที่ 1.8 ล้านตันในปี 2557 คาดว่าจะประสบกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากแนวโน้ม ภัยแล้ง และคาดผลผลิตสับปะรดสดรวมจะใกล้เคียงกับปี 2556 ซึ่งจะทำให้ราคาวัตถุดิบสูงกว่าปกติโดย เปรียบเทียบ อย่างไรก็ตามราคาขายน่าจะปรับตัวตามราคาวัตถุดิบ จากการคาดหมายว่ามีพื้นที่ของความต้องการที่ ปรับตัวดีขึ้นในตลาดสหรัฐอเมริกา และ ยุโรป บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ยังมุ่งมั่นและคงไว้ในตลาด ดังกล่าว ที่มีฐานลูกค้า คู่ค้า และ พันธมิตรที่ทำธุรกิจร่วมกันมาอย่างยาวนาน ในขณะเดียวกันมีเป้าหมายที่จะขยาย ฐานตลาดเพิ่มขึ้น ในตลาดที่มีอัตราการเติบโตและราคาดีเช่น ตลาดเอเชีย ตะวันออกกลาง รวมถึงตลาด ภายในประเทศควบคู่ไปกับการพัฒนาสินค้าผลไม้กระป๋อง ผลไม้ในบรรจุภัณฑ์พลาสติก และผลิตภัณฑ์แปรรูป ชนิดต่างๆ จากผลไม้ประเภทต่างๆ เช่น มะพร้าว มะละกอ มะม่วง วานหางจรเข้ เป็นต้น เพื่อเพิ่มโอกาสทาง การตลาดและยอดขายให้บรรลุตามเป้าหมาย



**ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องระหว่างปี 2547-2556**

ปี	ปริมาณการส่งออก (ล้านหีบมาตรฐาน)	อัตราเปลี่ยนแปลง %	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	อัตราการเปลี่ยนแปลง %
2547	21.50	-34.97	279.13	6.39
2548	23.04	7.16	309.21	10.78
2549	28.28	22.74	350.70	13.42
2550	25.08	-11.32	385.00	9.78
2551	26.91	7.29	518.90	34.78
2552	22.62	-15.94	408.00	-27.37
2553	23.17	2.43	433.69	6.30
2554	29.19	25.98	634.60	46.33
2555	29.61	1.44	535.00	-15.69
2556	29.01	-2.03	500.00	-6.54

แหล่งข้อมูล : สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป / สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร / กรมศุลกากร

**- กลยุทธ์ทางการตลาด**

**กลยุทธ์ในการแข่งขันโดยสังเขป**

**ความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท ได้แก่**

- 1) ฐานลูกค้าของบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีการดำเนินธุรกิจกับบริษัทอย่างต่อเนื่องยาวนาน โดยครอบคลุมทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้นำเข้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าขายปลีก ผู้ผลิตอาหารและธุรกิจให้บริการด้านอาหาร
- 2) ฐานลูกค้า ที่ให้การสนับสนุนการผลิตของบริษัทอย่างต่อเนื่องยาวนานเช่นกัน ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่มีแหล่งเพาะปลูกสับประรดอยู่ใกล้กับโรงงานของบริษัทโดยส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ระบบ Contract Farming, Big Grower, Quality Grower ทำให้บริษัทได้รับประโยชน์ทั้งในแง่ปริมาณและความต่อเนื่องของวัตถุดิบ ต้นทุนการขนส่งที่ต่ำกว่า และการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ
- 3) ความหลากหลายของสินค้า บริษัทมีความสามารถในการผลิตสับประรดกระป๋องได้หลากหลายทั้งในแง่ของขนาดกระป๋องที่ใช้บรรจุ ประเภทการตัดชิ้นสับประรด และน้ำที่ใช้บรรจุ ซึ่งทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดต่างๆ ได้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันไป
- 4) การควบคุมการผลิตและเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องจักรที่ทันสมัยผลิตในอเมริกาและยุโรปและได้รับการดูแลรักษาบำรุงอย่างดีตลอดระยะเวลาการผลิต ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพที่สม่ำเสมอเป็นที่ยอมรับจากลูกค้านานาชาติ

5) คุณภาพของสินค้า จากมาตรฐานต่างๆที่บริษัทได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับระดับนานาชาติ และชื่อเสียงที่บริษัทได้สั่งสมมาเป็นระยะเวลายาวนานเป็นเครื่องรับประกันถึงคุณภาพของสินค้าและบริการของบริษัทได้เป็นอย่างดี

#### - ลูกค้านักกลุ่มเป้าหมาย

ผู้นำเข้ารายใหญ่ในต่างประเทศต่าง ๆ ตัวแทนจำหน่าย Supermarket chain และ Blending House

#### ลักษณะของลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัท

ลูกค้าของบริษัทมีทั้ง AGENT, IMPORTER และ END USER ( SUPER MARKET และ ร้านค้า ) 80 % ของยอดขาย ขายสินค้าให้แก่ลูกค้าประจำซึ่งซื้อขายกันเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปีขึ้นไป เนื่องจากลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าและการให้บริการตามความต้องการที่ได้ตกลงกันไว้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการวัดดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Index) อย่างต่อเนื่องและได้กำหนดเป็นเป้าหมายของบริษัทที่ทุกคนในองค์กรต้องช่วยผลักดันให้มีการปรับปรุงดัชนีความพึงพอใจของลูกค้าให้เพิ่มขึ้นทุกปี

#### - ตลาดหลักของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ในเชิงภูมิศาสตร์ ตลาดหลักของบริษัทสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ภูมิภาคหลัก

1. ทวีปอเมริกา รวมถึงประเทศแคนาดา สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศในแถบลาตินอเมริกา โดยมีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้าที่มีมูลค่าสูงสุดของบริษัท ซึ่งมีมูลค่าการจำหน่ายประมาณร้อยละ 30 ของปริมาณการส่งออกของบริษัทในแต่ละปีในอดีตบริษัทเคยมีความได้เปรียบทางการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกาเนื่องจากระบบภาษีคุ้มครองตลาดของกระทรวงพาณิชย์ของสหรัฐอเมริกาที่มีต่อบริษัททั่วไป แต่จากการยกเลิกภาษีคุ้มครองตลาดดังกล่าวในปีพ.ศ.2547 ทำให้การแข่งขันในตลาดดังกล่าวมีความรุนแรงมากขึ้น

2. ทวีปยุโรป และกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก และสหพันธรัฐรัสเซีย การจำหน่ายสินค้าของบริษัทไปยังกลุ่มประเทศดังกล่าวมีสัดส่วนเป็นอันดับสองรองจากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 35 ของแต่ละปี ตลาดกลุ่มนี้เป็นตลาดหลักสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรดเข้มข้นซึ่งส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายให้กับ Blending houses ต่างๆในกลุ่มประเทศยุโรป ในส่วนสับปะรดกระป๋องกลุ่มตลาดนี้เป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อราคามากที่สุด ส่วนหนึ่งเนื่องจากสามารถยอมรับคุณภาพของสินค้าได้หลากหลายทำให้มีผู้ผลิตที่สามารถจำหน่ายเข้าไปในตลาดนี้มีจำนวนมากและหลากหลายเช่นกัน เช่นเดียวกับประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย ซึ่งมีความต้องการสินค้าสับปะรดกระป๋องเติบโตอย่างก้าวกระโดดในช่วงที่ผ่านมา

3. ทวีปเอเชีย รวมถึงออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ลูกค้าในกลุ่มนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าญี่ปุ่นมีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงและทำการค้าโดยอาศัยความเชื่อใจต่อกันเป็นอย่างมาก มีมูลค่าการค้าในแต่ละปีประมาณร้อยละ 18 สำหรับประเทศเกาหลี ปัจจุบันเป็นลูกค้าหลักสำหรับผลิตภัณฑ์วุ้นแช่แข็งและเยลลี่บรรจุถุงปลอดเชื้อซึ่งมียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง

4. กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง ประเทศคู่ค้าหลักในกลุ่มนี้ได้แก่ประเทศอิหร่าน ซึ่งมีความต้องการสินค้าสับปะรดกระป๋อง จัดเป็นกลุ่มลูกค้าใหม่ของบริษัทอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งให้การยอมรับในคุณภาพของสินค้าของบริษัทเป็นอย่างสูง แต่ภูมิภาคดังกล่าวยังมีความผันผวนทางการเมืองสูง

#### **- การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

การจำหน่ายสินค้าของทางบริษัทในส่วนของสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดเข้มข้น เป็นการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศเกือบ 100% โดยการดำเนินธุรกิจของบริษัทมีหลายช่องทาง รวมถึงการจำหน่ายผ่านตัวแทนทั้งภายในและต่างประเทศ การจำหน่ายตรงต่อผู้นำเข้าในประเทศปลายทาง จำหน่ายตรงต่อกลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ตโดยตรง และการจำหน่ายต่อบริษัทผู้ผลิตอาหารและผู้ให้บริการด้านอาหารต่างๆ กว่า 80% ของฐานลูกค้าที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัท เป็นลูกค้าที่มีการซื้อขายกันอย่างต่อเนื่องมานานกว่า 10 ปี ขึ้นไป กว่า 95% ในการจำหน่ายสินค้าสับปะรดกระป๋องของบริษัทจะใช้ตราฉลากสินค้าของลูกค้า ทั้งนี้จะมีการทำสัญญาการซื้อขายโดยมีการตกลงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ปริมาณ ราคาและกำหนดการส่งมอบเป็นการล่วงหน้า ซึ่งโดยทั่วไปจะมีระยะเวลาประมาณ 1 ถึง 6 เดือน ระยะเวลาของสัญญานั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของลูกค้า สถานการณ์ทางวัตถุดิบและตลาด กับภาระจากร่องระหว่างบริษัทกับผู้ซื้อ จากการจัดทำการวัดดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า Customer Satisfaction Index ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าที่มีความสม่ำเสมอ ตรงกับความต้องการและความสามารถในการส่งมอบได้ตามข้อตกลงที่มีต่อกัน

#### **- นโยบายด้านราคา**

ดังที่กล่าวมาแล้ว สินค้าที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่นี้จัดในกลุ่มสินค้าโภคภัณฑ์ทางการเกษตรซึ่งกลไกด้านราคาจะเป็นไปตามสภาวะตลาดและการแข่งขัน การตั้งราคาสินค้าจึงเป็นไปตามสภาวะทางการตลาด โดยบริษัทใช้นโยบายบริหารกำไรขั้นต้นในแต่ละสถานการณ์เป็นหลักสำคัญในการตั้งราคาขาย โดยพิจารณาระหว่างต้นทุนและราคาตลาดของสินค้าทุกประเภทขายการประกอบกัน

#### **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

##### **ลักษณะของฤดูกาลหรือวัฏจักรการประกอบธุรกิจ**

โดยปกติแม้บริษัทจะทำการผลิต 11 เดือนใน 1 ปี และปิด 1 เดือนเพื่อทำการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ก็ตามแต่ฤดูกาลก็ยังมีผลต่อการผลิตของบริษัท เนื่องจากใน 1 ปี จะมี 2 ฤดู การผลิตคือในช่วงฤดูร้อน (มีนาคม ถึง พฤษภาคม) และในช่วงฤดูหนาว (ตุลาคม ถึง ธันวาคม) ที่มีปริมาณสับปะรดมากกว่า





