ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

พันธกิจ:นำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม

ความหมายของสุขภาวะที่ดี คือการมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีซึ่งต้องได้มาจากการดำเนินชีวิตโดยรวม มิใช่จากการเน้นทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งต้องใช้ทั้งวินัย และเวลาไม่มีทางลัด ดังนั้น ทิปโก้ จึงไม่ใช่บริษัทที่มุ่งขายผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวแต่เราเป็นบริษัทที่เกิดมาเพื่อเรียนรู้เข้าใจการใช้ชีวิตของผู้คนและคิดค้นเพื่อนำเสนอรูปแบบการใช้ชีวิตที่นำมาซึ่งสุขภาวะที่ดีโดยใช้ผลิตภัณฑ์และบริการเป็นตัวตอบโจทย์ของการนำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม

วิสัยทัศน์ :เป็นบริษัทที่ขับเคลื่อนชี้นำตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้มีส่วนร่วมทางธุรกิจ

(ผู้มีส่วนร่วมทางธุรกิจ คือ พนักงานผู้บริโภคคู่ค้าทางธุรกิจผู้ร่วมทุนสังคม)

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

บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2519 โดยมีทุน จดทะเบียนเริ่มต้น 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 ที่ผ่านการตรวจสอบในทุกระบบพร้อมกันในครั้งเดียว 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 สำหรับการปลูกว่านหางจรเข้อีกด้วย ในปี 2554 โรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องได้รับใบรับรองมาตรฐาน มรท.8001-2553ระดับสมบูรณ์ขั้นริเริ่ม นอกจากนั้น ในปี 2557 โรงงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังได้ได้รับรางวัล สถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานเป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระดับประเทศ จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และยังได้รับโล่ห์เกียรติคุณโครงการลดการสูญเสียในวงจรการผลิตและเพิ่มผลิตภาพแรงงาน จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

ทิปโก้ ได้รับรางวัลในการส่งเสริมด้านความรับผิดชอบสังคม (CSR) เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จากกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์และรางวัล CSR-DIW Continuous Award 2557 ได้รับต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ในฐานะผู้ประกอบการที่ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน และพร้อมเข้าสู่มาตรฐานสากล เทียบชั้น ISO 26000 ก้าวสู่ Sustainable Development จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งต่อมา ***ทิปโก้*** ได้รับการประเมินผลการกำกับดูแลกิจการของบริษัท ประจำปี 2557 โดยบรรษัทภิบาลแห่งชาติ มีคะแนนรวม 81% อยู่ในระดับ"ดีมาก"

จากความเป็นผู้เชี่ยวชาญในตลาดน้ำผลไม้และนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ในปี 2557 ทิปโก้จึงได้รับรางวัล รางวัล "สุดยอดแบรนด์ที่แข็งแกร่งและทรงพลังที่สุดในประเทศไทย ปี 2014" สาขากลุ่มสินค้า น้ำผลไม้ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในงานประกาศผลการสำรวจ "สุดยอดแบรนด์ที่แข็งแกร่งและทรงพลังที่สุดในประเทศไทย ปี 2014" (The Most Powerful Brand of Thailand 2014) จัดโดยภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาฯ อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 เพื่อประเมินคุณค่าและจัดอันดับแบรนด์ผลิตภัณฑ์จากการเก็บข้อมูลผู้บริโภครวม 12,000 ตัวอย่างทั่วประเทศ โดยงานวิจัยนี้ถือเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลและการรับรู้แบรนด์ของผู้บริโภคชาวไทยที่ครอบคลุมและมากสุดครั้งหนึ่งในประเทศไทย

นอกจากนี้ ***ทิปโก้*** ยังมีระบบการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ มีการดำเนินการป้องกันความเสี่ยงและขจัดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นขั้นตอน ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา ***ทิปโก้*** ได้เน้นในเรื่องการปรับปรุงกระบวนการจัดการภายในตั้งแต่ประมาณการความต้องการสินค้าของลูกค้าจนถึง การส่งมอบสินค้า (Demand & Supply Management) อีกด้วย ***ทิปโก้*** มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ควบคุมการผลิตให้มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งขายในราคาที่เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดของผู้บริโภคส่งผลให้

ในปีนี้ ***ทิปโก้*** ได้มีการปรับมาตราฐานการดูแลสังคมและแรงงานของทิปโก้ให้สอดคล้องกับข้อเรียกร้องและมาตราฐานของลูกค้าจากกลุ่มยุโรป โดยเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กร BSCI (Business Social Compliance Initiative) และ SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) ซึ่งจะต้องดำเนินธุรกิจและการผลิตตาม แนวทางปฏิบัติ และระบบการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสังคมในกระบวนการผลิต ที่เน้นการดูแลสังคมสิ่งแวดล้อม และแรงงาน

ในส่วนของพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตนั้น ทางโรงงานได้ดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักรและลดต้นทุนการผลิตโดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมาปรับปรุง รวมถึงการติดตั้งเครื่องจักรใหม่เพื่อให้สามารถรองรับการขยายการเติบโตที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตด้วย จากการที่รักษาระดับคุณภาพและมาตรฐานการผลิตตลอดมา ทำให้บริษัทสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่ พร้อมทั้งมีการซื้อขายอย่างต่อเนื่องตลอดช่วง 38 ปีที่ผ่านมา จนเป็นที่กล่าวขานว่า ***ทิปโก้***มุ่งเน้นการผลิตแต่สินค้าที่มีคุณภาพและมีราคาที่เหมาะสม (Competitive Price)

ความสำเร็จของ ***ทิปโก้*** เกิดขึ้นจากความตั้งใจของพนักงานและทีมบริหารที่พร้อมจะนำสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อเสนอให้กับลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าคือความภาคภูมิใจของเรา นอกจากนี้เรายังมีการพัฒนาการที่ไม่หยุดยั้งในการสร้างสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด เรามีทีมงานที่มีประสิทธิภาพ และยังมีโปรแกรมการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องแรงบันดาลใจของเราจะดำเนินต่อไป เราได้เตรียมการที่จะนำเสนอสินค้าและวิธีการใหม่ๆให้กับผู้บริโภคในปีต่อๆไป เราได้ตั้งปฏิญาณกับตนเองว่าเราจะนำความปรารถนาของลูกค้าเป็นที่ตั้งและจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้วิถีชีวิตของผู้บริโภคดียิ่งๆ ขึ้นไป

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปีพ.ศ. 2532 บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นโดยการจดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีการกระจายหุ้นสู่ประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ยังคงกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นกลุ่มบุคคลเดิม โดยมีสัดส่วนการถือครองหุ้นลดลง

ปีพ.ศ. 2536 บริษัทฯ ได้ขยายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด โดยได้ขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ซึ่งผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ของบริษัท ได้รับการตอบรับอย่างดีจากตลาดผู้บริโภค

ภายในประเทศ ต่อมาบริษัทฯ ได้ทุ่มเทให้กับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และมีนโยบายเพิ่มผลิตภัณฑ์อย่างน้อยปีละหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ในปี 2550 ได้มีการจับมือเป็นพันธมิตร กับ บริษัท ซันโทรี่ ประเทศญี่ปุ่น มีเป้าหมายร่วมกันกับบริษัท ซันโทรี่ ในการขยายตลาดทั้งผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญและผลิตภัณฑ์เด่นจากบริษัท ซันโทรี่ไปยังตลาดในประเทศและตลาดอาเซียน โดยใช้โรงงานเครื่องดื่มที่ทันสมัยที่อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งผลิตในสายธุรกิจเครื่องดื่ม ทิปโก้ยังคงสร้างความเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยกลยุทธ์สำคัญที่เน้นให้ความสำคัญด้านคุณภาพสินค้าและการแนะนำสินค้าใหม่ จากผลงานการพัฒนาสินค้าโดยทีมงานมืออาชีพ และการลงทุนพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งได้สร้างความเข้มแข็งให้กับตราสินค้าทิปโก้ให้ได้รับความเชื่อถือและเป็นที่ไว้วางใจของผู้บริโภคเสมอมา

ปีพ.ศ. 2547 บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจใหม่เข้าสู่ธุรกิจค้าปลีก น้ำผลไม้ปั่นสด โดยใช้ตราผลิตภัณฑ์ Squeeze Juice Bar โดยเริ่มต้นเพียง 10 สาขา จนถึงปีพ.ศ. 2550 ได้จัดตั้งบริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจนี้ ปัจจุบันมีร้าน Tipco Squeeze Juice Bar ทั้งสิ้น 52 สาขา โดยบริษัทเป็นเจ้าของ 44 สาขาและเป็น Franchise 8 สาขา บริษัทได้มีการปรับยุทธศาสตร์ เรื่องของการปรับเมนูและรูปแบบ ของสาขาเก่าที่สร้างทั้งยอดขายและกำไรอย่างต่อเนื่อง และวางแผนงานธุรกิจระยะยาวในการขยายสาขาใหม่ๆ โดยในการขยายสาขาใหม่จะปรับขนาดและเมนูของร้านให้เหมาะสมกับสาขาในแต่ละช่องทาง

ปีพ.ศ. 2550 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด ซึ่งมีสินทรัพย์ที่สำคัญคือ พื้นที่เพาะปลูกจำนวน 6,899 ไร่ 1 งาน 20.4 ตารางวา ห้องปฏิบัติการชีววิทยา Tissue Culture Lab สำหรับคัดเลือกและขยายสายพันธุ์พืช และโรงงานสกัดสารจากพืช

ปีพ.ศ. 2552 บริษัทฯ ได้เปิดตัวสับปะรดพันธุ์ทิปโก้หอมสุวรรณ ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี โดยสับปะรดพันธุ์นี้มีลักษณะเด่นคือ กลิ่นหอม เนื้อมีสีเหลืองทองทั้งลูก เนื้อแน่น ไม่ฉ่ำน้ำ ตาสับปะรดตื้น มีความสุกทั่วกันทั้งลูก ปริมาณวิตามินซีสูงกว่าสับปะรดศรีราชาถึง 4 เท่า และยังมีโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพรด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ซึ่งมีประสิทธิภาพและระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยทางบริษัทมีบริการครบวงจรแก่ลูกค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบการอบแห้งบดผงและ ผลิตเป็นสารสกัด อีกทั้งยังมีบริการพัฒนากระบวนการสกัดร่วมกับลูกค้าเริ่มตั้งแต่ระดับทดลองในห้องปฏิบัติการตลอดจนผลิตจริงในระดับอุตสาหกรรม

ปีพ.ศ.2556 บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นและให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการพัฒนาศักยภาพของ บริษัท ทิปโก้ ไบโอเท็ค จำกัดโดยพัฒนาระบบคุณภาพการผลิตและการขยายการทำกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพรนี้ ประกอบไปด้วยกระบวนการสกัดแบบใช้ตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ซึ่งมีประสิทธิภาพและระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยทางบริษัทมีบริการครบ

วงจรแก่ลูกค้าซึ่งได้รับการรับรองมารตฐานคุณภาพ Good Manufacturing Practice (GMP) จากสถาบันอาหาร (National Food Institute)

ปีพ.ศ.2557 บริษัทฯได้ทำการติดตั้งเครื่องจักรเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตน้ำแร่ธรรมชาติตราออรา แล้วเสร็จในเดือนเมษายน จึงทำให้ปัจจุบัน บริษัทสามารถเพิ่มกำลังการผลิตขึ้นเป็น 2 เท่า เพื่อเร่งการผลิตให้ทันกับความต้องการของตลาด ที่มีอัตราการเติบโตที่สูงมาก

การรับรองคุณภาพของสินค้ามาตรฐานสากลต่างๆโดยมีลำดับดังต่อไปนี้

ปีพ.ศ. 2537	มาตรฐาน ISO 9002 โดยเป็นโรงงานสับปะรดกระป๋องแห่งแรกของโลกที่ได้รับมาตรฐานนี้ โดยการรับรองของสำนักงานผลิตภัณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมและสถาบัน RW TUV ประเทศเยอรมัน
ปีพ.ศ. 2538	มาตรฐาน HACCP โดยการรับรองของ เอสจีเอส (ประเทศไทย)
ปีพ.ศ. 2543	มาตรฐาน ISO 9002 สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรด และน้ำสับปะรดเข้มข้น โดยการรับรองของ 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	ได้รับการรับรองสินค้าว่านหางจระเข้บดออกานิกปลอดเชื้อ ตั้งแต่การปลูกในไร่จนถึงการผลิตในโรงงาน โดยกรมวิชาการเกษตร
ปีพ.ศ. 2551/2552	ได้รับการรับรอง IFOAM Organic Standards สินค้าว่านหางจระเข้บดออกานิกปลอดเชื้อตั้งแต่การปลูกในไร่จนถึงการผลิตในโรงงาน 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	ได้รับรางวัลธรรมมาภิบาลสิ่งแวดล้อม ของโรงงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ใบรับรองมาตรฐาน มรท.8001-2553 ระดับสมบูรณ์ขั้นริเริ่มและรางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ และสวัสดิการแรงงาน
ปีพ.ศ. 2555	โรงงานประจวบได้มีการเพิ่มขอบเขตของการรับรองสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าว (Coconut water) ได้รับการรับรองมาตรฐานGMP / HACCP / BRC / IFS และ ผลิตภัณฑ์ผลไม้ในถ้วยพลาสติก(Fruit in Plastic Cup) ได้รับการรับรองมาตรฐานGMP/HACCP/IFS ผลิตภัณฑ์สับปะรดสามารถผ่านมาตรฐานโรงงานของ TESCO และ YUM ผลิตภัณฑ์สับปะรดผลไม้รวม น้ำสับประรดเข้มข้น และผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้ สามารถแสดงเครื่องหมาย STAR K ของ Kosher ได้แล้วนอกเหนือจากการที่ได้รับการรับรองกระบวนการผลิต
ปีพ.ศ. 2556	ในเดือนมิถุนายนได้รับการรับรองมาตราฐานระบบคุณภาพสินค้าอาหารสำหรับธุรกิจค้าปลีก ประเทศอังกฤษ (British Retail Consortium, BRC) และโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพร ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ Good Manufacturing Practice (GMP) จากสถาบันอาหาร (National FoodInstitute)
ปีพ.ศ. 2557	ผ่านการรับรองเรื่อง IFS ในส่วนของผลิตภัณฑ์ Canned Coconut Milk Aseptic and Frozen pineapple single strength juice และ รวมทั้งได้ Kosher เพิ่มของผลิตภัณฑ์coconut water with pomegranate juice และ coconut water with mango flavor ผ่านการรับรองสถานภาพผู้ประกอบการระดับมาตรฐาน เออีโอ

การเปลี่ยนแปลงในปีที่ผ่านมา

ในปี 2557 **บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด(มหาชน)** ปริมาณผลผลิตสับปะรดของไทยที่ออกสู่ตลาดลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้ราคาวัตถุสับปะรดพุ่งขึ้นสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ของอุตสาหกรรมสับปะรดไทย ซึ่งในระยะสั้นอาจนับได้ว่าเป็นปัจจัยบวกที่จะสร้างแรงจูงใจให้กับชาวไร่ส่วนหนึ่งหันกลับมาปลูกสับปะรดมากขึ้นและอาจมีผลให้ราคาสับปะรดลดต่ำลง อย่างไรก็ตามความผันผวนของราคาสับปะรดในประเทศอาจส่งผลเสียในระยะยาว เพราะอาจเป็นเหตุปัจจัยให้ทางตลาดหันไปหาสินค้าจากแหล่งผลิตในประเทศอื่นๆมากขึ้น โดยเฉพาะในภาวะความซบเซาของเศรษฐกิจโลกที่ต่อเนื่องมาจากปี 2556 และความขัดแย้งทางการเมืองของหลายประเทศทั่วโลก ที่ทำให้กำลังซื้อในตลาดโลกชะลอลง และความผันผวนของราคาวัตถุดิบนี้เกิดกับผลผลิตของไทยเท่านั้น

ทิปโก้ตระหนักถึงความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของไทยที่ถดถอยลงอย่างเนื่อง และเห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องพลิกฟื้นสถานการณ์และสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมสับปะรดของไทย ทิปโก้ได้ริเริ่มการทำโครงการเกษตรแบบพันธสัญญา (Contract Farming)ในรูปแบบใหม่ กล่าวคือ จะเป็นรูปแบบที่เน้นความร่วมมือและให้การสนับสนุนแก่ชาวไร่ในด้านต่างๆ ตั้งแต่เทคนิคทางการเพาะปลูก, ระบบชลประทาน, การเก็บเกี่ยว เพื่อเพิ่มผลผลิตต่อไร่ ในส่วนของราคารับซื้อจะใช้หลักการประกันรายได้ขั้นต่ำต่อไร่เพื่อแก้ปัญหาความผันผวนของรายได้ของชาวไร่อันเป็นเหตุมาจากราคาสับปะรดในตลาด ณ ปัจจุบัน ชาวไร่เข้าร่วมโครงการนี้กว่า 100 ราย และคาดว่าผลของโครงการนำร่องจะปรากฏในช่วงประมาณปลายปี 2558 ถึง 2559 แม้ว่าโครงการนี้จะเป็นโครงการระยะยาว ที่อาจต้องใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 3 – 5 ปี แต่ทิปโก้เล็งเห็นว่าเป็นหนทางที่จะนำความยั่งยืนมาสู่อุตสาหกรรมสับปะรดไทย

ปี 2557 **บริษัท ทิปโก้ ไบโอเท็ค จำกัด** สำหรับธุรกิจสับปะรดพันธุ์ หอมสุวรรณ มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งส่วนใหญ่เป็น ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำและผู้แทนจัดจำหน่าย โดยการวางจำหน่ายมี 2 ประเภทคือ จำหน่ายทั้งผล และตัดแต่งเป็นชิ้นในถุง มีเอกลักษณ์ตามแบบของทิปโก้สับปะรดพันธุ์หอมสุวรรณคือ เสียบไม้หอมสุวรรณ และติดสติ๊กเกอร์หอมสุวรรณบนแพ็ค ผลตอบรับจากผู้บริโภค ยังคงดำเนินไปด้วยดี เนื่องจากราคาไปด้วยกันกับคุณภาพ และอยู่ในระดับแข่งขันกับสับปะรดสายพันธุ์พิเศษอื่น ๆ ในทุก ๆ วัน ผลผลิตที่ออกจากฟาร์มจะถูกส่งตรงไปยัง DC ของลูกค้า วันต่อวัน แต่ยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการ นั่นก็เพราะคือ ทิปโก้สับปะรดพันธุ์หอมสุวรรณ คือสับปะรดพันธุ์พรีเมี่ยมอย่างแท้จริง

ธุรกิจสารสกัด ในปี 2557 นี้ นับเป็นโอกาสที่ดีที่บริษัทได้แสดงศักยภาพในการสร้างรายได้และทำกำไรสุทธิได้เป็นปีแรกนับแต่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจสารสกัดจากพืชมา อีกทั้งยังได้ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก และได้รับประกาศนียบัตรให้เป็นโรงงานที่มีธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อมโรงงานหนึ่งของกระทรวงอุตสาหกรรม

ปี 2557 **บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด** ภาพรวมตลาดน้ำผลไม้มีการเติบโตไม่มากนัก เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ค่อนข้างชะลอตัว อย่างไรก็ตาม สัดส่วนของตลาดน้ำผลไม้ยังอยู่ในกลุ่มน้ำผลไม้ 100% เป็นหลัก ทิปโก้ในฐานะผู้นำตลาดน้ำผลไม้ 100% เปิดตัวแคมเปญเพื่อปลุกกระแสสุขภาพตั้งแต่ต้นปี 2557 โดยการเชิญชวนผู้บริโภคให้ดื่ม “ทิปโก้ น้ำส้มแท้ 100% คั้นสดลงกล่อง อร่อยสดชื่น ของจริง” โดยคว้าตัวพรีเซ็นเตอร์คนใหม่ “เคน-ภูภูมิ” ทำหน้าที่เชิญชวนให้หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพ โดยเน้นถึงรสชาติ และคุณประโยชน์ที่แตกต่างที่ได้จากการคั้นสดลงกล่อง ไม่ได้ทำมาจากน้ำส้มเข้มข้น (Not From Concentrate) ด้วยสื่อการตลาดแบบครบวงจร ทั้งทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ สื่อกลางแจ้ง รวมถึงสื่อออนไลน์ เพื่อเข้าถึงกลุมผู้บริโภคได้ทั่งถึงยิ่งขึ้น แคมเปญนี้ทำให้ทิปโก้เป็นผู้นำทางด้านน้ำส้มอย่างแท้จริง และยังได้นำนวัตกรรมใหม่ของน้ำผักผสมน้ำผลไม้ ภายใต้ยี่ห้อ ทิปโก้ โปรไฟเบอร์ ลงสู่ตลาด โดยชูจุดขายที่แตกต่างด้วยปริมาณไฟเบอร์สูงถึง 5 เท่า พร้อมมัลติวิตามิน บรรจุในขวด PET ขนาด 300 มล. และกล่องขนาด 1 ลิตร พร้อมด้วยสื่อการตลาดครบวงจรที่เน้นประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่ช่วยปรับปรุงระบบขับถ่าย ซึ่งทำให้ทิปโก้สามารถขยายฐานลูกค้าในกลุ่มน้ำผักผสมน้ำผลไม้ได้เป็นอย่างดี

ในกลุ่มน้ำผลไม้ 100% สำหรับเด็กตราทิปโก้ซุปเปอร์คิด ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงจากการ license การ์ตูนคลาสสิคตลอดกาล มิกกี้เม้าส์ จากค่าย Disney เพื่อให้เกิดความสนใจและทดลองดื่มจากเด็กๆ และเน้นสื่อการตลาด ในให้ความรู้กับเด็กๆถึงในโรงเรียน และสื่อที่จุดขาย ซึ่งในปีนี้ได้เพิ่มรสชาติใหม่ “มิกซ์ เบอร์รี่” ออกสู่ตลาดเพื่อเพิ่มทางเลือกในเรื่องรสชาติ ให้กับเด็กๆมากขึ้น

ในด้านของน้ำแร่ออรา มีการเปิดตัวขวดและฉลากใหม่ที่มีรูปลักษณ์ทันสมัยยิ่งขึ้น โดยเน้นสื่อที่จุดขาย สิ่งพิมพ์ และ สื่อตามแนวรถไฟฟ้า ชูจุดขาย “จุดประกายออราในตัวคุณ” พร้อมทั้งเพิ่มขนาด 330 มล. สู่ตลาดเพื่อเป็นขยายฐานลูกค้าของออราให้กว้างขวางยิ่งขึ้น จึงเป็นผลให้น้ำแร่ออราสามารถกลับมาครองส่วนแบ่งที่ 23% ได้ในที่สุด

บริษัทยังคงมุ่งเน้นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และดีต่อสุขภาพ รวมถึงสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจในการดูแลสุขภาพว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นเรื่องที่สนุกสนาน และทำได้ง่ายๆในทุกวัน เพราะทิปโก้หวังอยากให้คนไทยทุกคนมีสุขภาพดีกันถ้วนหน้า

ปี2557 **บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด** จากผลกระทบในปี 2556 ที่เกิดจากปัจจัยการเมือง มีผลทำให้สภาวะตลาดโดยรวมของธุรกิจบริโภคนอกบ้านซบเซา ทางบริษัทฯ จึงปรับยุทธศาสตร์และมุ่งเน้นที่การปรับโมเดลของสาขาเก่ามุ่งเน้นยอดขาย ควบคุมค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างกำไรอย่างต่อเนื่อง โดยการขยายสาขาใหม่ก็มีการปรับเปลี่ยนโดยมุ่งเน้นที่การขยายสาขาขนาดเล็กและมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม เพื่อปรับให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังคงพัฒนาสินค้าใหม่ๆที่ตอบสนองกลุ่ม

ผู้บริโภครักสุขภาพอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง 100% ตรา Happy Soya ซึ่งวางขายเฉพาะที่สาขาของ Squeeze Juice Bar เท่านั้น

ในปีนี้ 2558 ยุทธศาสตร์ที่เราได้วางแผนและพัฒนาเพื่อการขยายการเติบโตขึ้น อย่างต่อเนื่องและมั่นคง โดยบริษัทฯมุ่งเป้าที่จะกลับมาขยายสาขาให้มากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา หลังจากตลาดบริโภคนอกบ้านมีแนวโน้มที่ดีขึ้น