ในช่วงอื่น ๆ ของปี ดังนั้นราคาวัตถุดิบก็จะมีการขึ้นลงตามปริมาณของสับปะรดที่มีในแต่ละช่วงเวลาของการผลิต

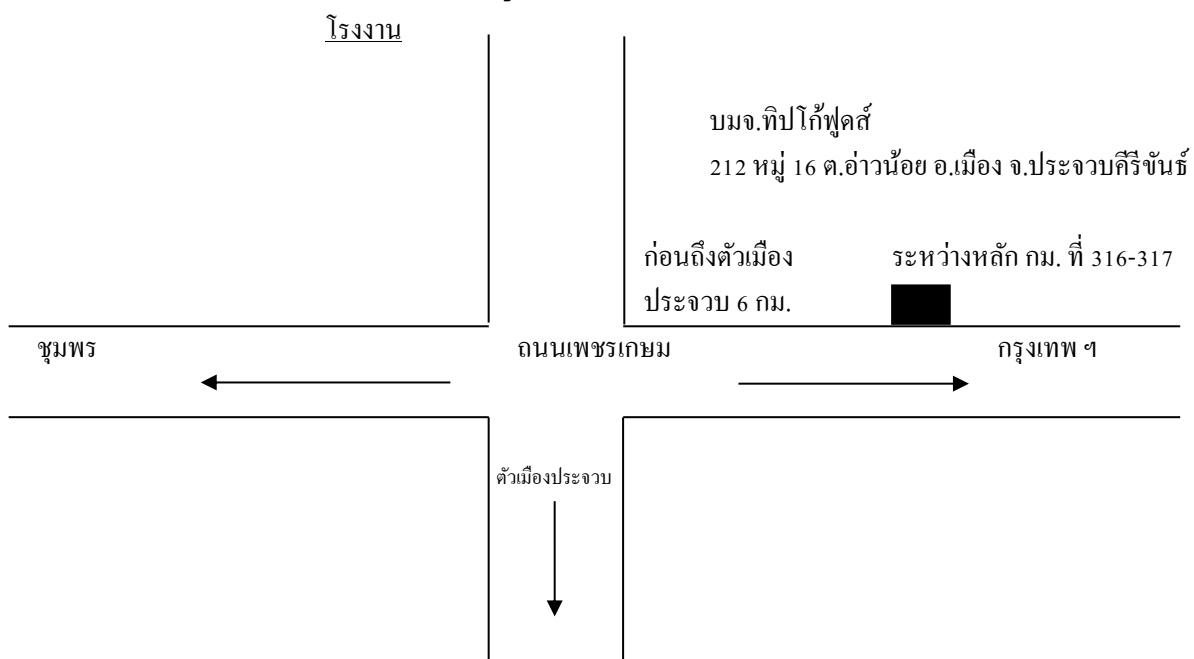
#### การผลิต

บริษัทมีโรงงานสำหรับผลิตสับปะรดกระป๋อง 1 แห่ง โดยมีที่ตั้งโรงงานดังนี้

โรงงาน : 212 หมู่ 16 ต.อ่าวน้อย ถนนเพชรเกษม อ.เมือง จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77000

โทรศัพท์ (032) 811-224-31 โทรสาร(032) 811-240

แผนที่โดยสังเขป โรงงาน บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)



#### วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (SUPPLIER)

##### วัตถุดิบที่สำคัญ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตสับปะรดกระป๋อง ได้แก่ สับปะรดสด น้ำตาล กระป๋องบรรจุสับปะรดและวัสดุหีบห่อ บริษัทจะซื้อสับปะรดสดจากชาวไร่ ส่วนวัตถุดิบอื่นส่วนใหญ่บริษัทจะซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ

- **กระป๋องบรรจุสับปะรด** กระป๋องที่ใช้บรรจุสับปะรดกระป๋องมี 5 ขนาดคือ ขนาด 8 ออนซ์ 15 ออนซ์, 20 ออนซ์, 30 ออนซ์ และ 108 ออนซ์ บริษัทสามารถผลิตกระป๋องใช้เองได้ทั้งหมด สำหรับแผ่นเหล็กนิลลอส ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตกระป๋องส่วนใหญ่บริษัทฯ จะทำการสั่งซื้อจากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- **สับปะรดสด** เนื่องจากบริษัทตั้งโรงงานอยู่ในแหล่งปลูกสับปะรดแหล่งใหญ่และมีอัตราการขยายพื้นที่เพาะปลูกสับปะรดเพิ่มขึ้นทุกปี จากสถิติพื้นที่การเพาะปลูกที่ได้มีการสำรวจในปัจจุบันนับว่าเป็นแหล่งผลิตสับปะรดสดแหล่งใหญ่ที่มีปริมาณรวมกันถึง ร้อยละ 50 ของ ผลผลิตสับปะรดสดของประเทศ

โดยที่บริษัทตั้งอยู่ในบริเวณที่มีการทำไร่สับปะรดในเนื้อที่จำนวนมากโดยเฉพาะในเขต อำเภอเมือง บริษัทจึงได้ดำเนินการสร้างนโยบายที่จะสร้างความมั่นคง ในอาชีพการทำไร่สับปะรดของชาวไร่ในเขต บริเวณใกล้เคียงและรอบๆ บริษัทในเขตอำเภอเมือง และเขตอำเภอใกล้เคียงที่ไม่ห่างไกลจากบริษัทฯ มากนัก เพื่อที่จะให้ชาวไร่เหล่านี้สามารถประกอบอาชีพต่อไปในระยะยาว และบริษัทสามารถมีวัตถุดิบป้อน โรงงานในการผลิตได้เพียงพอสอดคล้องกับกำลังการผลิตแผนการผลิตระยะยาวได้ บริษัทได้สร้างระบบ ต่างๆ ขึ้นมาโดยเริ่มจากปี 2530 ดังต่อไปนี้

1. บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ได้จัดระบบส่งเสริมการทำไร่สับปะรดแบบมีสัญญากับชาวไร่ ลูกค้าบริษัทฯ โดยมีการดำเนินงานดังต่อไปนี้

ปี 2530 คัดเลือกชาวไร่ผู้ปลูกสับปะรด จำนวนเริ่มต้น จำนวน 300 ราย พื้นที่การทำไร่ประมาณ 30,000 ไร่ ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอกุยบุรีเพื่อทำไร่โครงการส่งเสริมแบบมีสัญญาโดยมีหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

- 1.1 บริษัทเข้าไปวางแผนแนะนำวิธีการทำไร่ของบริษัทฯ ให้มีระบบการปลูกที่เหมาะสมมีการดูแลรักษาต่างๆ ให้ถูกวิธี ควบคุมวิธีการใช้สารเคมี ปุ๋ย-ยาต่างๆ ในการดูแลผลผลิตให้ได้ ปริมาณและคุณภาพเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการในการนำมาผลิตเป็นสับปะรด กระป๋อง
- 1.2 บริษัทรับประกันราคาขั้นต่ำ สำหรับชาวไร่ในโครงการตั้งแต่ ปี 2530 เป็นต้นมาจนถึง ปัจจุบัน
- 1.3 บริษัทจัดเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการทำไร่ นักวิชาการเกษตร เพื่อเข้าไปแนะนำดูแลชาวไร่อย่าง ใกล้ชิดในแปลงปลูกสับปะรดของชาวไร่
- 1.4 บริษัทประกันการรับซื้อผลผลิตสับปะรดจากสมาชิกชาวไร่ในโครงการส่งเสริมในปริมาณที่ ได้มีการสำรวจและประเมินผลผลิตซึ่งตกลงกันระหว่างบริษัทฯ กับชาวไร่ในโครงการไว้ ล่วงหน้าเพื่อให้ชาวไร่ในโครงการมีความมั่นใจในการทำไร่และสามารถขายผลผลิตที่ได้มี การตกลงกับบริษัทได้โดยผลผลิตสับปะรดที่ออกมาไม่เสียหายเน่าทิ้งในช่วงฤดูที่อาจจะ มี ผลผลิตสับปะรดล้นเกินกำลังการผลิตของโรงงานต่าง ๆ
- 1.5 บริษัทจัดทำแปลงทดลองและสาธิตขึ้นในบริเวณพื้นที่ของบริษัท เพื่อเป็นที่ทดลองวิจัยและ สาธิตให้ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดได้มาศึกษาเพื่อนำไปปรับปรุงวิธีการทำไร่ให้ถูกวิธีเพื่อ เพิ่มผลผลิตต่อไร่และผลผลิตมีคุณภาพที่ดีสอดคล้องกับความต้องการในระบบการผลิต สับปะรดกระป๋องที่มีคุณภาพ

2. บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ได้ทำโครงการร่วมกัน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร (ธกส) โดยบริษัทรับเป็นตลาดให้กับ ธกส. และที่ ธกส.จะเป็นผู้รวบรวมผลผลิตสับปะรดจาก สับปะรดจากชาวไร่ซึ่งสมาชิกของ ธกส.เพื่อนำมาส่งขายให้กับบริษัท โดยมีการกำหนดปริมาณเป้าหมาย การผลิตและจำนวนไร่ล่วงหน้าในแต่ละไตรมาสของแต่ละปีการผลิต และบริษัทรับประกันราคาขั้นต่ำ พร้อมทั้งจัดให้มีนักวิชาการเข้าไปแนะนำหรือให้ความรู้กับชาวไร่สมาชิก ธกส. ในบางโอกาสด้วย