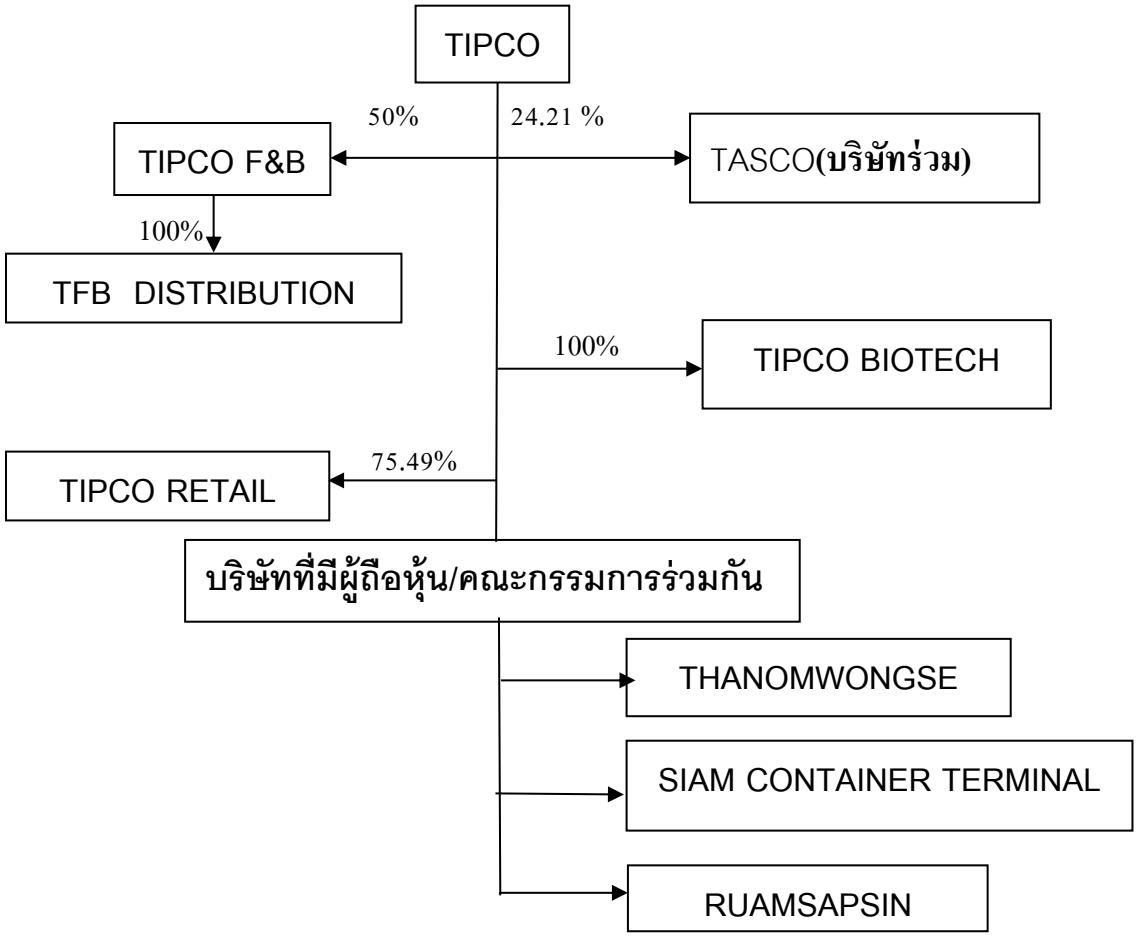
1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทฯในกลุ่ม

ทีมผู้บริหารของบริษัท จะรับผิดชอบดูแลการดำเนินงานในบริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด บริษัท ทิปโก้ ไบโอเท็ค จำกัด และบริษัท ทีเอฟบี ดิสทริบิวชั่น จำกัด*(เรียกรวมเป็น กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้)* โดยที่บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องอื่นมีทีมบริหารแยกต่างหากจากกัน

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 : 1,721.23 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 1,534.27 ล้านบาท

หลักทรัพย์ : เป็นหลักทรัพย์รับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2534

คณะกรรมการ :

นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร	ประธานกรรมการ
นายสมจิตต์ เศรษฐิน	กรรมการผู้จัดการใหญ่
นายชัยวัฒน์ ศรีวรรณวัฒน์	กรรมการผู้จัดการ
นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นายจ๊าคส์ หลุยส์ อีฟ มารี มาร์แชล	กรรมการ
นายแอร์ฟเว่ เลอ บุค	กรรมการ
นายจ๊าคส์ มาร์เซล ปาสตอร์	กรรมการ
นายจ๊าคส์ ลีออสท์	กรรมการ
นายอูกส์ เอ็มมานูเอล มารี เดอชองส์ เดอแซงต์-เลเช่ร์	กรรมการ
นายปานเฉลิม สุธาธรรม	กรรมการอิสระ
นางแอนน์ แมรี มาร์เชท์	กรรมการอิสระ
นายโก บัน เฮ็ง	กรรมการอิสระ
นายนิพนธ์ สุทธิมัย	กรรมการอิสระ
นายนพพร เทพสิทธา	กรรมการอิสระ
นายพรีศิลป์ ศุภผลศิริ	กรรมการอิสระ

2. บริษัท สยามคอนเทนเนอร์เทอร์มินอล จำกัด

ประเภทกิจการ : สถานีตรวจและรับจ้างบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์ โดยทำการขนส่งสินค้าในระบบตู้คอนเทนเนอร์ ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เพื่อการนำเข้าและส่งออก

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ

ทุนจดทะเบียน : 250 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 250 ล้านบาท

คณะกรรมการ :

นายประวิทย์ กันตะสิริพิทักษ์	กรรมการ
นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นางสาวปิยะรัตน์ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นายณรงค์ชัย อำนวยโชคหิรัญ	กรรมการ

3. บริษัท ถนอมวงศ์บริการ 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

คณะกรรมการ :

นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร	ประธานกรรมการ
นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นางสาวปิยะรัตน์ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นายสามารถ ธูปจินดา	กรรมการ

4. บริษัท รวมทรัพย์สิน จำกัด

ประเภทกิจการ : เป็นผู้ซื้อ จัดหา รับ เช่า เช่าซื้อ ถือกรรมสิทธิ์ ครอบครอง ปรับปรุง ใช้ และจัดการโดยประการอื่น ซึ่งทรัพย์สินใดๆ ตลอดจนดอกผลของทรัพย์สินนั้น

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

ทุนจดทะเบียน : 80 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 80 ล้านบาท

คณะกรรมการ :

นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร	ประธานกรรมการ
นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นางสาวปิยะรัตน์ ทรัพย์สาคร	กรรมการ

5.บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด

ประเภทกิจการ : ผลิตเครื่องดื่มบรรจุพร้อมดื่ม

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

ทุนจดทะเบียน : 600 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 600 ล้านบาท

คณะกรรมการ :

นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร	ประธานกรรมการ
นายสมจิตต์ เศรษฐิน	กรรมการ
นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
นายประสงค์ เอมมาโนชญ์	กรรมการ
นางสาวลักขณา ลีละยุทธโยธิน	กรรมการ
นายมานาบุ เซกิ	กรรมการ
นายฮอง ซิก ปาร์ค	กรรมการ

นายเคอิสุเกะ อินาคากิ		กรรมการ

6. บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด

ประเภทของกิจการ : ร้านค้าปลีก เครื่องดื่มและอาหาร

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

ทุนจดทะเบียน : 50 ล้านบาท

ทุนเรียกชำระแล้ว : 50 ล้านบาท

คณะกรรมการ :

นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
นายประสงค์ เอมมาโนชญ์	กรรมการ
นายฮอง ซิก ปาร์ค	กรรมการ
นายมานาบุ เซกิ	กรรมการ

7. บริษัท ทิปโก้ ไบโอเท็ค จำกัด

ประเภทของกิจการ: ทำฟาร์ม ปลูกพืช และสมุนไพร ซึ่งใช้เป็นส่วนผสมในการเภสัชกรรม รวมทั้งจัดตั้งโรงงานเพื่อการผลิต หรือแปรสภาพส่วนผสมของเภสัชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์

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

ทุนจดทะเบียน : 50 ล้านบาท

ทุนเรียกชำระแล้ว : 36.8 ล้านบาท

คณะกรรมการ :

นางอนุรัตน์	เทียมทัน	กรรมการ
นายเอกพล	พงศ์สถาพร	กรรมการ
นายสมจิตต์	เศรษฐิน	กรรมการ

8. บริษัท ทีเอฟบี ดิสทริบิวชั่น จำกัด

ประเภทของกิจการ : จัดจำหน่ายขายปลีก ขายส่ง

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

ทุนจดทะเบียน : 1 ล้านบาท

ทุนเรียกชำระแล้ว : 0.25 ล้านบาท

คณะกรรมการ :

นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
นายพีรพงศ์ อาชวพงษ์สวัสดิ์	กรรมการ
นายกฤษฎิ์ เศรษฐิน	กรรมการ

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่

บุคคลที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน

ส่วนได้เสียของผู้บริหารในบริษัทรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกันบริษัทย่อยบริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องบางบริษัทเป็นลูกค้าของบริษัททิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) บางบริษัทเป็นSupplier ให้บริการขนส่งสินค้าหรือวัตถุดิบโดยที่ราคาของสินค้าที่ขายให้หรืออัตราค่าบริการที่บริษัทดังกล่าวคิดกับบริษัทจะเป็นราคาตลาดมี

นโยบายราคาระหว่างกันเป็นไปตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4 และไม่มีสัญญาผูกพันระหว่างกันโดยคณะกรรมการของบริษัทมีส่วนได้เสียในฐานะกรรมการหรือเป็นผู้ถือหุ้นดังรายระเอียดต่อไปนี้

1. นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร
2. นางอนุรัตน์ เทียมทัน
3. นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร
4. นายสมจิตต์ เศรษฐิน
5. นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร
6. นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการของบริษัทฯกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันที่สำคัญ มีดังนี้

บริษัทที่เกี่ยวข้อง	ประเภทและลักษณะธุรกิจ	ความสัมพันธ์กับบริษัทที่เกี่ยวข้อง	ความสัมพันธ์กับบริษัท/ชื่อผู้ถือหุ้นและร้อยละของหุ้นที่ถือต่อหุ้นทั้งหมดในบริษัทที่เกี่ยวข้อง
บจ.ถนอมวงศ์บริการ	จำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมรับเหมาก่อสร้างอาคารถนนและซ่อมบำรุงผิว	นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร 15.23% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 15.23% นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 15.23% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 15.23% นายสุรเชษฐ์ทรัพย์สาครถือ 1หุ้น
บมจ.ทิปโก้แอสฟัลท์	ผลิตและจำหน่ายยางแอสฟัลต์อิมัลชันและจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง	นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสมจิตต์ เศรษฐิน กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% บมจ.ทิปโก้ฟูดส์ 24.21%
บจ.สยามคอนเทนเนอร์เทอร์มินอล	ทำการจัดตั้งสถานีบรรจุและรับจ้างบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์และทำธุรกรรมด้านขนส่งและบริการด้าน Shipping	นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร 16.65% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 16.65% นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 16.65% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 16.65%
บจ.รวมทรัพย์สิน	ทำการจัดซื้อ จัดหา รับเช่า เช่าซื้อถือกรรมสิทธิ์ครอบครอง ปรับปรุง ใช้และจัดการโดยประการอื่นๆซึ่งทรัพย์สินใดๆ ตลอดจนดอกผลของทรัพย์สินนั้น	นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% นางสาวลักษณา ทรัพย์สาคร 20.00% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 20.00% นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 20.00% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 20.00%

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ที่เกิดจากการขายผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้บุคคลภายนอก ในระยะ 3 ปี

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้นของบริษัท	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
			รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
สับประรดกระป๋องและน้ำสับปะรดเข้มข้น	บมจ.ทิปโก้ฟูดส์		1,734.53	31.87	1,631.28	29.19	1,440.30	26.15
ผลไม้รวม,อื่นๆ	บมจ.ทิปโก้ฟูดส์		508.30	9.34	553.11	9.90	639.58	11.61
	บจ.ทิปโก้รีเทล	75.49						
	บจ.ทิปโก้ ไบโอเท็ค	100.00						
เครื่องดื่มพร้อมดื่ม	บจ.ทิปโก้ เอฟแอนด์บี	50.00	3,199.29	58.79	3,403.81	60.91	3,427.92	62.24
รวม			5,442.12	100.00	5,588.20	100.00	5,507.80	100.00

-บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มธุรกิจอาหาร ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. สับปะรดกระป๋อง (Canned Pineapple) บริษัทสามารถผลิตสับปะรดบรรจุในกระป๋องขนาดต่าง ๆ ถึง 5 ขนาด คือ 8 ออนซ์ 15 ออนซ์ 20 ออนซ์ 30 ออนซ์ และ 108 ออนซ์ ชนิดต่าง ๆ เช่น สับปะรดเต็มแว่น (Slice) สับปะรดชิ้นใหญ่(Chunk) สับปะรดลิ่ม(Tidbit) สับปะรดชิ้นคละ(Pieces) สับปะรดลูกเต๋า (Diced) หรือ (Cubes) สับปะรดชิ้นย่อย(Crushed)ให้เป็นไปตามมาตรฐานของผู้นำเข้าและมาตรฐานสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

2. น้ำสับปะรดเข้มข้น (Pineapple Juice Concentrate) บริษัทสามารถผลิตน้ำสับปะรดเข้มข้นบรรจุถุงชนิดแช่แข็ง (Frozen) ชนิดปลอดเชื้อ (Aseptic) และชนิดใส่สารกันบูด (Preservative) บรรจุในถังเหล็กขนาด 200 ลิตร

3. สับปะรดบดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อ (Aseptic Crushed) บริษัทผลิตสับปะรดบดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อขนาด 23 ลิตร และ 200 ลิตร

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

5. สับปะรดบรรจุในถุง retort pouch (Pineappple in retort pouch) บรรจุในถุงขนาด 1.5 กิโลกรัม และ 10 กิโลกรัม โดยสามารถบรรจุสับปะรดลิ่ม(Tidbit) สับปะรดชิ้นคละ(Pieces) สับปะรดลูกเต๋า(Diced) หรือ (Cubes) ในถุงดังกล่าว

6. ผลไม้รวม (Canned Tropical Fruit Salad) บริษัทผลิตผลไม้รวมส่งออกไปขายต่างประเทศทั้งหมดบรรจุในกระป๋องขนาดต่าง ๆ ถึง 4 ขนาด คือ 15 ออนซ์ 20 ออนซ์ 30 ออนซ์ และ108 ออนซ์

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

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

9.ว่านหางจระเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อ (Aseptic Crush) บริษัทผลิตว่านหางจระเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อขนาด 23 ลิตร และ 200 ลิตร ซึ่งเป็นสินค้าตัวใหม่ในตลาดต่างประเทศ

10. ผลิตภัณฑ์ กะทิ บรรจุในกระป๋องขนาด15 ออนซ์ และ น้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋อง240 มิลลิลิตร และ 520 มิลลิลิตร

ผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจอาหาร คือ สับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดเข้มข้นโดยคิดเป็นรายได้ประมาณร้อยละ68 ของยอดขายรวม ในปี 2557 นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆที่สำคัญ ได้แก่ ผลไม้รวมบรรจุกระป๋อง ว่านหางจระเข้บรรจุกระป๋อง สับปะรดบดละเอียดและว่านหางจระเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อ น้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋องกะทิคั้นสดบรรจุกระป๋อง เป็นต้น

การปลูกสับปะรดมีลักษณะเป็นวัฏจักร (Cycle) โดยจะกินระยะเวลาประมาณ 4 ปี โดยวัฏจักรนี้ จะเป็นไปตามภาวะปริมาณและราคาของสับปะรดสด โดยทั่วไปผลผลิตสับปะรดสดในประเทศไทยนั้นจะขึ้นอยู่กับการเพาะปลูกสับปะรดของเกษตรกรรายย่อย ช่วงใดที่ผลสับปะรดสดมีราคาดี เกษตรกรจะทำการปลูกสับปะรดกันมาก จนกระทั่งมีปริมาณสูงเกินความต้องการของตลาด ราคาผลสับปะรดสดก็จะตกต่ำ ส่งผลให้เกษตรกรทยอยเลิกทำการเพาะปลูกสับปะรดหันไปปลูกพืชอื่นที่มีราคาดีกว่าแทน ทำให้ปริมาณผลสับปะรดที่ผลิตได้มีจำนวนลดน้อยลงจนกระทั่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด 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 โดยการกำหนดมาตรฐานการเพาะปลูกเพื่อให้ได้ผลตอบแทนต่อไร่ที่สูง ทำให้ต้นทุนของชาวไร่ลดลง โครงการดังกล่าวบางโครงการมีการประกันราคาขั้นต่ำ บางโครงการมีการให้ Incentive ถ้าได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด นอกจากนี้ทางบริษัทยังมุ่งเน้นในเรื่องการถ่ายทอดวิชาการให้เกษตรกรโดยเฉพาะการปฏิบัติตามหลักเกษตรดีที่เหมาะสม (Good Agricultural Practice-GAP) เพื่อให้ชาวไร่ที่อยู่ในโครงการผลิตสับปะรดสดได้คุณภาพดีและผลผลิตต่อไร่สูง ทำให้มีผลตอบแทนและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ส่วนผลไม้รวม บริษัทฯ มีการส่งเสริมให้ชาวไร่ปลูกมะละกอและฝรั่ง เพื่อประกันว่าบริษัทฯจะมีวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการและมีคุณภาพในระดับหนึ่ง มะละกอเป็นพืชที่มีอายุสั้น โดยอายุจากปลูกถึงเริ่มเก็บเกี่ยว 8 เดือนและสามารถเก็บเกี่ยวได้อีกไม่เกิน 2 ปี จากนั้นต้องเริ่มปลูกรุ่นใหม่ สำหรับฝรั่งเป็นพืชอายุยาว โดยอายุจากปลูกถึงเริ่มเก็บเกี่ยว 8 เดือนและสามารถเก็บเกี่ยวต่อไปได้อีก 5-6 ปี มะละกอและฝรั่งจะมีผลผลิตออกในปริมาณมากในช่วงเดือนตุลาคม – เมษายน หลังจากนั้นจะมีปริมาณลดลง

ว่านหางจระเข้ ปัจจุบันบริษัทฯมีชาวไร่ที่ป้อนวัตถุดิบให้บริษัท ถึง 200 ราย ซึ่งมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการผลิตของบริษัท และราคาของวัตถุดิบไม่มีการผันผวนมากนัก (ประมาณ 2.50 บาทต่อกิโลกรัม) เนื่องจากมาตรการต่างๆที่บริษัทได้วางไว้ เช่น การส่งเสริมให้มีการปลูกและรับซื้อ ว่านหางจรเข้มีระยะเวลาการปลูกก่อนเก็บเกี่ยวครั้งแรกเช่นเดียวกับมะละกอและฝรั่ง นั่นคือ 8 เดือน อย่างไรก็ตามหลังจากให้ผลผลิตแล้ว ชาวไร่สามารถเก็บเกี่ยวได้ทุกเดือน ติดต่อกันถึง 2 ปี หากมีการดูแลรักษาที่ดี โดยที่ว่านหางจรเข้จะออกผลมากในช่วงหน้าฝนและออกน้อยในช่วงหน้าแล้ง และ มะพร้าว สายการผลิตนี้อยู่ที่ความใกล้ชิดกับแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งของมะพร้าวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

(1.) บัตรส่งเสริมการลงทุน

บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำหรับกิจการผลิตน้ำสับปะรดเข้มข้น สับปะรดบดละเอียด และน้ำสับปะรดกระป๋อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

สิทธิและประโยชน์ สำคัญ สรุปดังนี้

1. ได้รับอนุญาตินำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะคุณของบุคคลทั้งสองประเภทเข้ามาในราชอาณาจักรได้ ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลาให้อยู่ในราชอาณาจักรเท่าที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นสมควร
2. ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาติให้อยู่ในราชอาณาจักรได้รับอนุญาติทำงานเฉพาะตำแหน่งที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาเท่าที่ได้รับอนุญาติให้อยู่ในราชอาณาจักร
3. ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ
4. ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี และหักผลขาดทุนได้ 5 ปี
5. ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ 8 ปี
6. ได้รับอนุญาติให้หักเงินลงทุนในการติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในอัตราร้อยละ 25 ของเงินลงทุน นอกเหนือไปจาการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ
7. ได้รับอนุญาตให้นำหรือส่งเงินออกนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้

เงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติดังนี้

1. บุคคลต่างด้าวที่ได้รับการส่งเสริมไม่อนุญาติให้ปฏิบัติหน้าที่อื่นได้นอกเหนือขอบเขตหน้าที่ของตำแหน่งที่ได้รับอนุมัติและจะต้องเร่งรัดฝึกอบรมสนับสนุนคนไทยให้สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับการส่งเสริมแทนคนต่างด้าวภายในเวลาที่กำหนด และจะต้องรายงานคนต่างด้าวว่าได้ฝึกอบรมให้คนไทยได้รับความชำนาญเพียงไร ตามแบบและวิธีการที่สำนักงานกำหนด
2. ต้องใช้ที่ดินที่ได้รับอนุญาติเพื่อประกอบกิจการส่งเสริมเท่านั้น
3. ในกรณีที่มีการค้ำประกันเครื่องจักร จะต้องจัดส่งเอกสารเครื่องจักรที่ขอยกเว้นภายใน 1 ปีนับจากวันสิ้นสุดการนำเข้า จะต้องใช้เครื่องจักรที่ได้อนุมัติยกเว้นเฉพาะในกิจการตามบัตรส่งเสริม และจะต้องไม่จำนอง จำหน่าย โอน ให้เช่า หรือ ยินยอมให้บุคคลอื่นใช้เครื่องจักรที่ได้รับยกเว้น
4. จะต้องยื่นรายการเพื่อขออนุมัติการนำเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นก่อนการนำเข้าไม่น้อยกว่า 2 เดือน
5. จะต้องจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย สำหรับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมแยกต่างหากจากกิจการส่วนอื่นเพื่อประโยชน์ในการคำนวณกำไรสุทธิที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
6. วัตถุดิบและวัสดุจำเป็น จะต้องใช้ในการประกอบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการส่งออก และเฉพาะในกิจการที่ได้รับ

การส่งเสริม

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. การหยุดดำเนินกิจการเป็นระยะเวลาเกิน 2 เดือน ต้องได้รับอนุญาติจากสำนักงาน
12. จะต้องอำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบ
13. กรรมวิธีการผลิตหรือบริการ จะต้องเป็นไปตามโครงการที่เสนอและได้รับการอนุมัติ
14. คุณภาพผลิตภัณฑ์ต้องเป็นไปตามมาตราฐานสากล
15. กรณีมีการย้ายภูมิลำเนาของผู้ได้รับการส่งเสริม ต้องแจ้งให้สำนักงานทราบทุกครั้งพร้อมด้วยหนังสือรับรองของกระทรวงพาณิชย์

บัตรส่งเสริมเลขที่ 1308(2)/2556 สำหรับกิจการผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหารโดยใช้เทคโนโลยี่ที่ทันสมัย(ยกเว้นการผลิตน้ำดื่ม และไอศรีม)*เริ่มเปิดดำเนินการ 4มีนาคม2556*

สิทธิและประโยชน์ สำคัญ สรุปดังนี้

1.ได้รับอนุญาตินำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะคุณของบุคคลทั้งสองประเภทเข้ามาในราชอาณาจักรได้ ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลาให้อยู่ในราชอาณาจักรเท่าที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นสมควร

2.ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาติให้อยู่ในราชอาณาจักรได้รับอนุญาติทำงานเฉพาะตำแหน่งที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาเท่าที่ได้รับอนุญาติให้อยู่ในราชอาณาจักร

3.ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ

4.ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี และหักผลขาดทุนได้ 5 ปี

5.ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ 8 ปี

6.ได้รับอนุญาติให้หักเงินลงทุนในการติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในอัตราร้อยละ 25 ของเงินลงทุน นอกเหนือไปจาการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ

7.ได้รับอนุญาตให้นำหรือส่งเงินออกนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้

เงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติดังนี้

1.บุคคลต่างด้าวที่ได้รับการส่งเสริมไม่อนุญาติให้ปฏิบัติหน้าที่อื่นได้นอกเหนือขอบเขตหน้าที่ของตำแหน่งที่ได้รับอนุมัติ และจะต้องเร่งรัดฝึกอบรมสนับสนุนคนไทยให้สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับการส่งเสริมแทนคนต่างด้าวภายในเวลาที่กำหนด และจะต้องรายงานคนต่างด้าวว่าได้ฝึกอบรมให้คนไทยได้รับความชำนาญเพียงไร ตามแบบและวิธีการที่สำนักงานกำหนด

2. ต้องใช้ที่ดินที่ได้รับอนุญาติเพื่อประกอบกิจการส่งเสริมเท่านั้น

3.ในกรณีที่มีการค้ำประกันเครื่องจักร จะต้องจัดส่งเอกสารเครื่องจักรที่ขอยกเว้นภายใน 1 ปีนับจากวันสิ้นสุดการนำเข้า จะต้องใช้เครื่องจักรที่ได้อนุมัติยกเว้นเฉพาะในกิจการตามบัตรส่งเสริม และจะต้องไม่จำนองจำหน่าย โอน ให้เช่า หรือ ยินยอมให้บุคคลอื่นใช้เครื่องจักรที่ได้รับยกเว้น

4.จะต้องยื่นรายการเพื่อขออนุมัติการนำเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นก่อนการนำเข้าไม่น้อยกว่า 2 เดือน

5.จะต้องจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย สำหรับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมแยกต่างหากจากกิจการส่วนอื่นเพื่อประโยชน์ในการคำนวณกำไรสุทธิที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

6.วัตถุดิบและวัสดุจำเป็น จะต้องใช้ในการประกอบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการส่งออก และเฉพาะในกิจการที่

ได้รับการส่งเสริม

7. จะต้องแจ้งยืนยันโครงการต่อสำนักงานเมื่อครบ 6 เดือน ครบ 1 ปี และ ครบ 2 ปี นับแต่วันที่ออกบัตรส่งเสริม
8. เมื่อเปิดดำเนินการจะต้องรายงาน การเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนการถือหุ้นระหว่างผู้มีสัญชาติไทยและคนต่างด้าว ฐานะการเงินและผลการดำเนินงานภายใน 31 กรกฎาคม ของปีถัดไป เรื่องอื่นๆเป็นครั้งคราวตามแบบ และภายในระยะเวลาที่กำหนด
9. จะต้องจัดให้มีระบบป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายกับสิ่งแวดล้อม หรือก่อให้เกิดอันตรายหรือความเดือดร้อนแก่ผู้อยู่ใกล้เคียง
10. จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
11. การหยุดดำเนินกิจการเป็นระยะเวลาเกิน 2 เดือน ต้องได้รับอนุญาติจากสำนักงาน
12. จะต้องอำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบ
13. กรรมวิธีการผลิตหรือบริการ จะต้องเป็นไปตามโครงการที่เสนอและได้รับการอนุมัติ
14. คุณภาพผลิตภัณฑ์ต้องเป็นไปตามมาตราฐานสากล
15. กรณีมีการย้ายภูมิลำเนาของผู้ได้รับการส่งเสริม ต้องแจ้งให้สำนักงานทราบทุกครั้งพร้อมด้วยหนังสือรับรองของกระทรวงพาณิชย์
16. จะต้องไม่ใช้แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในโครงการที่ได้รับการส่งเสริม