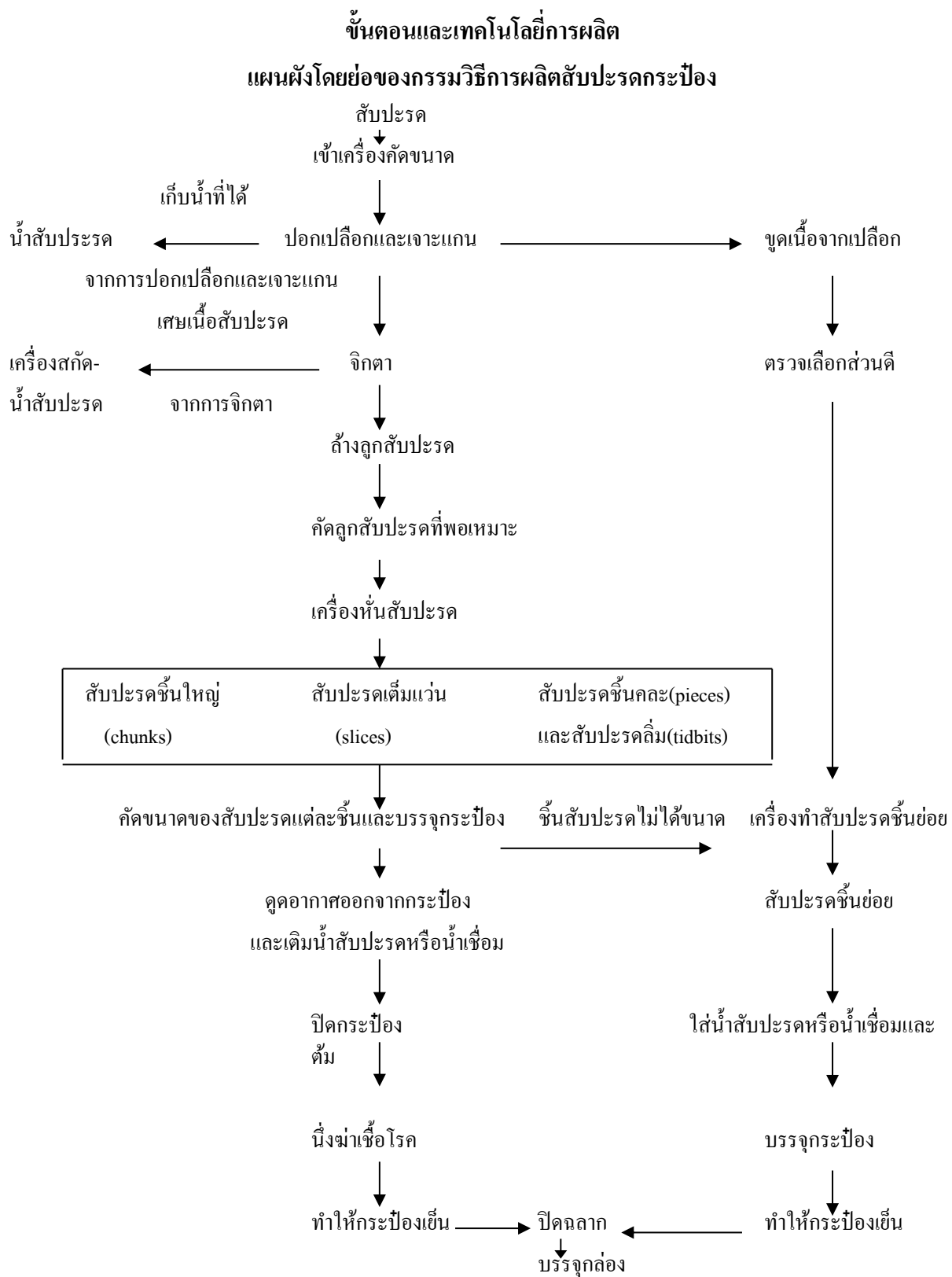
ในการทำโครงการร่วมระหว่าง บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) และ ชกส. จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาถึงปัจจุบัน ส่งผลให้เกษตรกรชาวไร่ผู้ปลูกสับปะรดที่ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าสินเชื่อของชกส.สามารถมีความมั่นใจในการทำไร่สับปะรดเนื่องจากบริษัทรับเป็นตลาดที่แน่นอนให้ พร้อมรับซื้อสับปะรดในราคาประกัน และ ชกส. ก็สามารถที่จะพิจารณาส่งเสริมการให้สินเชื่อการปลูกสับปะรดแก่เกษตรกรในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาวด้วยความมั่นใจที่จะให้เกษตรกรสามารถประกอบอาชีพการปลูกสับปะรดและมีตลาดให้กับเกษตรกรอย่างแน่นอน

3. บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ได้ทำโครงการร่วมมือทางวิชาการร่วมกับบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายสารเคมีเกษตร ที่นำมาใช้ในการปลูกสับปะรดหลายบริษัท รวมทั้งร่วมมือทางวิชาการกับหน่วยงานทางการเกษตรของทางราชการต่างๆ ในการที่จะแนะนำทดลองสาธิตแสดงความรู้วิชาการเกษตรแผนใหม่ให้กับชาวไร่ผู้ปลูกสับปะรด จัดทำเอกสารความรู้ต่างๆเกี่ยวกับเรื่องสับปะรดรวมทั้งจัดแสดงนิทรรศการด้านเกษตรเป็นประจำทุกปีในช่วงเดือนสิงหาคม เพื่อเผยแพร่ความรู้ต่างๆ ด้านเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมการผลิตสับปะรดกระป๋อง ให้เกษตรกรและผู้สนใจทั่วไปในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้เข้าชม เพื่อหาความรู้ในการที่จะนำไปพัฒนาระบบการทำไร่สับปะรดเพื่ออุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

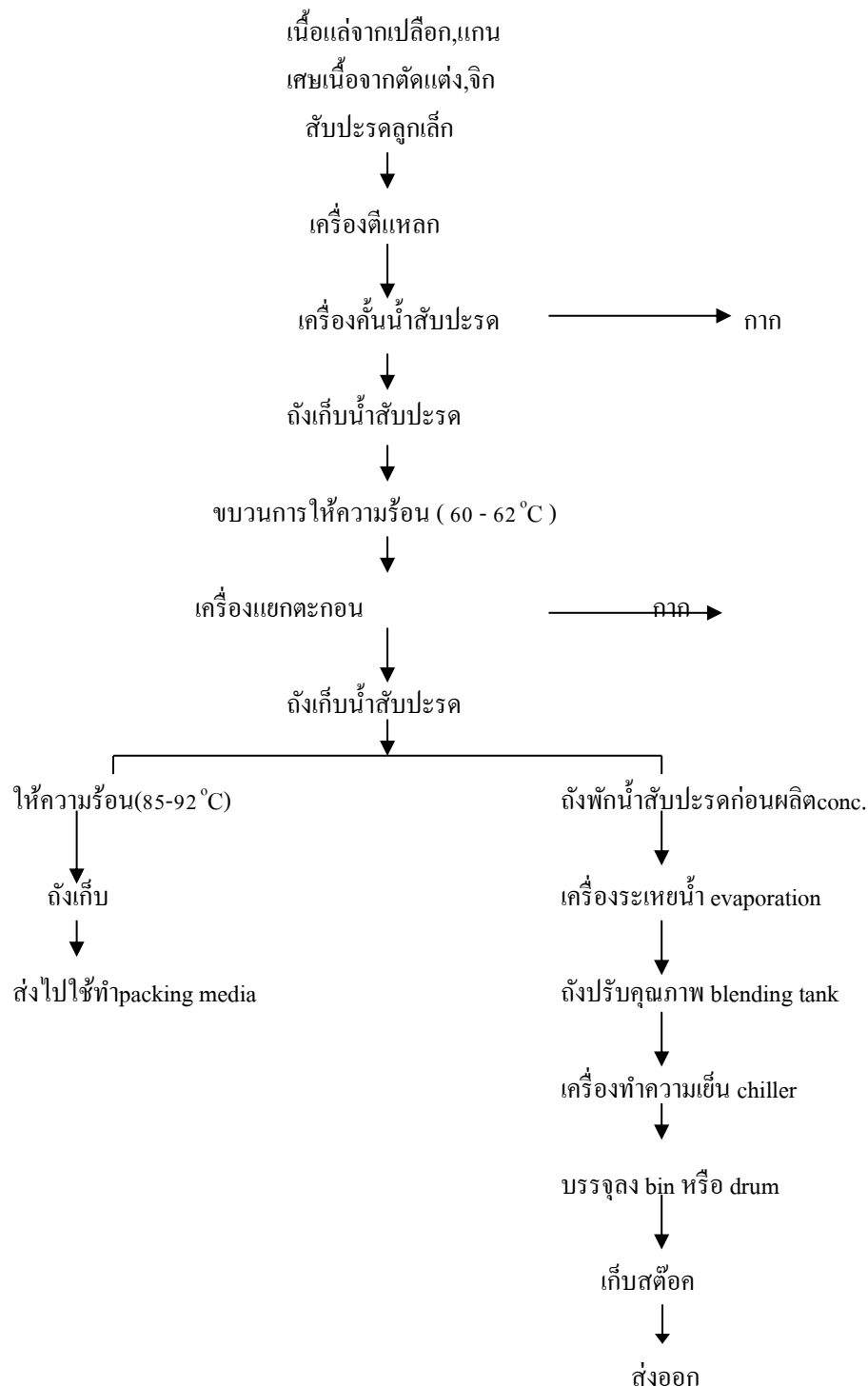
กล่าวโดยสรุปในแผนการดำเนินการด้านวัตถุดิบ บริษัทมีนโยบายที่จะสร้างความมั่นใจในการทำไร่สับปะรดของชาวไร่ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองที่บริษัทฯตั้งดำเนินการผลิตสับปะรดกระป๋องในปัจจุบัน โดยที่บริษัทจะเพิ่มจำนวนสมาชิกชาวไร่โครงการส่งเสริมการทำไร่แบบมีสัญญาขึ้น โดยพิจารณาคัดเลือกจากชาวไร่รายย่อยต่างๆ ไป ที่เป็นลูกค้าประจำของบริษัทฯ รวมทั้งรับประกันปริมาณผลผลิตของชาวไร่ตามข้อตกลงกันไว้ ซึ่งนโยบายเพิ่มจำนวนสมาชิกชาวไร่ในโครงการส่งเสริมนี้ จะเป็นหลักประกันที่จะสร้างความมั่นใจในการทำไร่ต่อไป และบริษัทก็จะสามารถมีความมั่นใจในการที่จะวางแผนการผลิตในระยะยาว ได้โดยมีวัตถุดิบพอเพียงและสอดคล้องกับเป้าหมายการผลิตควบคู่ไปกับอาชีพการทำไร่สับปะรดของเกษตรกร

#### สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

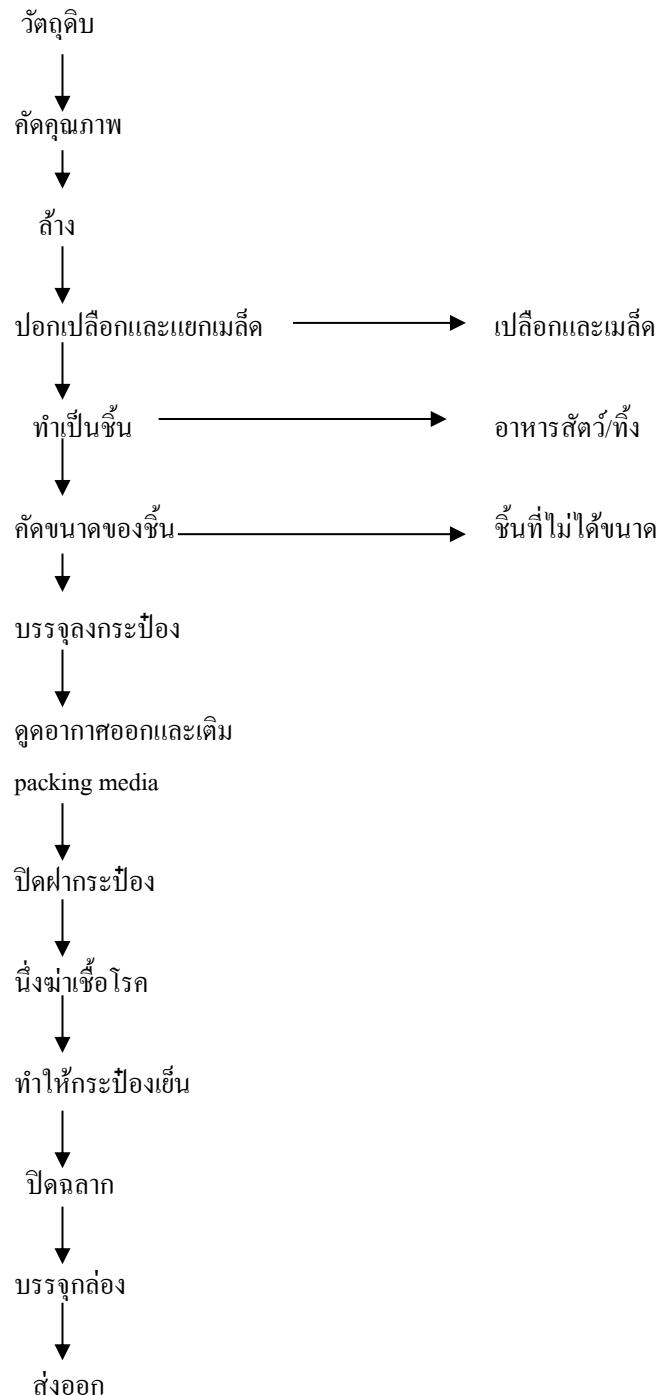
	2554	2555	2556
สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศ : ต่างประเทศ	96.0 : 4.0	91.0 : 9.0	98.0 : 2.0