(2.) สิทธิอื่น

บริษัทฯ ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากลต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ตามรายละเอียดในหน้า 5-6

3.) ข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

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

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

ในปี 2557 ประเทศไทยมีการส่งออกสับปะรดกระป๋อง มูลค่ารวมประมาณ 16,052 ล้านบาท ลดลงจากปี 2556 ประมาณ 940 ล้านบาท ส่วนหนึ่งมาจากผลผลิตสับปะรดสดลดลง โดยตัวเลขประมาณการผลผลิตสับปะรดสดรวมในปี 2557 อยู่ที่ 1.9 ล้านตันในปี 2558 คาดว่าจะประสบกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากแนวโน้มภัยแล้ง และคาดผลผลิตสับปะรดสดรวมจะใกล้เคียงกับปี 2557 ซึ่งจะทำให้ราคาวัตถุดิบสูงกว่าปกติโดยเปรียบเทียบ อย่างไรก็ตามราคาขายน่าจะปรับตัวตามราคาวัตถุดิบ จากการคาดหมายว่ามีฟื้นตัวของความต้องการที่ปรับตัวดีขึ้นในตลาดสหรัฐอเมริกา และ ยุโรป บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ยังมุ่งเน้นและคงไว้ในตลาดดังกล่าว ที่มีฐานลูกค้า คู่ค้า และ พันธมิตรที่ทำธุรกิจร่วมกันมาอย่างยาวนาน ในขณะเดียวกันมีเป้าหมายที่จะขยายฐานตลาดเพิ่มขึ้น ในตลาดที่มีอัตราการเติบโตและราคาดีเช่น ตลาดเอเชีย ตะวันออกกลาง รวมถึงตลาดภายในประเทศ ควบคู่ไปกับการพัฒนาสินค้าผลไม้กระป๋อง ผลไม้

ในบรรจุภัณฑ์พลาสติก และผลิตภัณฑ์แปรรูปชนิดต่างๆ จากผลไม้ประเภทต่างๆ เช่น มะพร้าว มะละกอ มะม่วง ว่านหางจระเข้ เป็นต้น เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและยอดขายให้บรรลุตามเป้าหมาย

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องระหว่างปี 2547-2557

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
2557	25.80	-11.60	498.80	-0.25

แหล่งข้อมูล : สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป / สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร / กรมศุลกากร

- กลยุทธ์ทางการตลาด

<u>กลยุทธ์ในการแข่งขันโดยสังเขป</u>

ความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท ได้แก่

1) ฐานลูกค้าของบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีการดำเนินธุรกิจกับบริษัทมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน โดยครอบคลุมทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้นำเข้า ซุปเปอร์มาเก็ต ร้านค้าขายปลีก ผู้ผลิตอาหารและธุรกิจให้บริการด้านอาหาร

2) ฐานลูกไร่ ที่ให้การสนับสนุนการผลิตของบริษัทมาอย่างต่อเนื่องยาวนานเช่นกัน ซึ่งลูกไร่ส่วนใหญ่มีแหล่งเพาะปลูกสับปะรดอยู่ใกล้กับโรงงานของบริษัทโดยส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ระบบ Contract Farming, Big Grower, Quality Grower ทำให้บริษัทได้รับประโยชน์ทั้งในแง่ปริมาณและความต่อเนื่องของวัตถุดิบ ต้นทุนการขนส่งที่ต่ำกว่า และการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ

3) ความหลากหลายของสินค้า บริษัทมีความสามารถในการผลิตสับปะรดกระป๋องได้หลากหลายทั้งในแง่ของขนาดกระป๋องที่ใช้บรรจุ ประเภทการตัดชิ้นสับปะรด และน้ำที่ใช้บรรจุ ซึ่งทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดต่างๆ ได้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันไป

4) การควบคุมการผลิตและเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องจักรที่ทันสมัยผลิตในอเมริกาและยุโรปและได้รับการดูแลรักษาบำรุงอย่างดีตลอดระยะเวลาการผลิต ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพที่สม่ำเสมอเป็นที่ยอมรับจากลูกค้านานาประเทศ

5) คุณภาพของสินค้า จากมาตรฐานต่างๆที่บริษัทได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับระดับนานาชาติ และชื่อเสียงที่บริษัทได้สั่งสมมาเป็นระยะเวลายาวนานเป็นเครื่องรับประกันถึงคุณภาพของสินค้าและบริการของบริษัทได้เป็นอย่างดี

- ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ผู้นำเข้ารายใหญ่ในต่างประเทศต่าง ๆ ตัวแทนจำหน่าย Supermarket chain และ Blending House

ลักษณะของลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัท

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

- ตลาดหลักของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ในเชิงภูมิศาสตร์ ตลาดหลักของบริษัทสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ภูมิภาคหลัก

1. ทวีปอเมริกา รวมถึงประเทศแคนาดา สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศในแถบลาตินอเมริกา โดยมีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้าที่มีมูลค่าสูงสุดของบริษัท ซึ่งมีมูลค่าการจำหน่ายประมาณร้อยละ 35 ของปริมาณการส่งออกของบริษัทในแต่ละปีในอดีตบริษัทเคยมีความได้เปรียบทางการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกาเนื่องจากระบบภาษีทุ่มตลาดของกระทรวงพาณิชย์ของสหรัฐอเมริกาที่มีต่อบริษัททั่วไป แต่จากการยกเลิกภาษีทุ่มตลาดดังกล่าวในปีพ.ศ.2547 ทำให้การแข่งขันในตลาดดังกล่าวมีความรุนแรงมากขึ้น
2. ทวีปยุโรป และกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก และสหพันธรัฐรัสเซีย การจำหน่ายสินค้าของบริษัทไปยังกลุ่มประเทศดังกล่าวมีสัดส่วนเป็นอันดับสองรองจากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 ของแต่ละปี ตลาดกลุ่มนี้เป็นตลาดหลักสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรดเข้มข้นซึ่งส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายให้กับ Blending houses ต่างๆในกลุ่มประเทศยุโรป ในส่วนสับปะรดกระป๋องกลุ่มตลาดนี้เป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อราคามากที่สุด ส่วนหนึ่งเนื่องจากสามารถยอมรับคุณภาพของสินค้าได้หลากหลายทำ

ให้มีผู้ผลิตที่สามารถจำหน่ายเข้าไปในตลาดนี้มีจำนวนมากและหลากหลายเช่นกัน เช่นเดียวกับประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย ซึ่งมีความต้องการสินค้าสับปะรดกระป๋องเติบโตอย่างก้าวกระโดดในช่วงที่ผ่านมา

3. ทวีปเอเชีย รวมถึงออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ลูกค้าในกลุ่มนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าญี่ปุ่นมีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงและทำการค้าโดยอาศัยความเชื่อใจต่อกันเป็นอย่างมาก มีมูลค่าการค้าในแต่ละปีประมาณร้อยละ20 สำหรับประเทศเกาหลี ปัจจุบันเป็นลูกค้าหลักสำหรับผลิตภัณฑ์ว่านจรเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อซึ่งมียอดสั่งซื้อเติบโตอย่างต่อเนื่อง

4. กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง ปัจจุบันมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 7 นับว่าเป็นอีกตลาดที่มีศักยภาพ เนื่องจากมีรายได้ต่อประชากรที่สูงและมีความต้องการในการบริโภคสับปะรดกระป๋อง ตลาดนี้จัดว่าเป็นตลาดใหม่เมื่อเทียบกับตลาดอีกและมีสภาพการแข่งขันที่ยังไม่รุนแรงมาก

- การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจำหน่ายสินค้าของทางบริษัทในส่วนของสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดเข้มข้น เป็นการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศเกือบ100% โดยการดำเนินธุรกิจของบริษัทมีหลายช่องทาง รวมถึงการจำหน่ายผ่านตัวแทนทั้งภายในและต่างประเทศ การจำหน่ายตรงต่อผู้นำเข้าในประเทศปลายทาง จำหน่ายตรงต่อกลุ่มซุปเปอร์มาเก็ตโดยตรง และการจำหน่ายต่อบริษัทผู้ผลิตอาหารและผู้ให้บริการด้านอาหารต่างๆ กว่า 80% ของฐานลูกค้าที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัท เป็นลูกค้าที่มีการซื้อขายกันอย่างต่อเนื่องมานานกว่า 10 ปีขึ้นไป กว่า 95% ในการจำหน่ายสินค้าสับปะรดกระป๋องของบริษัทจะใช้ตราฉลากสินค้าของลูกค้า ทั้งนี้จะมีการทำสัญญาการซื้อขายโดยมีการตกลงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ปริมาณ ราคาและกำหนดการส่งมอบเป็นการล่วงหน้า ซึ่งโดยทั่วไปจะมีระยะเวลาประมาณ 1 ถึง 6 เดือน ระยะเวลาของสัญญานั้นขึ้นอยู่ลักษณะของลูกค้า สถานการณ์ทางวัตถุดิบและตลาด กับการเจรจาต่อรองระหว่างบริษัทกับผู้ซื้อ จากการจัดทำการวัดดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า Customer Satisfaction Index ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าที่มีความสม่ำเสมอ ตรงกับความต้องการและความสามารถในการส่งมอบได้ตามข้อตกลงที่มีต่อกัน

- นโยบายด้านราคา

ดังที่กล่าวมาแล้ว สินค้าที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่นี้จัดในกลุ่มสินค้าโภคภัฑณ์ทางการเกษตรซึ่งกลไกด้านราคาจะเป็นไปตามสภาวะตลาดและการแข่งขัน การตั้งราคาสินค้าจึงเป็นไปตามสภาวะทางการตลาด โดยบริษัทใช้นโยบายบริหารกำไรขั้นต้นในแต่ละสถานการณ์เป็นหลักสำคัญในการตั้งราคาขาย โดยพิจารณาระหว่างต้นทุนและราคาตลาดของสินค้าทุกประเภทรายการประกอบกัน

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะของฤดูกาลหรือวัฏจักรการประกอบธุรกิจ

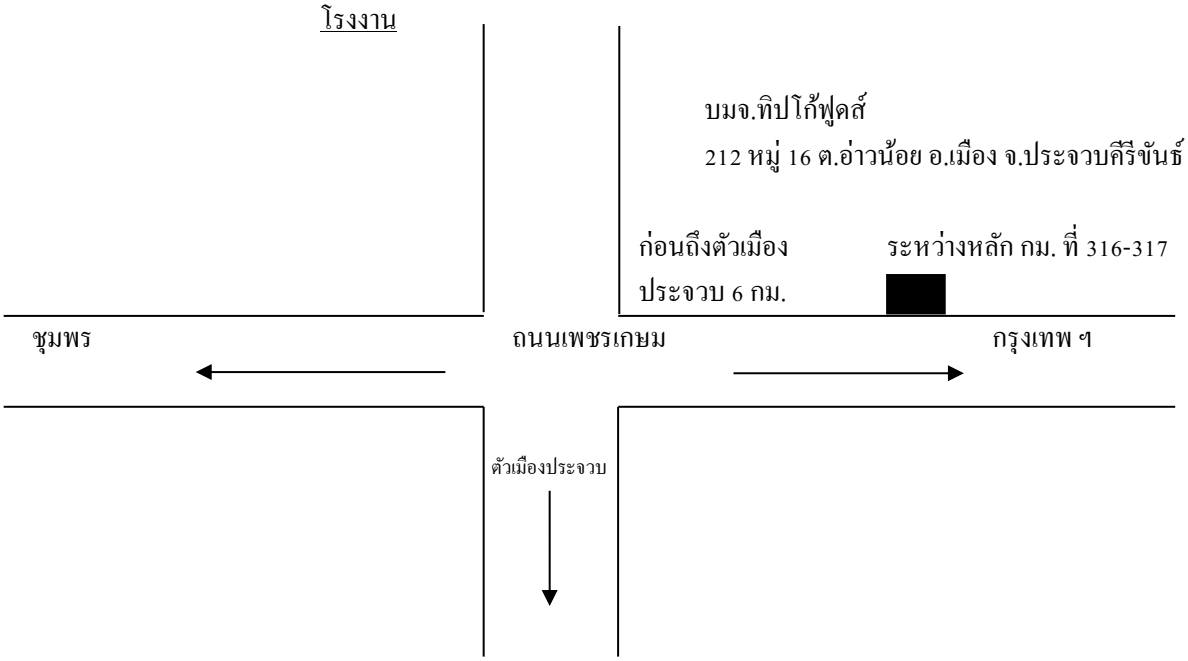
โดยปกติแม้บริษัทจะทำการผลิต 11 เดือนใน 1 ปี และปิด 1 เดือนเพื่อทำการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ก็ตามแต่ฤดูกาลก็ยังมีผลต่อการผลิตของบริษัท เนื่องจากใน 1 ปี จะมี 2 ฤดู การผลิตคือในช่วงฤดูร้อน (มีนาคม ถึง พฤษภาคม) และในช่วงฤดูหนาว (ตุลาคม ถึง ธันวาคม) ที่มีปริมาณสับปะรดมากกว่าในช่วงอื่น ๆ ของปี ดังนั้นราคาวัตถุดิบก็จะมีการขึ้นลงตามปริมาณของสับปะรดที่มีในแต่ละช่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