### แผนผังโดยย่อของกรรมวิธีน้ำสับปะรดและน้ำสับปะรดเข้มข้น



แผนผังวิธีการผลิตผักและ/หรือผลไม้รวม โดยสังเขป



เทคโนโลยีใช้ในการผลิตและแหล่งที่มา

เทคโนโลยีในการผลิตสับประรดกระป๋อง ได้กำเนิดขึ้นที่ฮาวายแล้วย้ายฐานมาไต้หวัน ฟิลิปปินส์ และไทย ตามลำดับ ดังนั้นเทคโนโลยีที่ไทยถือว่าทันสมัยที่สุดของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋อง



### ความเพียงพอของเครื่องจักรและบุคลากรในการผลิต

บริษัทได้ลงทุนติดตั้งเครื่องจักรผลิตสับปะรดกระป๋องตั้งแต่ปี 2520 เรื่อยมาและมี LINE การผลิตมากถึง 15 LINE สามารถผลิตสับปะรดกระป๋องได้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า พร้อมกันนี้บริษัทมีคลังสินค้าที่เก็บสินค้าได้ถึง 1.7 ล้านหีบมาตรฐาน สำหรับเครื่องจักรผลิตน้ำสับปะรดเข้มข้นมีเพียงพอและสามารถผลิตสินค้าแต่ละชนิดได้ตามความต้องการของลูกค้าเช่นกัน

ด้านบุคลากร บริษัทมีพนักงานที่เติบโตมาพร้อมกับบริษัทฯ บริษัทมีการพัฒนาบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ให้มีความสามารถและรอบรู้ทั้งในด้านเทคนิคและในการด้านการจัดการ เมื่อพนักงานมีความชำนาญความสามารถพร้อมจะได้รับการปรับตำแหน่งหน้าที่ให้สูงขึ้นหรืออาจโอนย้ายไปปรับตำแหน่งที่สูงขึ้นในกลุ่มบริษัท

ปริมาณบุคลากรมีเพียงพอในการผลิต

ด้านแรงงานเป็นแรงงานท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง บางครั้งประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานบ้าง อย่างไรก็ตามเป็นปัญหาที่ไม่รุนแรงมาก ทั้งนี้เพราะได้วางแผนการผลิตล่วงหน้าเป็นรายเดือน และแผนผลิตดังกล่าวได้ถูกปรับตามความเหมาะสมแล้วจึงทำให้ทราบว่าช่วงใดต้องใช้แรงงานเท่าไรล่วงหน้า ทำให้มีการจัดหาแรงงานได้เพียงพอ

### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีระบบการกำจัดน้ำเสียและได้มีการวิเคราะห์คุณภาพของน้ำเสียตลอดเวลาตามกฎหมายที่กำหนดและไม่มีประวัติการผิดกฎหมาย

- บริษัท ทิปโก้ เอฟ แอนด์ บี จำกัด เป็นบริษัทย่อยร่วมทุน ระหว่าง บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) กับ Suntory Beverage & Foods Asia ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มพร้อมดื่ม ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. ทิปโก้ น้ำผลไม้ 100% บรรจุในกล่องขนาด 200 มิลลิลิตร และ 1 ลิตร
2. ทิปโก้ เวกี้ น้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100% บรรจุในกล่องขนาด 200 มิลลิลิตร และ 1 ลิตร
3. ทิปโก้ ซุปเปอร์คิด น้ำผลไม้และน้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100% สำหรับเด็กบรรจุในกล่องขนาด 110 มิลลิลิตร
4. ทิปโก้ ซุปเปอร์ฟรุต เอสเซนส์ น้ำทับทิมสกัดเข้มข้น และน้ำพ룬สกัดเข้มข้นผสมผลฟักบรรจุในกล่องขนาด 110 มิลลิลิตร
5. ทิปโก้ ฟรุตพลัส น้ำผลไม้ และน้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100 % ผสมเนื้อมะลิโอเวรา บรรจุในกล่องขนาด 180 มิลลิลิตร
6. ทิปโก้ สควิช น้ำผลไม้ และน้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100% แบบพาสเจอร์ไรส์ บรรจุในกล่อง 300 มิลลิลิตร และ 1 ลิตร
7. ทิปโก้ คูลฟิต น้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 40% บรรจุในกล่องขนาด 200 มิลลิลิตร และ 1 ลิตร
8. ออรา เครื่องดื่มน้ำแร่ธรรมชาติบรรจุในขวดขนาด 500 มิลลิลิตร และ 1.5 ลิตร

## 9. ชันโทรี ทีพลัส เครื่องดื่มชาอู่หลง โอทีพีพี บรรจุขวด PET500 มิลลิลิตร

ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่มในประเทศไทยมีมูลค่าทั้งหมด 11,925 ล้านบาท ในปี 2556 สามารถจำแนกตามคุณลักษณะของสินค้าออกเป็น 5 ประเภท

- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผัก 100 % (Premium market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ 38%
- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผัก 40% (Medium market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ 5%
- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผัก 25% (Economy market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ 14%
- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักต่ำกว่า 25% (Super Economy market ) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ 30%
- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักอื่นๆ เช่น น้ำลำไย น้ำตาลสด (Other market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ 13%

ในตลาดของน้ำผลไม้และน้ำผักยังสามารถแบ่งประเภทแบบตามลักษณะการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้อีกสองแบบ คือ แบบที่สามารถเก็บไว้ที่อุณหภูมิห้องและมีอายุประมาณ 6-12 เดือนหรือที่เรียกว่า UHT และแบบที่มีอายุประมาณ 30-45 วัน และต้องเก็บไว้ในตู้แช่หรือที่เรียกว่า Pasteurized ราคาขายปลีกของสินค้า Premium อยู่ที่ระดับ 60-80 บาทต่อ 1 ลิตร ในขณะที่ราคาขายปลีกของ Medium จะอยู่ในราว 40-50 บาทต่อ 1 ลิตร ราคาขายปลีกของ Economy จะประมาณ 20-25 บาทต่อ 1 ลิตร และราคาขายปลีกของ Super Economy จะประมาณ 50-55 บาทต่อลิตร ตลาดน้ำผลไม้รวมทั้ง 5 ประเภทนี้ มูลค่าของ Premium market และ Medium market จะอยู่ราว 43% ของมูลค่าตลาดรวม

ตลาดน้ำแร่ มีมูลค่าตลาดประมาณ 1,931 ล้านบาท หรือประมาณ 136 ล้านลิตร มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 14 โดยบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 25

ตลาดชาพร้อมดื่ม มีมูลค่าตลาด 16,000 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 20

อย่างไรก็ตามอุปสรรคที่สำคัญมากประการหนึ่งคือปัญหาด้านวัตถุดิบที่เป็น ผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งคุณภาพและปริมาณจะขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ทั้งหมดและส่งผลกระทบต่อราคาของวัตถุดิบตลอดจนปริมาณที่อาจขาดแคลน

ในบางช่วง การป้องกันปัญหาดังกล่าวโดยการผลิตและเก็บสินค้าคงคลังไว้ก่อนจะทำให้มีต้นทุนการเก็บรักษาสูงและอาจมีผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าได้ จึงต้องเก็บรักษาในระดับที่พอเหมาะ

บริษัทมีกำลังการผลิตเครื่องดื่ม รวมเป็นมูลค่า 111 ล้านลิตรต่อปี โดยบริษัทมีสินค้าอยู่ในตลาด เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพหลัก 3 ตลาดด้วยกันคือตลาดน้ำผลไม้และน้ำผัก แบรินด์ที่ใช้คือ ทิปโก้ น้ำผลไม้ 100%, ทิปโก้ เวจี น้ำผักผสมน้ำผลไม้ รวม 100%, ทิปโก้ ซูเปอร์ริค น้ำผลไม้ และน้ำผักผสมน้ำผลไม้ รวม 100% สำหรับเด็ก, ทิปโก้ สควิช น้ำผลไม้และน้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100% แบบพาสเจอร์ไรส์, ทิปโก้ คูลพิต น้ำผลไม้และน้ำผักรวม 40%, ทิปโก้ ฟรุ๊ตพลัส น้ำผลไม้ และน้ำผักผสมน้ำผลไม้ 100% ผสมเนื้อโอโลเวรา

ตลาดน้ำแร่ แบรินด์ที่ใช้คือ ออรา ผลิตจากแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติบนเทือกเขาสูง 2,700 ฟุตจากระดับน้ำทะเล ที่ ต.โป่งแยง อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่ ลึกลงไปจากพื้นดินใต้ภูเขา 297 ฟุต มีแอ่งน้ำขนาดใหญ่ที่

เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่เรียกว่า “น้ำพุเย็น” ซึ่งมีเพียงไม่กี่แห่งในโลกและเป็นแหล่งเดียวในประเทศไทย ถูกนำมาผลิตเป็นน้ำแร่ธรรมชาติบรรจุขวด โดยปราศจากกระบวนการที่ใช้สารเคมี

ตลาดชาพร้อมดื่ม(Bothed Tea) แบรินด์ที่ใช้คือ ชันโหรี ทีพลัส เป็นชาอู่หลงยี่ห้อแรก และยี่ห้อเดียวในประเทศไทย ที่มี OTPP มากกว่า 70 มิลลิกรัม ในทุกๆ รสชาติ OTPP ( Oolong Tea Polymerized Polyphenols ) มีความสามารถป้องกันการดูดซึมไขมันเข้าสู่ร่างกาย เพราะเข้าไปขัดขวางกระบวนการย่อยไขมันเอนไซม์ไลเปสในลำไส้เล็ก

#### **ลักษณะการนำผลิตภัณฑ์หรือบริการไปใช้**

เป็นเครื่องดื่มพร้อมดื่มประเภท น้ำผลไม้ น้ำแร่เย็นธรรมชาติแท้เพื่อสุขภาพและความสดชื่นสำหรับร่างกาย และชาพร้อมดื่ม

#### **ลักษณะของลูกค้า**

จัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่าย (Distributor) ไปยังร้านค้าปลีกต่างๆ ทั่วประเทศ

#### **สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ**

##### **บัตรส่งเสริมการลงทุน**

บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำหรับกิจการผลิตน้ำพืชผักผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

**บัตรส่งเสริมเลขที่ 1733(2)/2549 สำหรับกิจการผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหารโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (ยกเว้นการผลิตน้ำดื่ม ลูกอม และไอศกรีม )เริ่มเปิดดำเนินการ 31กรกฎาคม2549**