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 ทิปโก้ฟูดส์ 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 และ108 ออนซ์ บริษัทสามารถผลิตกระป๋องใช้เองได้ทั้งหมด สำหรับแผ่น

เหล็กวิลาส ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตกระป๋องส่วนใหญ่บริษัทฯ จะทำการสั่งซื้อจากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- *สับปะรดสด* เนื่องจากบริษัทตั้งโรงงานอยู่ในแหล่งปลูกสับปะรดแหล่งใหญ่และมีอัตราการขยายพื้นที่เพาะปลูกสับปะรดเพิ่มขึ้นทุกปี จากสถิติพื้นที่การเพาะปลูกที่ได้มีการสำรวจในปัจจุบันนับว่าเป็นแหล่งผลิตสับปะรดสดแหล่งใหญ่ที่มีปริมาณรวมกันถึง ร้อยละ50 ของ ผลผลิตสับปะรดสดของประเทศ โดยที่บริษัทตั้งอยู่ในบริเวณที่มีการทำไร่สับปะรดในเนื้อที่จำนวนมากโดยเฉพาะในเขต อำเภอเมือง บริษัทจึงได้ดำเนินการสร้างนโยบายที่จะสร้างความมั่นคง ในอาชีพการทำไร่สับปะรดของชาวไร่ในเขตบริเวณใกล้เคียงและรอบๆ บริษัทในเขตอำเภอเมือง และเขตอำเภอใกล้เคียงที่ไม่ห่างไกลจากบริษัทฯ มากนัก เพื่อที่จะให้ชาวไร่เหล่านี้สามารถประกอบอาชีพต่อไปในระยะยาว และบริษัทสามารถมีวัตถุดิบป้อนโรงงานในการผลิตได้เพียงพอสอดคล้องกับกำลังการผลิตแผนการผลิตระยะยาวได้ บริษัทได้สร้างระบบต่างๆ ขึ้นมาโดยเริ่มจากปี 2530 ดังต่อไปนี้

1.บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ได้จัดระบบส่งเสริมการทำไร่สับปะรดแบบมีสัญญากับชาวไร่ลูกค้าบริษัทฯ โดยมีการดำเนินงานดังต่อไปนี้

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

1.1 บริษัทเข้าไปวางแผนแนะนำวิธีการทำไร่ของบริษัทฯ ให้มีระบบการปลูกที่เหมาะสมมีการดูแลรักษาต่างๆให้ถูกวิธี ควบคุมวิธีการใช้สารเคมี ปุ๋ย-ยาต่างๆในการดูแลผลผลิตให้ได้ปริมาณและคุณภาพเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการในการนำมาผลิตเป็นสับปะรดกระป๋อง

1.2 บริษัทรับประกันราคาขั้นต่ำ สำหรับชาวไร่ในโครงการตั้งแต่ ปี2530 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน

1.3 บริษัทจัดเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการทำไร่ นักวิชาการเกษตร เพื่อเข้าไปแนะนำดูแลชาวไร่อย่างใกล้ชิดในแปลงปลูกสับปะรดของชาวไร่

1.4 บริษัทประกันการรับซื้อผลผลิตสับปะรดจากสมาชิกชาวไร่ในโครงการส่งเสริมในปริมาณที่ได้มีการสำรวจและประเมินผลผลิตซึ่งตกลงกันระหว่างบริษัทฯกับชาวไร่ในโครงการไว้ล่วงหน้าเพื่อให้ชาวไร่ในโครงการมีความมั่นใจในการทำไร่และสามารถขายผลผลิตที่ได้มีการตกลงกับบริษัทได้โดยผลผลิตสับปะรดที่ออกมาไม่เสียหายเน่าทิ้งในช่วงฤดูที่อาจจะมีผลผลิตสับปะรดล้นเกินกำลังการผลิตของโรงงานต่าง ๆ

1.5 บริษัทจัดทำแปลงทดลองและสาธิตขึ้นในบริเวณพื้นที่ของบริษัท เพื่อเป็นที่ทดลองวิจัยและสาธิตให้ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดได้มาศึกษาเพื่อนำไปปรับปรุงวิธีการทำไร่ให้ถูกวิธีเพื่อเพิ่มผลผลิตต่อไร่และผลผลิตมีคุณภาพที่ดีสอดคล้องกับความต้องการในระบบการผลิตสับปะรดกระป๋องที่มีคุณภาพ

2. บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน)ได้ทำโครงการร่วมกัน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส) โดยบริษัทรับเป็นตลาดให้กับ ธกส. และที่ ธกส.จะเป็นผู้รวบรวมผลผลิตสับปะรดจากสับปะรดจากชาวไร่ซึ่งสมาชิกของ ธกส.เพื่อนำมาส่งขายให้กับบริษัท โดยมีการกำหนดปริมาณเป้าหมายการผลิตและจำนวนไร่ล่วงหน้าในแต่ละไตรมาสของแต่ละปีการผลิต และบริษัทรับประกันราคาขั้นต่ำพร้อมทั้งจัดให้มีนักวิชาการเข้าไปแนะนำหรือให้ความรู้กับชาวไร่สมาชิก ธกส. ในบางโอกาสด้วย

ในการทำโครงการร่วมระหว่าง บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) และ ธกส. จากผลการดำเนินดำเนินงานที่ผ่านมาถึงปัจจุบัน ส่งผลให้เกษตรกรชาวไร่ผู้ปลูกสับปะรดที่ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าสินเชื่อของธกส.สามารถมีความมั่นใจในการทำไร่สับปะรดเนื่องจากบริษัทรับเป็นตลาดที่แน่นอนให้ พร้อมรับซื้อสับปะรดในราคาประกัน และ ธกส. ก็สามารถที่จะพิจารณาส่งเสริมการให้สินเชื่อการปลูกสับปะรดแก่เกษตรกรในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาวด้วยความมั่นใจที่จะให้เกษตรกรสามารถประกอบอาชีพการปลูกสับปะรดและมีตลาดให้กับเกษตรอย่างแน่นอน

3. บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ได้ทำโครงการร่วมมือทางวิชาการร่วมกับบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายสารเคมีเกษตร ที่นำมาใช้ในการปลูกสับปะรดหลายบริษัท รวมทั้งร่วมมือทางวิชาการกับหน่วยงานทางการเกษตรของทางราชการต่างๆ ในการที่จะแนะนำทดลองสาธิตแสดงความรู้วิชาการเกษตรแผนใหม่ให้กับชาวไร่ผู้ปลูกสับปะรด จัดทำเอกสารความรู้ต่างๆเกี่ยวกับเรื่องสับปะรดรวมทั้งจัดแสดงนิทรรศการด้านเกษตรเป็นประจำทุกปีในช่วงเดือนสิงหาคม เพื่อเผยแพร่ความรู้ต่างๆ ด้านเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมการผลิตสับปะรดกระป๋อง ให้เกษตรกรและผู้สนใจทั่วไปในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้เข้าชม เพื่อหาความรู้ในการที่จะนำไปพัฒนาระบบการทำไร่สับปะรด เพื่ออุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

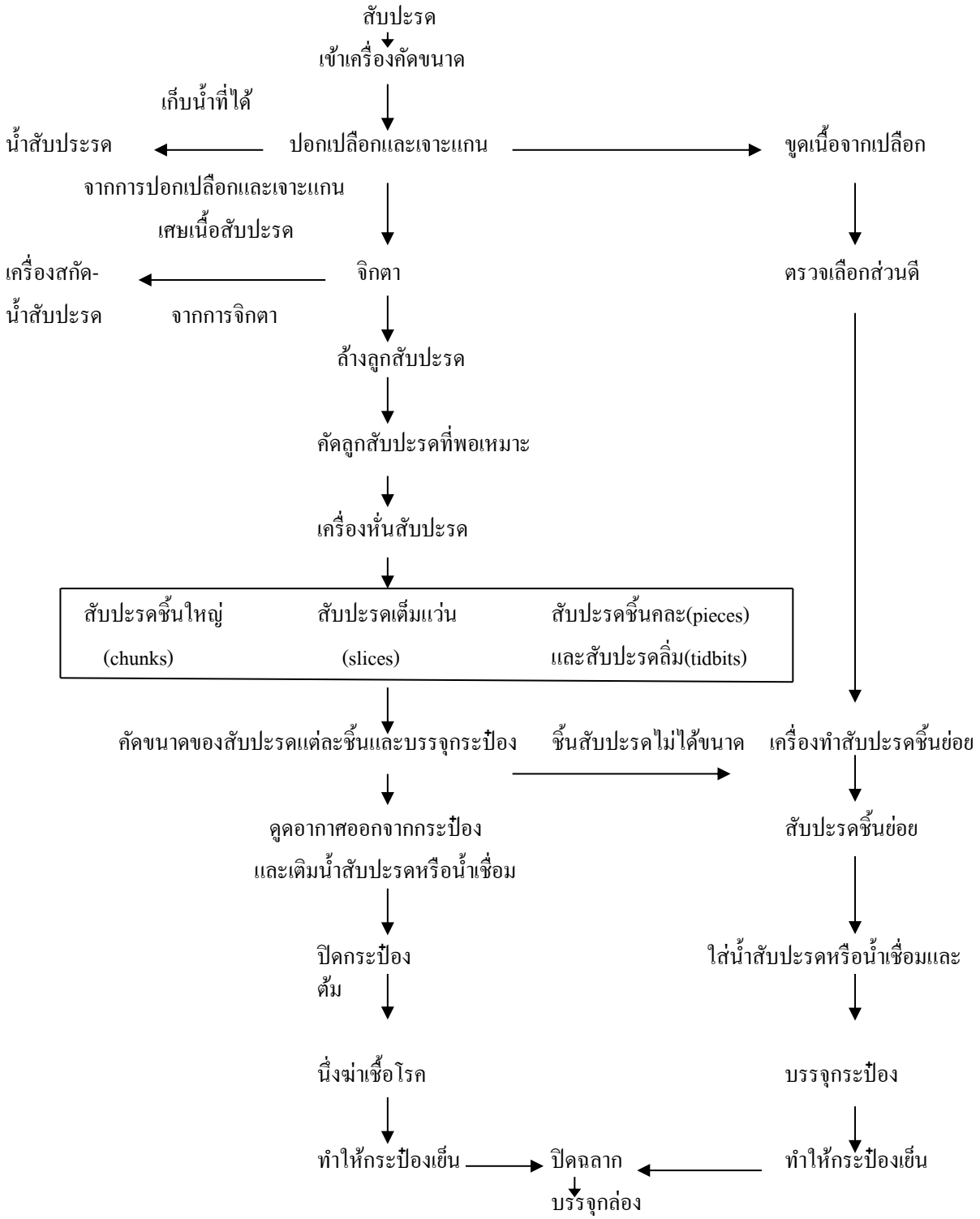
กล่าวโดยสรุปในแผนการดำเนินการด้านวัตถุดิบ บริษัทมีนโยบายที่จะสร้างความมั่นใจในการทำไร่สับปะรดของชาวไร่ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองที่บริษัทฯตั้งดำเนินการผลิตสับปะรดกระป๋องในปัจจุบัน โดยที่บริษัทจะเพิ่มจำนวนสมาชิกชาวไร่โครงการส่งเสริมการทำไร่แบบมีสัญญาขึ้น โดยพิจารณาคัดเลือกจากชาวไร่รายย่อยทั่วๆ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

สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

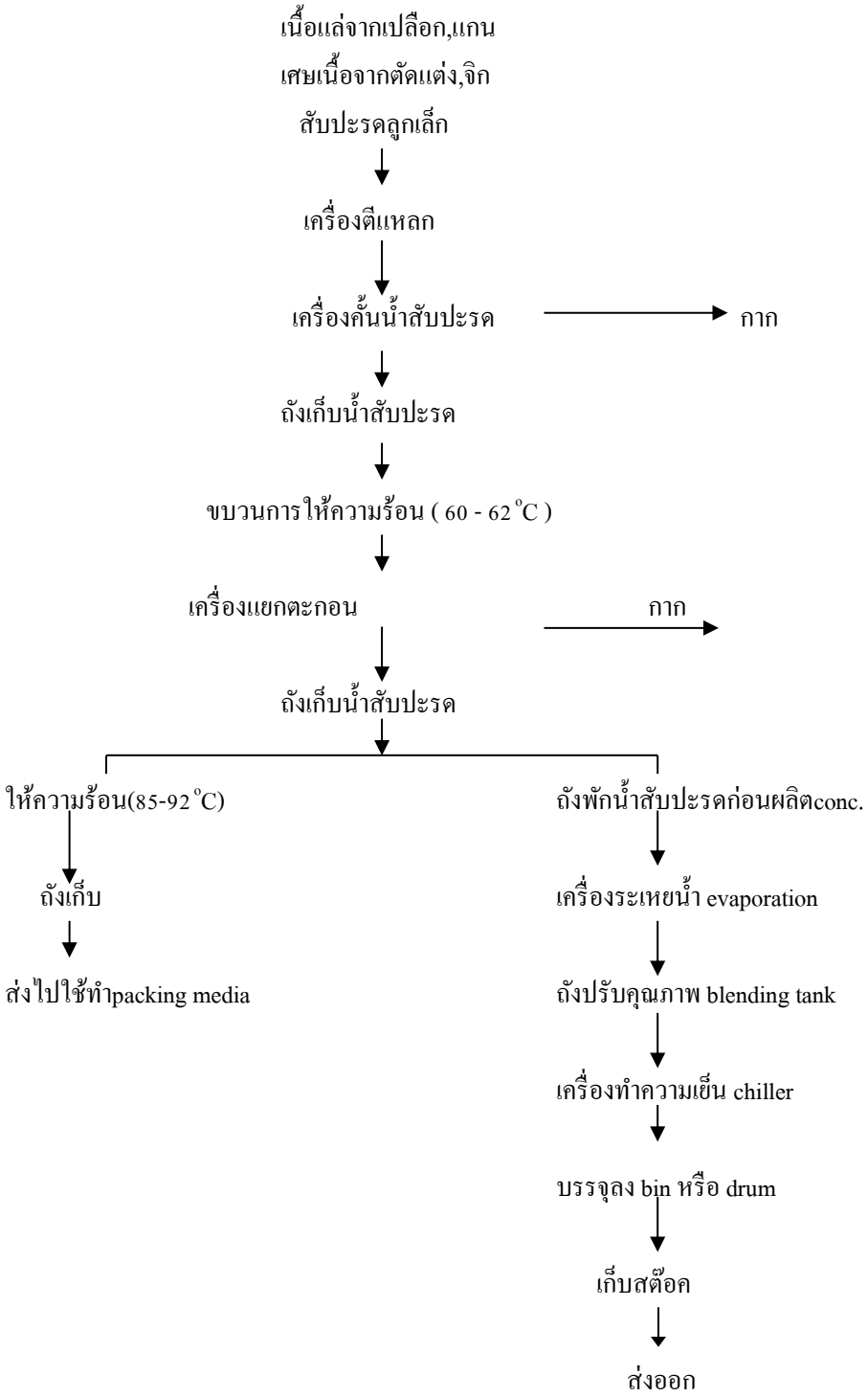
	2555	2556	2557
สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศ : ต่างประเทศ	91.0 : 9.0	98.0 : 2.0	96.0 : 4.0

ขั้นตอนและเทคโนโลยี่การผลิต

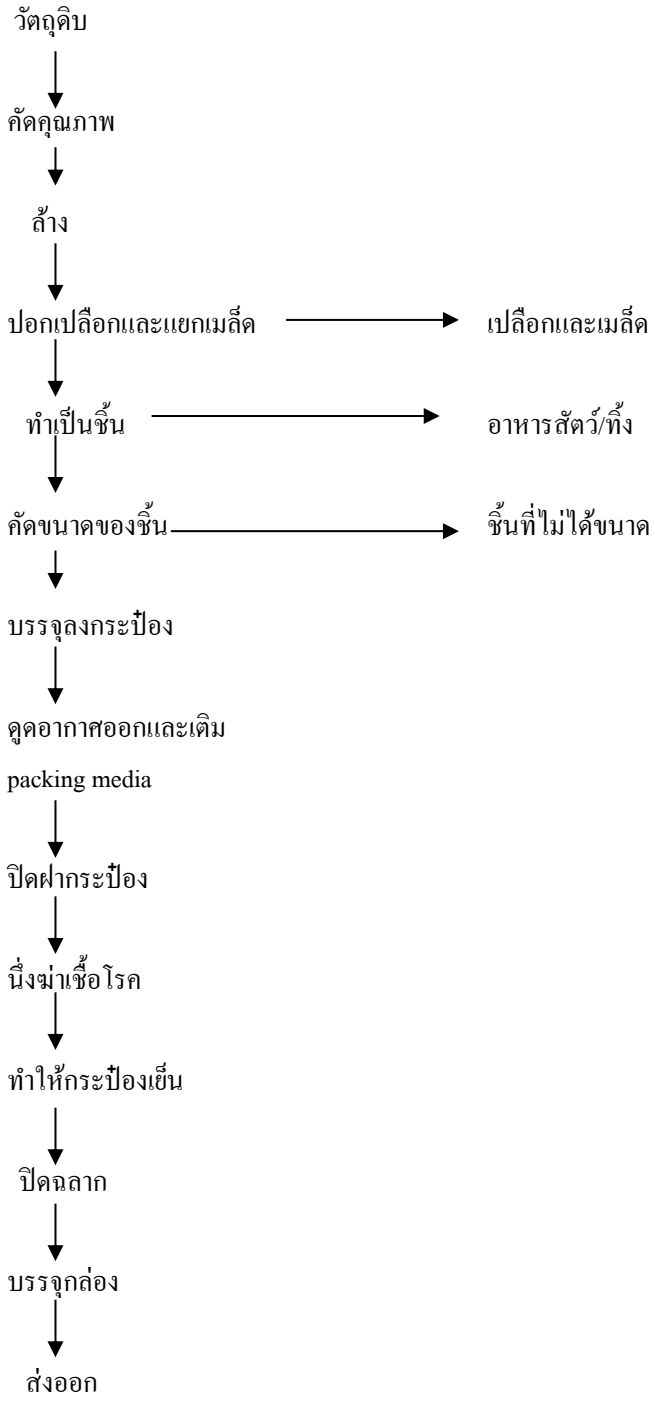
แผนผังโดยย่อของกรรมวิธีการผลิตสับปะรดกระป๋อง



แผนผังโดยย่อของกรรมวิธีน้ำสับปะรดและน้ำสับปะรดเข้มข้น



แผนผังวิธีการผลิตผักและ/หรือผลไม้รวม โดยสังเขป



เทคโนโลยี่ใช้ในการผลิตและแหล่งที่มา

เทคโนโลยี่ในการผลิตสับปะรดกระป๋อง ได้กำเนิดขึ้นที่ฮาวายแล้วย้ายฐานมาไต้หวัน ฟิลิปปินส์ และไทย ตามลำดับ ดังนั้นเทคโนโลยี่ที่ไทยถือว่าทันสมัยที่สุดของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง

ความเพียงพอของเครื่องจักรและบุคคลในการผลิต

บริษัทได้ลงทุนติดตั้งเครื่องจักรผลิตสับปะรดกระป๋องตั้งแต่ปี 2520 เรื่อยมาและมี LINE การผลิตมากถึง 15 LINE สามารถผลิตสับปะรดกระป๋องได้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า พร้อมกันนี้บริษัทมีคลังสินค้าที่เก็บสินค้าได้ถึง1.7 ล้านหีบมาตรฐาน สำหรับเครื่องจักรผลิตน้ำสับปะรดเข้มข้นมีเพียงพอและสามารถผลิตสินค้าแต่ละชนิดได้ตามความต้องการของลูกค้าเช่นกัน

ด้านบุคคลากร บริษัทมีพนักงานที่เติบโตมาพร้อมกับบริษัทฯ บริษัทมีการพัฒนาบุคคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ให้มีความสามารถและรอบรู้ทั้งในด้านเทคนิคและในการด้านจัดการ เมื่อพนักงานมีความชำนาญความสามารถพร้อมจะได้รับการปรับตำแหน่งหน้าที่ให้สูงขึ้นหรืออาจโอนย้ายไปรับตำแหน่งที่สูงขึ้นในกลุ่มบริษัท

ปริมาณบุคคลากรมีเพียงพอในการผลิต

ด้านแรงงานเป็นแรงงานท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง บางครั้งประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานบ้างอย่างไรก็ตามเป็นปัญหาที่ไม่รุนแรงมาก ทั้งนี้เพราะได้วางแผนการผลิตล่วงหน้าเป็นรายเดือน และแผนผลิตดังกล่าวได้ถูกปรับตามความเหมาะสมแล้วจึงทำให้ทราบว่าช่วงใดต้องใช้แรงงานเท่าไรล่วงหน้า ทำให้มีการจัดหาแรงงานได้เพียงพอ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีระบบการกำจัดน้ำเสียและได้มีการวิเคราะห์คุณภาพของน้ำเสียตลอดเวลาตามกฎหมายที่กำหนดและไม่มีประวัติการผิดกฎหมาย

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

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

9. ซันโทรี่ ทีพลัส เครื่องดื่มชาอู่หลง โอทีพีพี บรรจุขวด PET500 มิลลิลิตร
10. ทิปโก้โปรไฟเบอร์ น้ำผักผสมน้ำผลไม้และใยอาหารรวม 100% ในขวดขนาด 300 มิลลิลิตร และ บรรจุในกล่องขนาด 1 ลิตร

ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่มในประเทศไทยมีมูลค่าทั้งหมดประมาณ 12,000 ล้านบาท ในปี 2557 สามารถจำแนกตามคุณลักษณะของสินค้าออกเป็น 5 ประเภท

- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผัก 100 % (Premium market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ 38%
- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผัก 40% (Medium market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ 6%
- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผัก 25% (Economy market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ 13%
- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักต่ำกว่า 25% (Super Economy market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ 28%
- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักอื่นๆ เช่น น้ำลำไย น้ำตาลสด (Other market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ 15%

ในตลาดของน้ำผลไม้และน้ำผักยังสามารถแบ่งประเภทแบบตามลักษณะการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้อีกสองแบบ คือ แบบที่สามารถเก็บไว้ที่อุณหภูมิห้องและมีอายุประมาณ 6-12 เดือนหรือที่เรียกว่า UHT และแบบที่มีอายุประมาณ 30-45วัน และต้องเก็บไว้ในตู้แช่หรือที่เรียกว่า Pasteurized ราคาขายปลีกของสินค้า Premium อยู่ที่ระดับ 60-80 บาทต่อ 1 ลิตรในขณะที่ราคาขายปลีกของ 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 44% ของมูลค่าตลาดรวม

ตลาดน้ำแร่ มีมูลค่าตลาดประมาณ 2,300 ล้านบาท หรือประมาณ 169 ล้านลิตร มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 18 โดยบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 23

ตลาดชาพร้อมดื่ม มีมูลค่าตลาด 16,000 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตติดลบร้อยละ 5% ในปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตามอุปสรรคที่สำคัญมากประการหนึ่งคือปัญหาด้านวัตถุดิบที่เป็น ผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งคุณภาพและปริมาณจะขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ทั้งหมดและส่งผลกระทบต่อราคาของวัตถุดิบตลอดจนปริมาณที่อาจขาดแคลน

ในบางช่วง การป้องกันปัญหาดังกล่าวโดยการผลิตและเก็บสินค้าคงคลังไว้ก่อนจะทำให้มีต้นทุนการเก็บรักษาสูงและอาจมีผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าได้ จึงต้องเก็บรักษาในระดับที่พอเหมาะ

บริษัทมีกำลังการผลิตเครื่องดื่ม รวมเป็นมูลค่า 111ล้านลิตรต่อปี โดยบริษัทมีสินค้าอยู่ในตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพหลัก 3 ตลาดด้วยกันคือตลาดน้ำผลไม้และน้ำผัก แบรนด์ที่ใช้คือ ทิปโก้ น้ำผลไม้ 100%, ทิปโก้ เวจจี้ น้ำผักผสมน้ำผลไม้ รวม 100%, ทิปโก้ ซุปเปอร์คิด น้ำผลไม้ และน้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100% สำหรับเด็ก, ทิปโก้สควีซ น้ำผลไม้และน้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100% แบบพาสเจอร์ไรส์, ทิปโก้ คูลฟิต น้ำผลไม้และน้ำผักรวม 40%, และสินค้าใหม่ในปีที่ผ่านมา ทิปโก้โปรไฟเบอร์ น้ำผักผสมน้ำผลไม้ 100% สูตรไฟเบอร์สูง