##### **สิทธิและประโยชน์ สำคัญ สรุปดังนี้**

- 1.ได้รับอนุญาตนิคมต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะคุณของบุคคลทั้งสองประเภทเข้ามาในราชอาณาจักรได้ ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลาให้อยู่ในราชอาณาจักรเท่าที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นสมควร
- 2.ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักรได้รับอนุญาตทำงานเฉพาะตำแหน่งที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาเท่าที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร
- 3.ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ
- 4.ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี และหักผลขาดทุนได้ 5 ปี
- 5.ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ 8 ปี

##### **เงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติตามนี้**

- 1.บุคคลต่างด้าวที่ได้รับการส่งเสริมไม่อนุญาตให้ไปปฏิบัติหน้าที่อื่นได้นอกเหนือขอบเขตหน้าที่ของตำแหน่งที่ได้รับอนุมัติและจะต้องเร่งรัดฝึกอบรมสนับสนุนคนไทยให้สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับส่งเสริมแทนคนต่างด้าวภายในเวลาที่กำหนด และจะต้องรายงานคนต่างด้าวว่าได้ฝึกอบรมให้คนไทยได้รับความชำนาญเพียงไร ตามแบบและวิธีการที่สำนักงานกำหนด
2. ต้องใช้ที่ดินที่ได้รับอนุญาตเพื่อประกอบกิจการส่งเสริมเท่านั้น
3. ในกรณีที่มีการค้าประกันเครื่องจักร จะต้องจัดส่งเอกสารเครื่องจักรที่ขอยกเว้นภายใน 1 ปีนับจากวันสิ้นสุดการนำเข้า จะต้องใช้เครื่องจักรที่ได้อนุมัติยกเว้นเฉพาะ ในกิจการตามบัตรส่งเสริม และจะต้องไม่จำหน่าย

- จำหน่าย โอน ให้เช่า หรือ ยินยอมให้บุคคลอื่นใช้เครื่องจักรที่ได้รับยกเว้น
4. จะต้องยื่นรายการเพื่อขออนุมัติการนำเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นก่อนการนำเข้าไม่น้อยกว่า 2 เดือน
5. จะต้องจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย สำหรับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมแยกต่างหากจากกิจการส่วนอื่นเพื่อประโยชน์ในการคำนวณกำไรสุทธิที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
6. วัตถุดิบและวัสดุจำเป็น จะต้องใช้ในการประกอบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการส่งออก และเฉพาะในกิจการที่ได้รับการส่งเสริม
7. จะต้องแจ้งยืนยันโครงการต่อสำนักงานเมื่อครบ 6 เดือน ครบ 1 ปี และ ครบ 2 ปี นับแต่วันที่ออกบัตรส่งเสริม
8. เมื่อเปิดดำเนินการจะต้องรายงาน การเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนการถือหุ้นระหว่างผู้มีสัญชาติไทยและคนต่างด้าว ฐานะการเงินและผลการดำเนินงานภายใน 31 กรกฎาคม ของปีถัดไป เรื่องอื่นๆเป็นครั้งคราว ตามแบบและภายในระยะเวลาที่กำหนด
9. จะต้องจัดให้มีระบบป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายกับสิ่งแวดล้อม หรือก่อให้เกิดอันตรายหรือความเดือดร้อนแก่ผู้อยู่ใกล้เคียง
10. จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
11. การหยุดดำเนินการเป็นระยะเวลาเกิน 2 เดือน ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงาน
12. จะต้องอำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบ
13. กรรมวิธีการผลิตหรือบริการ จะต้องเป็นไปตามโครงการที่เสนอและได้รับการอนุมัติ
14. คุณภาพผลิตภัณฑ์ต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล
15. กรณีมีการย้ายภูมิลำเนาของผู้ได้รับการส่งเสริม ต้องแจ้งให้สำนักงานทราบทุกครั้งพร้อมด้วยหนังสือรับรองของกระทรวงพาณิชย์

### แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

ปี 2557 คาดการณ์อัตราการเติบโต ตลาดน้ำผลไม้ 100% ประมาณ ร้อยละ 8 ตลาดเครื่องดื่มน้ำแร่ ประมาณ ร้อยละ 18 และ เครื่องดื่มชาบรรจุขวด ประมาณ ร้อยละ 15 ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในประเทศ โดยเฉพาะสถานการณ์ทางการเมืองเป็นตัวแปรที่จะส่งผลกระทบต่ออัตราการเติบโตโดยรวมได้ การแข่งขันทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มพร้อมดื่มยังอยู่ในระดับสูง เพื่อแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งการตลาด บริษัท ทิปโก้ เอฟ แอนด์ บี จำกัด จะยังคงรักษาความเป็นผู้นำส่วนแบ่งตลาด ในตลาดน้ำผลไม้ 100% โดยเน้นการสร้างคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ คุณภาพที่คัดสรรของวัตถุดิบและกระบวนการผลิต ที่ให้คุณประโยชน์ ต่อสุขภาพของผู้บริโภคเป็นสำคัญ รวมถึงการพัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อขยายฐานตลาด และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการขยายฐานตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำผักไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น เกาหลีใต้ จีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น

ในส่วนของน้ำแร่ ตรา ออรา บริษัทฯ ได้ขยายกำลังการผลิต เพิ่มขึ้นในปี 2557 เพื่อรองรับกับการเติบโตของตลาดที่สูง โดยที่น้ำแร่ ตราออรา มาจากแหล่งธรรมชาติน้ำพุเย็น ซึ่งเป็นหนึ่งในแหล่งธรรมชาติที่มีคุณภาพดีที่สุดในประเทศ โดยปีนี้บริษัทจะมีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น

ในปี 2557 บริษัทยังคงดำเนินกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง สำหรับเครื่องดื่มชาอู่หลง โอทีพีพี บรรจุขวด ตราซันโทรี ทีพลัส หลังจากประสบความสำเร็จในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ในปลายปีที่ผ่านมา ซึ่ง

เป็นเครื่องดื่มน้ำที่มุ่งเน้นด้านคุณภาพ ประโยชน์ต่อสุขภาพ และ มีรสชาติเป็นที่ถูกใจและสร้างความสดชื่นให้แก่ผู้บริโภค

#### - กลยุทธ์ธุรกิจ

1. ผลิตสินค้าที่เป็นที่ยอมรับของตลาดและรักษามาตรฐานของสินค้าทั้งในด้านคุณภาพและรสชาติอย่างต่อเนื่อง
2. ต้องมีความหลากหลายของสินค้าเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเต็มที่บริษัทมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพอย่างต่อเนื่อง
3. จัดทำกิจกรรมทางการตลาดสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าตลอดจนสร้างความจดจำในยี่ห้อและความต้องการสินค้าในครั้งต่อไป
4. วางแผนจัดซื้อวัตถุดิบ การผลิตสินค้าและการเก็บสินค้าคงคลังให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
5. มีการบริหารต้นทุนด้านการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อดำรงสถานะภาพของการแข่งขัน
6. สามารถกระจายสินค้าได้ทั้งถึงและมีระบบการหมุนเวียนสินค้าให้สดใหม่อยู่เสมอ

#### - ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ และมองหาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Health Conscious)

#### - ลักษณะของลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัท

ลูกค้าของบริษัทเป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย (End user)

#### - นโยบายด้านราคา

นโยบายด้านราคาตั้งราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

#### - การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

เป็นการขายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ การจัดจำหน่ายสามารถแบ่งได้เป็นสองส่วนด้วยกันคือ การจัดจำหน่ายผ่านผู้แทนจำหน่าย (Distributor) ไปยังร้านค้าปลีก ร้านค้าส่ง ร้านสะดวกซื้อ เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งเป็นช่องทางจัดจำหน่ายหลัก ส่วนอีกทางคือทางบริษัทเป็นผู้ขายเองตามช่องทางการออกจากร้านจำหน่ายสินค้าและช่องทางจำหน่ายพิเศษ

สำหรับการส่งออก เริ่มมีการส่งออกในปี 2544 ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยในปี 2547 -2550 ได้มีการตั้งตัวแทนจำหน่ายในตลาดตัวอย่างที่เลือกอย่างเป็นทางการ ยอดขายส่งออกในปี 2556 เติบโต 9.61% มากกว่าในปีที่ผ่านมา 3% ในส่วนของตลาดต่างประเทศนั้น บริษัทเน้นขยายธุรกิจในกลุ่มประเทศในอาเซียน ซึ่งเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซียซึ่งเป็นตลาดใหญ่ในภูมิภาคนี้

#### การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

#### ลักษณะของฤดูกาลหรือวัฏจักรการประกอบธุรกิจ

แหล่งวัตถุดิบแบ่งได้เป็น 2 แหล่ง

1. แหล่งวัตถุดิบในประเทศ บริษัทจะรับซื้อผลไม้สดชนิดต่าง ๆ เช่น ส้ม ฝรั่ง และสับปะรด จากชาวไร่โดยตรง โดยมีนโยบายที่จะใช้วัตถุดิบในประเทศให้มากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบ ซึ่งจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามฤดูกาล เช่น สับปะรดจะมีมากในช่วงเดือนมีนาคม ถึง พฤษภาคม และอีกช่วงในเดือนตุลาคมถึงธันวาคม เป็นต้น

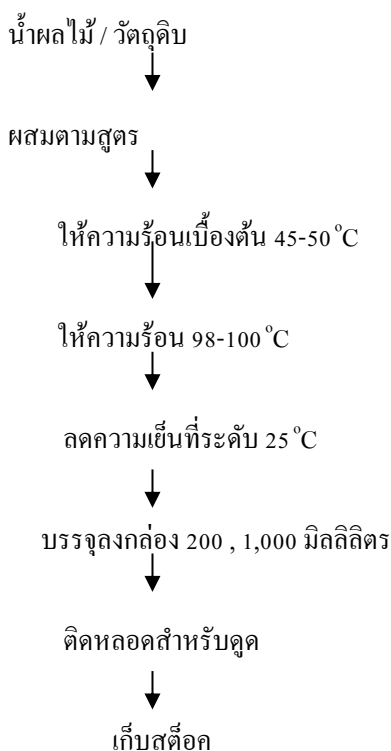
2. แหล่งวัตถุดิบจากต่างประเทศ บริษัทจะซื้อน้ำผลไม้เข้มข้น (Juice Concentrate) มาใช้ เพื่อผลิตน้ำผลไม้

### วัตถุดิบที่สำคัญ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตน้ำผลไม้ คือ สับปะรด ฝรั่ง ส้ม และ ผลไม้อื่น ๆ ซึ่งซื้อจากชาวไร่ และน้ำผลไม้เข้มข้นและกล่องและซองบรรจุซึ่งสั่งซื้อจากต่างประเทศ มีสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศอยู่ในระดับ สัดส่วนเท่ากับ 41% ต่อ 59%

### ขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิต

#### แผนผังโดยย่อของกรรมวิธีการผลิตน้ำผลไม้ / เครื่องดื่มพร้อมดื่ม



### เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต

บริษัทซื้อเครื่องบรรจุเครื่องดื่มพร้อมดื่มจากต่างประเทศซึ่งเป็นเครื่องที่ทันสมัย และมีปริมาณการสูญเสียน้อย



### ความเพียงพอของเครื่องจักรและบุคลากรในการผลิต

บริษัทได้มีการสร้างโรงงานเครื่องดื่มน้ำขึ้น ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยที่โรงงานดังกล่าวมีกำลังการผลิตพร้อมผลิตเพียงพอต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้น โดยโรงงานดังกล่าวจะมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ 3 แบบ กล่าวคือ UHT , Pasteurized และ Aseptic PET โดยได้ทำการเปิดตัวโรงงานที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2551 ปัจจุบันบริษัทมีการใช้อัตราการผลิตอยู่ที่ระดับ 80% ของกำลังการผลิตเต็มที่

ด้านบุคลากร บริษัทมีพนักงานที่เติบโตมาพร้อมกับบริษัท บริษัทมีการพัฒนาบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ให้มีความสามารถและรอบรู้ทั้งในด้านเทคนิคและในด้านการจัดการ การดำเนินการของ บริษัทเพื่อลดผลกระทบและผลการปฏิบัติงานเทียบกับอัตราสูงสุดที่กฎหมายกำหนดตลอดจนประวัติการกระทำผิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมบริษัทมีระบบการกำจัดน้ำเสีย และได้มีการวิเคราะห์คุณภาพของน้ำเสียตลอดเวลาตามที่กฎหมายกำหนด

- บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด เป็นบริษัทย่อย ร่วมทุน ระหว่าง บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด(มหาชน) กับ บริษัท ทิปโก้ เอฟ แอนด์ บี จำกัด ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ภายใต้ตราสัญลักษณ์ “Squeeze Juice Bar by Tipco” จำหน่ายผลิตภัณฑ์ น้ำผลไม้ปั่นสด โยเกิร์ตสด แอปเปิ้ลโยเกิร์ตโดยเน้นคุณภาพ คุณประโยชน์ นอกเหนือจากรสชาติ และ ยังเป็นจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ เช่น น้ำผลไม้ทิปโก้ สับปะรดสดหอมสุวรรณ เป็นต้น

สภาพแวดล้อมธุรกิจค้าปลีกโดยรวม ปี2556 มีผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่เป็นผลกระทบหลัก โดยเฉพาะค่าแรง 300 บาท รวมถึงสถานการณ์ทางการเมืองในช่วงปลายปี ทำให้ธุรกิจค้าปลีกได้ชะลอในการขยายธุรกิจ บริษัทได้มุ่งเน้นในการปรับโมเดลทางธุรกิจที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมากในปีที่ผ่านมา

บริษัทได้มีการปรับยุทธศาสตร์ เรื่องของการปรับเมนูและรูปแบบของสาขาเก่าที่สร้างทั้งยอดขาย และกำไรอย่างต่อเนื่อง และวางแผนงานธุรกิจระยะยาวในการขยายสาขาใหม่ๆ โดยในการขยายสาขาใหม่จะปรับขนาดและเมนูของร้านให้เหมาะสมกับสาขาในแต่ละช่องทาง

### แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

แนวโน้มรูปแบบการใช้ชีวิตนอกบ้านของสังคมเมืองยังมีอยู่สูง แต่อาจจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่ไม่ปกติทางการเมือง ส่งผลต่อการใช้จ่ายใช้สอย และยอดขายของธุรกิจค้าปลีก และ จากการที่มีการปรับตัวสูงขึ้น ของค่าใช้จ่ายค่าพื้นที่ และ ค่าแรง บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด มีแนวทางการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ และ การตลาด ทั้งในเรื่องรูปแบบร้านค้า สถานที่ สินค้าและการบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มธุรกิจในอนาคต รวมถึงการสร้างการรับรู้และจดจำในตัว

ร้านค้า สินค้า และการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย เพื่อขยายฐานลูกค้าประจำให้มีเพิ่มมากขึ้น กระตุ้นให้ลูกค้าเพิ่มความถี่และมูลค่าในการซื้อให้มากขึ้น

- บริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด เป็นบริษัทย่อย ดำเนินธุรกิจด้านการเกษตรและสารสกัดจากพืช โดยเน้นด้านการวิจัยและพัฒนาพันธุ์พืชและการเพาะปลูก โดยส่วนหนึ่งเป็นการสนับสนุนการพัฒนาวัตถุดิบที่ใช้ในกลุ่มธุรกิจ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยบริษัทมีฟาร์มในการพัฒนาสายพันธุ์และเพาะปลูกสับปะรดสายพันธุ์ปัตตาเวีย เพื่อใช้ในการผลิตสับปะรดกระป๋อง และ สับปะรดสด ทิปโก้หอมสุวรรณ เป็นสินค้าที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และ ร้าน Squeeze Juice Bar by Tipco นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินธุรกิจด้านการสกัดสารจากพืชประเภทต่างๆ เพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบ ส่วนประกอบของ อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและ ยาบริษัท มีโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพรด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยซึ่งมีประสิทธิภาพและระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยทางบริษัทมีบริการครบวงจรแก่ลูกค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบการอบแห้งบดผงและผลิตเป็นสารสกัด อีกทั้งยังมีบริการพัฒนากระบวนการสกัดร่วมกับลูกค้าเริ่มตั้งแต่ระดับทดลองในห้องปฏิบัติการตลอดจนผลิตจริงในระดับอุตสาหกรรม

นับจากวันแรกที่แนะนำสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณเข้าสู่ตลาดอย่างจริงจังจนกระทั่งถึงปัจจุบัน รวม 3 ปีเต็ม (2554-2556) ได้รับการตอบรับอย่างดีจากลูกค้าเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่น่ายินดีของธุรกิจใหม่ การขายผลไม้สดของทิปโก้ซึ่งแตกต่างจากการขายน้ำผลไม้บรรจุกล่องอย่างสิ้นเชิงทั้งในด้านการขายและบริการ

ปี 2556 สับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณสามารถสร้างยอดขายได้ก้าวกระโดด เช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา โดยมียอดขายเพิ่มขึ้น 2 เท่า แม้ปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ชื่นชอบความโดดเด่นของคุณลักษณะและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณ

#### การตลาดและการแข่งขัน

สับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณ มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากสับปะรดทั่วไป ความสดสะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณมีความหอม หวาน เนื้อแน่นนุ่ม ไม่กัดลิ้น มีวิตามินสูงกว่าสับปะรดทั่วไป เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากสับปะรดทั่วไปในท้องตลาด และไม่ได้ตัดแต่งพันธุกรรมทำให้เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าเป็นอย่างมาก

ทางด้านของราคาบริษัทได้วางไว้ที่สูงปานกลางเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด เนื่องจากสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณนี้เป็นพันธุ์ที่ค่อนข้างอ่อนแอ จึงต้องมีการดูแลอย่างดีเพื่อให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพดีกว่าสับปะรดทั่วไป ลักษณะเปลือกที่บางทำให้ต้องเก็บเกี่ยวและคัดบรรจุอย่างพิถีพิถันเพื่อมิให้ชำรุดเสียหาย ซึ่ง

ต้องใช้แรงงานจำนวนมาก แต่ก็เป็นข้อดีต่อผู้บริโภคคือ ปอกง่าย ไม่ต้องควั่นตา ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อเป็นผลสดและกลับไปปอกเองที่บ้านได้

กลุ่มลูกค้าสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณเป็นกลุ่มกว้างตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ที่ชอบในความเป็นเอกลักษณ์ของพันธุ์นี้ และตระหนักถึงความคุ้มค่า ถึงแม้ว่าราคาจะสูงกว่าสับปะรดท้องตลาดเช่น สับปะรดศรีราชา สับปะรดภูเก็ต และอื่น ๆ

สับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณเน้นการจัดจำหน่ายในห้างซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต(พรีเมียม) ร้านค้าทั่วไปที่คัดสรรแล้วรวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ เราพยายามที่จะหาช่องทางจำหน่ายให้เพิ่มมากขึ้นให้ครอบคลุมได้ทั่วประเทศตั้งแต่ปีนี้เป็นต้นไป

### ด้านการค้าขาย

สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความแห้งแล้ง ระดับน้ำฝน และอุณหภูมิ มีผลกระทบโดยตรงต่อการเติบโต ผลผลิต คุณภาพโดยรวม และรสชาติของสับปะรดหอมสุวรรณทั้งสิ้น การคาดการณ์ถึงแม้ทำได้ยากแต่ก็ต้องมีแผนสำรองและปรับเปลี่ยนการเพาะปลูกให้เหมาะสมเพื่อให้มีผลผลิตหอมสุวรรณคุณภาพดีออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ค่าแรงที่เพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดและปัจจัยการผลิตอื่นๆ ค่าขนส่งและค่าสถานที่จำหน่ายที่ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกันปัจจัยลบที่ฝ่ายจัดการต้องหาทางลดและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมาชดเชย

### โอกาส

ในแต่ละปีประเทศไทยบริโภคสับปะรดสดในทุกภาคส่วนปีละ 300,000 ตัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวีย (สับปะรดศรีราชา) ด้วยรสชาติที่แตกต่างเป็นเอกลักษณ์สับปะรดหอมสุวรรณยังสามารถเพิ่มส่วนแบ่งลูกค้าสับปะรดเดิมได้อีกมากเพราะจากการที่เราทำตลาดมา 3 ปี ผู้ที่ชื่นชอบสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณมีแนวโน้มจะไม่กลับไปบริโภคสับปะรดทั่วไป ซึ่งเป็นการแบ่งกลุ่ม ของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน และคาดว่าจะได้รับการยอมรับในวงกว้าง วิสัยทัศน์ของหอมสุวรรณคือ

**“ Thinking Of Premium Thai Pineapple, Thinking of Homsuwan ”**

ธุรกิจสารสกัดจากพืชนับจากปีพ.ศ.2554 เป็นต้นมา บริษัทได้ให้บริการรับจ้างสกัดสารจากพืชและสมุนไพรต่างๆ เพื่อป้อนให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศโดยปัจจุบันสินค้าและบริการของบริษัทมีด้วยกัน 2 รูปแบบหลักคือ

- บริการรับจ้างสกัดสารสกัดจากพืชและสมุนไพรตามความต้องการของลูกค้าเพื่อใช้เป็น ส่วนประกอบของอาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเครื่องสำอางและยา
- สกัดและจำหน่ายสารสกัดจากพืชและสมุนไพรเพื่อใช้เป็น ส่วนประกอบของอาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเครื่องสำอางและยา

บริษัทมีโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพรด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยซึ่งมีประสิทธิภาพและระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยทางบริษัทมีบริการครบวงจรแก่ลูกค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบการอบแห้งบดผงและผลิตเป็นสารสกัด อีกทั้งยังมีบริการพัฒนากระบวนการสกัดร่วมกับลูกค้าเริ่มตั้งแต่ระดับทดลองในห้องปฏิบัติการตลอดจนผลิตจริงในระดับอุตสาหกรรม บริษัทมีความพยายามพัฒนาระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2556 ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพGMP

เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์สารสกัดที่มีคุณภาพ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า อีกทั้งเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต บริษัทมีทีมงานวิจัยและพัฒนาที่สามารถตรวจสอบมาตรฐานของสารสำคัญในเชิงปริมาณ (Standardization) โดยใช้เครื่องมือขั้นสูงได้แก่GC และHPLC อีกทั้งยังมีความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ของทางภาครัฐเพื่อพัฒนาและนำเอานวัตกรรมใหม่ๆ มาปรับใช้ในการพัฒนาสารสกัดสมุนไพร โดยในปี 2556 นี้ บริษัทได้เริ่มนำเทคโนโลยีการกักเก็บสาร (Encapsulation technology) มาใช้ในการผลิตสารสกัด อันเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของสารสกัดให้ดียิ่งขึ้น

นอกจากการรับจ้างสกัดอันเป็นธุรกิจหลักในขณะนี้ ในปีนี้บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์สารสกัดจากพืชและสมุนไพรและจำหน่ายแล้วหลายชนิด ได้แก่ สารสกัดจากเปลือกมังคุด สารสกัดจากว่านหางจระเข้ สารสกัดกระเจี๊ยบ สารสกัดมะขามป้อม สารสกัดดอกอัญชัน โยอาหารจากสับปะรด โยอาหารจากเนื้อมะพร้าว เป็นต้น

เนื่องจากธุรกิจสารสกัดเป็นธุรกิจใหม่ภายใต้ผลิตภัณฑ์ในแบรนด์ทิปโก้ ในปี 2556บริษัทจึงได้เปิดตัวธุรกิจโดยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่รู้จักกันดีในวงการธุรกิจสารสกัดคือ งาน Food ingredients Asia 2013 และ งาน In-cosmetics Asia 2013 โดยในงานแสดงสินค้านี้ดังกล่าว ผลิตภัณฑ์สารสกัดของบริษัทได้รับความสนใจเป็นอย่างมากจากผู้ร่วมงาน

#### **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน**

แนวโน้มของการให้ความสำคัญด้านสุขภาพ และความงามเพิ่มสูงขึ้น และตลาดผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการด้านสุขภาพและความงามภายในประเทศ มีการเติบโตสูงในช่วงหลายปีที่ผ่านมา นับเป็นโอกาสสำหรับ บริษัท ทิปโก้ไบโอเทค จำกัด ที่จะสร้างอัตราการเติบโตของยอดขายจากธุรกิจการสกัดสารจากพืชและสมุนไพร ต่างๆ เพื่อเป็นวัตถุดิบให้กับผู้ผลิตอาหาร เครื่องดื่ม อาหารเสริม เครื่องสำอาง และ ยาภายในประเทศ ขณะเดียวกันยังมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร และ คู่ค้าจากต่างประเทศ ที่มีความต้องการวัตถุดิบจากสารสกัดจากพืชและสมุนไพรที่มีเฉพาะพื้นที่บางชนิด หรือมีต้นทุนต่ำกว่า

### 3.ปัจจัยความเสี่ยง

## ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท

จากที่ประชุมของคณะอนุกรรมการประเมินความเสี่ยงทางธุรกิจ ได้แยกความเสี่ยงทางธุรกิจ เป็น 2 ลักษณะ คือ ความเสี่ยงระยะสั้นและระยะยาว โดยแบ่งระดับความรุนแรงเป็น 5 ระดับ คือ ระดับ 5 = มากที่สุด ระดับ 4 = มาก ระดับ 3 = ปานกลาง ระดับ 2 = น้อย และระดับ 1 = น้อยที่สุด มีรายละเอียดดังนี้

## ความเสี่ยงทางธุรกิจระยะสั้น

ประเภท	ลักษณะ ความเสี่ยง	ระดับ ความเสี่ยง	สาเหตุ	ผลกระทบและมาตรการในการรองรับ
ผลิตและส่งออก สับประรด กระป๋อง นี้ สับประรด เข้มข้น และ ผลไม้ รวม กระป๋อง	(ก) ต้นทุนทาง การเงิน สูงขึ้น	2	ราคาวัตถุดิบราคา สูง ขึ้น ทำใ้ ต้องการเงินทุน หมุนเวียนเพิ่มขึ้น ซึ่งแหล่งที่มาของ เงินทุนเป็นเงินกู้ ระยะสั้น ทำให้ ต้นทุนทางการเงิน เพิ่มขึ้น	ต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้น ทำให้ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลดลง บริษัทจึง ต้องมุ่งเน้นการบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านเครดิตนโยบาย และเครื่องมือการบริหารลูกหนี้ และ การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง
	(ข) ความผัน ผวนของ อัตรา แลกเปลี่ยน	5	แนวโน้มการฟื้น ตัวของเศรษฐกิจ สหรัฐฯ ประกอบ กับปัญหาการเมือง ของไทย ส่งผลไป ยังเงินบาทอ่อนค่า อย่างไรก็ตามทั้ง สองปัจจัยดังกล่าว มีความไม่แน่นอน ทำใ้ อัตรา แลกเปลี่ยนมีความ ผันผวนขึ้นลงตาม	ความเสี่ยงในการขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยนจากกรณีความไม่แน่นอนที่อาจมีปัจจัยที่ทำให้ เกิดการแข็งค่าของค่าเงินบาทอย่างฉับพลัน บริษัทจึงปิดความเสี่ยงของยอดขายระยะสั้น ด้วยเครื่องมือบริหารอัตราแลกเปลี่ยน เช่น สัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า หรือ สัญญา ซื้อขายสิทธิที่จะซื้อหรือขายสกุลเงินตราต่างประเทศ กรณีมีสัญญาณของความผัน ผวนระยะสั้นสูง

	(ค) ต้นทุน ผลิตภัณฑ์ที่ สูงขึ้น	5	สถานการณ์ ที่ สูงขึ้น ทำให้ ต้นทุนค่าวัตถุดิบ (สับปะรด) สูง รวมถึงค่าแรงงาน ทางตรงที่ต้องจ่าย เพิ่มขึ้นแบบก้าว กระโดด ส่งผลให้ ต้นทุนการผลิต สูงขึ้นมาก	ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท บริษัทต้อง บริหารต้นทุน (Conversion cost) โดยการปรับปรุงค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น การลดค่า วัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรง ควบคุมค่าใช้จ่ายผันแปร เช่น การใช้น้ำและไฟฟ้า และบริหารค่าใช้จ่ายคงที่โดยควบคุมปริมาณการผลิต (จำนวนตัน) ให้เหมาะสม
	(ง) ขาดแคลน วัตถุดิบ (สับปะรด)	5	สถานการณ์การแข่งขัน ที่สูงขึ้น รวมถึง สภาพอากาศที่ แห้งแล้ง จากการ เกิดปรากฏการณ์ El Nino ส่งผลให้ ปริมาณวัตถุดิบ (สับปะรด) ที่เข้า โรงงานน้อยกว่า ปริมาณการผลิตที่ วางแผนไว้	วัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการผลิต ส่งผลต่อการส่งสินค้าให้ลูกค้าช้ากว่าแผน บริษัทต้อง บริหารการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพโดยการรักษาปริมาณวัตถุดิบจากสมาชิก ส่งเสริมด้วยการให้ราคาที่แข่งขันได้ เสนอเงื่อนไขพิเศษในเรื่องปริมาณ จัดหาวัตถุดิบ จากแหล่งอื่น เพื่อให้มีวัตถุดิบเข้าโรงงานอย่างเพียงพอ รวมทั้งมีการติดตามข้อมูลสภาพ อากาศ (El Nino) จากกรมอุตุนิยมวิทยา และแจ้งให้สมาชิกส่งเสริมทราบเป็นระยะ เพื่อให้มีการดูแลวัตถุดิบอย่างถูกวิธี และมีผลผลิตส่งเข้าโรงงานอย่างสม่ำเสมอ
	(จ) สถานการณ์ ทาง การเมือง	4	ส ต า น ก ร ณ์ ก ร ะ เ มี อ ง ใน ปี จ จ บั น โดยเฉพาะปัญหา เรื่องการนำเข้าข้าว ทำให้เกิดการ ชุมนุมของ เกษตรกร และมี การปิดถนน ซึ่ง เป็นเส้นทางหลัก ในการขนส่ง สินค้าของบริษัท	สถานการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองอาจเป็นสาเหตุทำให้ระบบขนส่งสินค้าของ เกิด ความล่าช้า ส่งผลต่อการส่งสินค้าให้ลูกค้าช้ากว่าแผน บริษัทต้องบริหารเรื่องการขนส่ง สินค้า โดยประสานงานกับบริษัทขนส่งในการหาเส้นทางขนส่งสำรอง และขยาย ระยะเวลาในการขนส่งให้นานขึ้น รวมถึงมีการวางแผนการขนส่งทางรถไฟมากขึ้น ใน ด้านวัตถุดิบสำหรับการผลิต ต้องประสานงานกับผู้ขายในการปรับระยะเวลาในการ ขนส่งให้เหมาะสม และเลือกวิธีการขนส่งที่สามารถดำเนินการได้อย่างสะดวก เช่น การ ปรับขนาดรถขนส่ง การเพิ่มรอบในการขนส่ง เป็นต้น
	(ฉ) คุณภาพน้ำ ใช้ในการ ผลิต	4	ปัญหาเรื่องสภาวะ แล้ง และแหล่งน้ำ ดิบที่นำมาผลิตน้ำ ใช้ในโรงงาน	ความไม่สม่ำเสมอคุณภาพน้ำที่ใช้ในการผลิตจากแหล่งน้ำ อาจส่งผลต่อคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ บริษัทได้ทำการเปรียบเทียบคุณภาพของน้ำดิบเริ่มต้นจากแหล่งต่างๆ โดยใช้ เทคโนโลยีในการปรับปรุงคุณภาพน้ำให้มีประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตน้ำใช้ และ ปรับปรุงคุณภาพน้ำใช้ให้ดีขึ้น



			รวมถึงระบบการผลิตน้ำใช้ที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ (เป็นระบบกรองทราย) ทำให้คุณภาพน้ำใช้ในโรงงานยังไม่ได้เท่าที่ควร เช่น น้ำมีตะกอนและขุ่น	
--	--	--	---	--

### ความเสี่ยงทางธุรกิจระยะยาว

ประเภท	ลักษณะความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	สาเหตุ	ผลกระทบและมาตรการในการรองรับ
ผลิตและส่งออก สับปะรดกระป๋อง น้ำ สับ ปะ ร ด เข้มข้นและผลไม้ รวมกระป๋อง	( ก ) ความผันผวน ของอัตรา แลกเปลี่ยน	5	แม้ว่าปัจจัยในขณะนี้จะมีแนวโน้มค่าบาทอ่อนตลอดปี 2557 แต่ในระยะยาวมีหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าเงินบาท หากมีเหตุการณ์ที่ไม่อยู่ในการคาดการณ์เกิดขึ้น จะมีโอกาสที่เงินบาทกลับมาแข็งค่าได้	การแข็งค่าของเงินบาทจะทำให้กำไรบริษัทลดลง บริษัททำการติดตามการเคลื่อนไหวของค่าเงินอย่างใกล้ชิด หากมีสัญญาณที่เงินบาทจะกลับมาแข็งค่า จะเข้าไปปิดความเสี่ยงสำหรับยอดขายในระยะยาว โดยพิจารณาใช้เครื่องมือทางการเงินอื่นๆ มากขึ้น นอกเหนือไปจากการซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า เช่น สัญญาซื้อสิทธิที่จะขายสกุลเงินตราต่างประเทศ กรณีมีสัญญาณของความผันผวนสูง
	( ข ) อัตราดอกเบี้ย ปรับตัวสูงขึ้น	3	แม้ว่าในขณะนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะคงอัตราดอกเบี้ยหรืออาจจะลดอัตราดอกเบี้ยภายในปีนี้ วัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การที่เศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นเรื่อยๆ ทำให้คาดการณ์ว่าสหรัฐฯ อาจจะปรับอัตราดอกเบี้ยขึ้นได้ประมาณปลายปี 2557 ซึ่งอาจเป็นแรงกดดันให้ไทยต้องขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อป้องกันเงินทุนไหลออก	อัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น จะทำให้ต้นทุนทางการเงินเพิ่มความสามารถในการทำกำไรลดลง บริษัทจะทบทวนโครงสร้างหนี้ เพื่อลดความเสี่ยงเพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาอัตราดอกเบี้ยลอยตัว เช่น การใช้ Medium Term Loan อัตราดอกเบี้ยคงที่มาแทนที่เงินกู้ระยะสั้นที่อัตราดอกเบี้ยตามตลาดการเงิน (Money Market Rate) นอกจากนั้น ต้องพิจารณาเครื่องมือทางการเงินมาช่วยในการบริหารอัตราดอกเบี้ย ทั้งนี้ขึ้นกับความเหมาะสม
	( ค ) สภาพคล่องทาง การเงิน	5	จากความต้องการเงินทุนหมุนเวียนที่เพิ่มขึ้น อาจทำให้วงเงินสินเชื่อระยะสั้นเพื่อสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนที่มีอยู่ในปัจจุบัน ไม่เพียงพอ	อาจเกิดความเสี่ยงเนื่องในการบริหารเงินทุนหมุนเวียน บริษัทจะมีการทบทวนปรับโครงสร้างหนี้ระหว่างหนี้ระยะยาวและหนี้ระยะสั้น รวมถึงการบริหารเงินทุนหมุนเวียนในด้าน





				การบริหารลูกหนี้และสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพสูงสุดควบคู่ไปกับการบริหารหนี้สินระยะสั้น
	( ง ) ขาดแคลน วัตถุดิบ (สับปะรด)	4	สภาพอากาศที่แห้งแล้งและมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมถึงสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาจทำให้เกิดปัญหาปริมาณวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการผลิตตามที่วางแผนไว้	ปริมาณวัตถุดิบ (สับปะรด) น้อย ส่งผลต่อการผลิตสินค้าไม่ทันตามความต้องการของลูกค้า บริษัทได้วางแผนเพื่อเร่งการผลิตในช่วงไตรมาส 2 และ 4 เพื่อให้ได้ปริมาณต้นมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จัดทำโครงการพิเศษเพื่อสร้างแรงจูงใจในการส่งวัตถุดิบของเกษตรกร เพิ่มโครงการ off season ในช่วงไตรมาส 3 และจัดหาแหล่งวัตถุดิบสำรอง เพื่อให้มีสับปะรดป้อนเข้าโรงงานอย่างสม่ำเสมอ
	( จ ) ขาดแคลน วัตถุดิบ (มะพร้าว)	3	สภาพอากาศที่มีการเปลี่ยนแปลงและสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น อาจทำให้มีปริมาณวัตถุดิบเข้าโรงงานน้อย ไม่เพียงพอต่อการผลิตตามที่วางแผนไว้	ปริมาณวัตถุดิบ (มะพร้าว) น้อย ส่งผลต่อการผลิตสินค้าไม่ทันตามความต้องการของลูกค้า บริษัทได้กำหนดให้มีการผลิตสินค้าล่วงหน้า (ตาม order) ในช่วงไตรมาส 2 ซึ่งยังมีปริมาณวัตถุดิบเพียงพอ เพื่อเตรียมสำหรับการส่งออกในช่วงไตรมาส 3 และติดตั้งเครื่องฆ่าเชื้อ (Pasteurization Unit) สำหรับการเก็บรักษาน้ำกะทิในรูปแบบแช่แข็งเพื่อนำมาใช้ในช่วงที่วัตถุดิบขาดแคลน รวมถึงการศึกษความเป็นไปได้ในการใช้กะทิผงผลิตน้ำกะทิแทนการใช้เนื้อมะพร้าวสด



#### 4.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ


##### สินทรัพย์ของบริษัท และบริษัทย่อย

รายการ	ส.น.ญ	มูลค่า (ล้านบาท)		เชียงใหม่	ภาระผูกพัน
		ประจวบ คีรีขันธุ์	พระนคร ศรีอยุธยา		
1.ที่ดิน	19.90	79.50	41.29	84.50	* คิดจำนวน 500 ล้านบาท
		61.54*			
2.ค่าพัฒนาที่ดิน	-	25.95	2.91	-	
3.อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	0.40	217.95*	367.11	40.20	* คิดจำนวน 500 ล้านบาท
4.เครื่องใช้สำนักงาน	10.45	6.96	7.68	0.73	-
5.ยานพาหนะ	4.88	2.70	2.92	-	-
6.เครื่องจักรและส่วนประกอบ	-	368.73	1,004.96	64.14	-
7.เครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์	27.20	42.12	30.43	6.45	-
8.ทรัพย์สินไม่มีตัวตน	37.09	0.34	0.31	0.05	-
9.งานระหว่างก่อสร้าง	5.11	53.47	66.25	23.40	-
10.เครื่องจักรระหว่างนำเข้า	-	-	-	-	-
11.สำรองทรัพย์สินเสื่อมสภาพ	-	(15.09)	(20.20)	-	-
รวม	105.02	844.17	1,503.64	219.47	
รวมทุก Location				2,672.30	

##### หมายเหตุ :

1. อาคารสำนักงานที่สำนักงานใหญ่ เป็นการเช่าพื้นที่ ชั้น 24,27-29 ของบริษัท ถนนวงษ์บริการ โดย มีค่าเช่าและค่าบริการ 14.31 ล้านบาท ต่อปี



รูปแบบเครื่องหมายการค้า	ชื่อเจ้าของ	ประเภทสินค้า/บริการ	เลขทะเบียน/ ประเทศ ที่จดทะเบียน	ระยะ เวลา คุ้มครอง รอง
<b>ลลสา</b>	บมจ. ทิปโก้ฟู้ดส์	เครื่องดื่มน้ำแร่ธรรมชาติ น้ำเปล่า น้ำสมุนไพรที่ไม่ใช่ ในทางการแพทย์ เครื่องดื่มธัญอาหาร น้่านมถั่วเหลือง เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มน้ำผลไม้ผสมวิตามินที่ไม่ใช่ ในทางการแพทย์	ค.281009 / ประเทศไทย	10 ปี
	บมจ. ทิปโก้ฟู้ดส์	เครื่องดื่มน้ำผลไม้ น้ำผัก น้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม น้ำผลไม้ รวม เครื่องดื่มธัญอาหาร น้่านมถั่วเหลือง น้ำข้าวโพด น้ำ ลูกเดือย น้ำสมุนไพรที่ใช้ในทางการแพทย์ เครื่องดื่มเกลือ แร่ เครื่องดื่มผสมวิตามิน น้ำแร่ น้ำดื่ม ชาเขียวพร้อมดื่ม ชาเขียวพร้อมดื่มผสมน้ำผลไม้ กาแฟ ชา	ค.272041 / ประเทศไทย  ค.272789/ประเทศไทย	10 ปี  10 ปี

### นโยบายการลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจต่าง ๆ คือ ธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำผลไม้และเครื่องดื่มบรรจุพร้อมดื่ม มูลค่ารวม 441.92ล้านบาท ธุรกิจค้าปลีก มูลค่ารวม 23.34 ล้านบาท ธุรกิจผลิตสารสกัดจากสมุนไพร จำนวน 140.00 ล้านบาท และธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางมะตอย 1,274.97 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 30.5 ของสินทรัพย์รวม

เงินลงทุนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางมะตอย บริษัทมีวัตถุประสงค์ในการถือเป็นเงินลงทุนระยะยาว โดยที่อาจมีการขายในช่วงสั้นบ้างเมื่อได้กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุน อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายการถือเงินลงทุนดังกล่าว ในอัตราร้อยละ 20-25

### 5.ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

### 6.ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

#### 1.ข้อมูลทั่วไป

##### 1.1 ข้อมูลบริษัท

บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) [เดิมชื่อ บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)]



ประกอบธุรกิจหลัก ประเภผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรดและผลไม้รวม ปัจจุบันมีทุนชำระแล้ว 482.58 ล้านบาท

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนในเขตพญาไทกรุงเทพมหานคร 10400

เลขทะเบียนบริษัท บมจ.38 Home Page [www.tipco.net](http://www.tipco.net)

โทรศัพท์ 0-2273-6200 โทรสาร 0-2271-4304, 0-2271-1600

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงานเลขที่ 212 หมู่ 16 ตำบลอ่าวน้อยอำเภอมืองจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงาน เลขที่ 205/1 หมู่ 2 ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริมจังหวัดเชียงใหม่ 50180

## 1.2 บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

### บริษัททิปโก้แอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน)

ประกอบธุรกิจ ผลิตยางมะตอยและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 24.32 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 1,525.48 ล้านบาท

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนในเขตพญาไทกรุงเทพมหานคร 10400

### บริษัททิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด

ประกอบธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายเครื่องเค็มพร้อมดื่ม ปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้น ในอัตราร้อยละ 50 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 600 ล้านบาท

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนในเขตพญาไทกรุงเทพมหานคร 10400

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงานเลขที่ 212 หมู่ 16 ตำบลอ่าวน้อยอำเภอมืองจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงานเลขที่ 90/1 หมู่ 7 ตำบลสนับทึบ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา 31170

### บริษัททิปโก้ ไบโอเทค จำกัด

ประกอบธุรกิจ ผลิตสารสกัดจากสมุนไพรและการเกษตร ปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 36.8 ล้านบาท

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนในเขตพญาไทกรุงเทพมหานคร 10400

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงานเลขที่ 504 ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอมืองจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210

### บริษัททิปโก้ รีเทล จำกัด

ประกอบธุรกิจ กิจการค้าปลีก ปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 50.99 และถือหุ้นผ่าน บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด ในอัตราร้อยละ 49 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 50 ล้านบาท



สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

**บริษัท ทีเอฟบี ดิสทริบิวชั่น จำกัด**

ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายขายปลีก ขายส่ง ปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นผ่าน บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด ในอัตราร้อยละ 50 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 0.25 ล้านบาท (บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด ถือหุ้นใน บริษัท ทีเอฟบี ดิสทริบิวชั่น จำกัด ในอัตราร้อยละ 100)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

**1.3 บุคคลอ้างอิง**

นายทะเบียนหุ้น : บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยชั้น 4, 6-7

ถนนรัชดาภิเษกคลองเตยกรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2229-2800

ผู้สอบบัญชี: นายพรชัยกิตติปัญญางามผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 2778 และ/หรือ

นางสุวนีย์กิตติปัญญางามผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 2899

87 อาคารโมเดิร์นทาวน์ชั้น 9-10 ซอยเอกมัย 3 คลองตันกรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2382-0414

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย : นายรัชชัชชัชจรณะกรณีย์

สำนักงานทนายความช.ชนะสงคราม

เลขที่ 52 / 3 ถนนพระสุเมรุกรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2282-2955

**2. ข้อมูลสำคัญอื่น**

- ไม่มี -