ตลาดน้ำแร่ แบรนด์ที่ใช้คือ ออรา ผลิตจากแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติบนเทือกเขาสูง 2,700 ฟุตจากระดับน้ำทะเล ที่ ต.โป่งแยง อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่ ลึกลงไปจากพื้นดินใต้ภูเขา 297 ฟุต มีแอ่งน้ำขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่เรียกว่า “น้ำพุเย็น” ซึ่งมีเพียงไม่กี่แห่งในโลกและเป็นแหล่งเดียวในประเทศไทย ถูกนำมาผลิตเป็นน้ำแร่ธรรมชาติบรรจุขวด โดยปราศจากกระบวนการที่ใช้สารเคมี

ตลาดชาพร้อมดื่ม(Bothed Tea) แบรนด์ที่ใช้คือ ซันโทรี่ ทีพลัส เป็นชาอู่หลงยี่ห้อแรก และยี่ห้อเดียวในประเทศไทย ที่มี OTPP มากกว่า 70 มิลลิกรัม ในทุกๆ รสชาติ OTPP (Oolong Tea Polymerized Polyphenols) มีความสามารถป้องกันการดูดซึมไขมันเข้าสู่ร่างกาย เพราะเข้าไปขัดขวางขบวนการย่อยไขมันเอมไซน์ไลเปสในลำไส้เล็ก

ลักษณะการนำผลิตภัณฑ์หรือบริการไปใช้

เป็นเครื่องดื่มพร้อมดื่มประเภท น้ำผลไม้ น้ำแร่เย็นธรรมชาติแท้เพื่อสุขภาพและความสดชื่นสำหรับร่างกาย และชาพร้อมดื่ม

ลักษณะของลูกค้า

จัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่าย (Distributor) ไปยังร้านค้าปลีกต่างๆ ทั่วประเทศ

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

บัตรส่งเสริมการลงทุน

บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำหรับกิจการผลิตน้ำพืชผักผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

สิทธิและประโยชน์ สำคัญ สรุปดังนี้

1. ได้รับอนุญาตินำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะคุณของบุคคลทั้งสองประเภทเข้ามาในราชอาณาจักรได้ ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลาให้อยู่ในราชอาณาจักรเท่าที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นสมควร
2. ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาติให้อยู่ในราชอาณาจักรได้รับอนุญาติทำงานเฉพาะตำแหน่งที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาเท่าที่ได้รับอนุญาติให้อยู่ในราชอาณาจักร
3. ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ
4. ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี และหักผลขาดทุนได้ 5 ปี
5. ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ 8 ปี

เงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติดังนี้

1. บุคคลต่างด้าวที่ได้รับการส่งเสริมไม่อนุญาติให้ปฏิบัติหน้าที่อื่นได้นอกเหนือขอบเขตหน้าที่ของตำแหน่งที่ได้รับอนุมัติและจะต้องเร่งรัดฝึกอบรมสนับสนุนคนไทยให้สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับการส่งเสริมแทนคนต่างด้าวภายในเวลาที่กำหนด และจะต้องรายงานคนต่างด้าวว่าได้ฝึกอบรมให้คนไทยได้รับความ

ชำนาญเพียงไร ตามแบบและวิธีการที่สำนักงานกำหนด

2. ต้องใช้ที่ดินที่ได้รับอนุญาติเพื่อประกอบกิจการส่งเสริมเท่านั้น
3. ในกรณีที่มีการค้ำประกันเครื่องจักร จะต้องจัดส่งเอกสารเครื่องจักรที่ขอยกเว้นภายใน 1 ปีนับจากวันสิ้นสุดการนำเข้า จะต้องใช้เครื่องจักรที่ได้อนุมัติยกเว้นเฉพาะในกิจการตามบัตรส่งเสริม และจะต้องไม่จำนอง 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. การหยุดดำเนินกิจการเป็นระยะเวลาเกิน 2 เดือน ต้องได้รับอนุญาติจากสำนักงาน
12. จะต้องอำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบ
13. กรรมวิธีการผลิตหรือบริการ จะต้องเป็นไปตามโครงการที่เสนอและได้รับการอนุมัติ
14. คุณภาพผลิตภัณฑ์ต้องเป็นไปตามมาตราฐานสากล
15. กรณีมีการย้ายภูมิลำเนาของผู้ได้รับการส่งเสริม ต้องแจ้งให้สำนักงานทราบทุกครั้งพร้อมด้วยหนังสือรับรองของกระทรวงพาณิชย์

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

ปี 2557 อัตราการเติบโตของตลาดเครื่องดื่ม ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในประเทศอันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจที่ค่อนข้างชะลอตัว จะส่งผลกระทบต่ออัตราการเติบโตโดยรวมได้ การแข่งขันทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มพร้อมดื่มยังอยู่ในระดับสูง เพื่อแย่งชิงและรักษาส่วนแบ่งการตลาด บริษัท ทิปโก้ เอฟ แอนด์ บี จำกัด ยังคงรักษาความเป็นผู้นำส่วนแบ่งตลาด ในตลาดน้ำผลไม้ 100% โดยเน้นการสร้างคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ คุณภาพที่คัดสรรของวัตถุดิบและกระบวนการผลิต ที่ให้คุณประโยชน์ ต่อสุขภาพของผู้บริโภคเป็นสำคัญ รวมถึงการพัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อขยายฐานตลาด และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการขยายฐานตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำผักไปยังประเทศต่างๆในภูมิภาคเอเชีย เช่น เกาหลีใต้ จีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น

ในส่วนของน้ำแร่ ตรา ออรา บริษัทฯได้ขยายกำลังการผลิต เพิ่มขึ้นในปี 2558 เพื่อรองรับกับการเติบโตของตลาดที่สูง โดยที่น้ำแร่ ตราออรา มาจากแหล่งธรรมชาติน้ำพุเย็น ซึ่งเป็นหนึ่งในแหล่งธรรมชาติที่มีคุณภาพดีที่สุดของประเทศ โดยปีนี้บริษัทจะมีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น

ในปี 2558 บริษัทยังคงดำเนินกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และดีต่อสุขภาพ รวมถึงสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจในการดูแลสุขภาพว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นเรื่องที่สนุกสนาน และทำได้ง่ายๆในทุกวัน เพราะทิปโก้หวังอยากให้คนไทยทุกคนมีสุขภาพดีกันถ้วนหน้า

- กลยุทธ์ธุรกิจ

1. ผลิตสินค้าที่เป็นที่ยอมรับของตลาดและรักษามาตรฐานของสินค้าทั้งในด้านคุณภาพและรสชาติอย่างต่อเนื่อง
2. ต้องมีความหลากหลายของสินค้าเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเต็มที่บริษัทมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพอย่างต่อเนื่อง
3. จัดทำกิจกรรมทางการตลาดสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าตลอดจนสร้างความจดจำในยี่ห้อและความต้องการสินค้าในครั้งต่อ ๆ ไป
4. วางแผนจัดซื้อวัตถุดิบ การผลิตสินค้าและการเก็บสินค้าคงคลังให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
5. มีการบริหารต้นทุนด้านการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อดำรงสถานภาพของการแข่งขัน
6. สามารถกระจายสินค้าได้ทั่งถึงและมีระบบการหมุนเวียนสินค้าให้สดใหม่อยู่เสมอ

- ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ และมองหาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Health Conscious)

- ลักษณะของลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัท

ลูกค้าของบริษัทเป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย (End user)

- นโยบายด้านราคา

นโยบายด้านราคาตั้งราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

- การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

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

สำหรับการส่งออก เริ่มมีการส่งออกในปี 2544 ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยในปี 2547 -2550 ได้มีการตั้งตัวแทนจำหน่ายในตลาดตัวอย่างที่เลือกอย่างเป็นทางการ ยอดขายส่งออกในปี 2556 เติบโต9.61% มากกว่าในปีที่ผ่านมา3% ในส่วนของตลาดต่างประเทศนั้น บริษัทเน้นขยายธุรกิจในกลุ่มประเทศในอาเซียนซึ่งเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซียซึ่งเป็นตลาดใหญ่ในภูมิภาคนี้

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ลักษณะของฤดูกาลหรือวัฏจักรการประกอบธุรกิจ

แหล่งวัตถุดิบแบ่งได้เป็น 2 แหล่ง

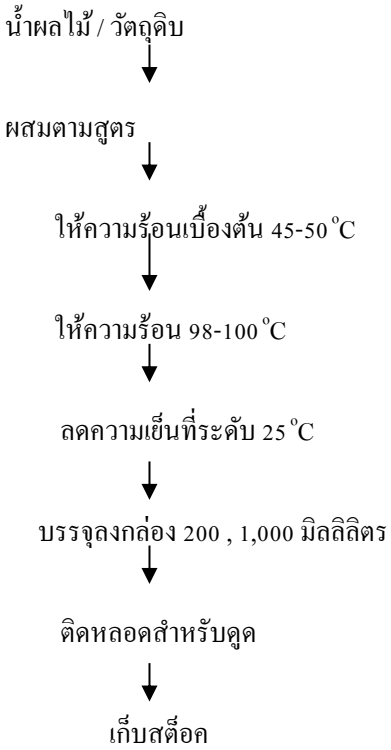
1. แหล่งวัตถุดิบในประเทศ บริษัทจะรับซื้อผลไม้สดชนิดต่าง ๆ เช่น ส้ม ฝรั่ง และสับปะรด จากชาวไร่โดยตรง โดยมีนโยบายที่จะใช้วัตถุดิบในประเทศให้มากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ แต่ทั้งนี้คงขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบ ซึ่งจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามฤดูกาล เช่น สับปะรดจะมีมากในช่วงเดือนมีนาคม ถึงพฤษภาคม และอีกช่วงในเดือนตุลาคมถึงธันวาคมเป็นต้น
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



เทคโนโลยี่ที่ใช้ในการผลิต

บริษัทซื้อเครื่องบรรจุเครื่องดื่มพร้อมดื่มจากต่างประเทศซึ่งเป็นเครื่องที่ทันสมัย และมีปริมาณการสูญเสียน้อย

ความเพียงพอของเครื่องจักรและบุคคลในการผลิต

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

ด้านบุคคลากร บริษัทมีพนักงานที่เติบโตมาพร้อมกับบริษัท บริษัทมีการพัฒนาบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ให้มีความสามารถและรอบรู้ทั้งในด้านเทคนิคและในด้านการจัดการ การดำเนินการของบริษัทเพื่อลดผลกระทบและผลการปฏิบัติจริงเทียบกับอัตราสูงสุดที่กฎหมายกำหนดตลอดจนประวัติการกระทำผิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมบริษัทมีระบบการกำจัดน้ำเสีย และได้มีการวิเคราะห์คุณภาพของน้ำเสียตลอดเวลาตามที่กฎหมายกำหนด

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

สภาพแวดล้อมธุรกิจค้าปลีกโดยรวม ปี2557 มีผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่เป็นผลกระทบหลักโดยเฉพาะนโยบายค่าแรง 300 บาท รวมถึงสถานการณ์ทางการเมืองในช่วงต้นปี ทำให้ธุรกิจค้าปลีกได้ชะลอในการขยายธุรกิจ บริษัทได้มุ่งเน้นในการปรับโมเดลทางธุรกิจที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมากในปีที่ผ่านมา

บริษัทได้มีการปรับยุทธศาสตร์ เรื่องของการปรับเมนูและรูปแบบของสาขาเก่าที่สร้างทั้งยอดขายและกำไรอย่างต่อเนื่อง และวางแผนงานธุรกิจระยะยาวในการขยายสาขาใหม่ๆ โดยในการขยายสาขาใหม่จะปรับขนาดและเมนูของร้านให้เหมาะสมกับสาขาในแต่ละช่องทาง ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังคงพัฒนาสินค้าใหม่ๆที่ตอบสนองกลุ่มผู้บริโภครักสุขภาพอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง 100% ตรา Happy Soya ซึ่งวางขายเฉพาะที่สาขาของ Squeeze Juice Bar เท่านั้น

ในปีนี้ 2558 ยุทธศาสตร์ที่เราได้วางแผนและพัฒนาเพื่อการขยายการเติบโตขึ้น อย่างต่อเนื่องและมั่นคง โดยบริษัทฯมุ่งเป้าที่จะกลับมาขยายสาขาให้มากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา หลังจากตลาดบริโภคนอกบ้านมีแนวโน้มที่ดีขึ้น นอกจากนี้

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

แนวโน้มรูปแบบการใช้ชีวิตนอกบ้านของสังคมเมืองยังมีอยู่สูง แต่อาจจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่ไม่ปกติทางการเมือง ส่งผลต่อการจับจ่ายใช้สอย และยอดขายของธุรกิจค้าปลีก และ จากการที่มีการปรับตัวสูงขึ้น ของค่าใช้จ่ายค่าพื้นที่ และ ค่าแรง บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด มีแนวทางการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ และ การตลาด ทั้งในเรื่องรูปแบบร้านค้า สถานที่ สินค้าและการบริการ เพื่อให้สอดรับกับสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มธุรกิจในอนาคต รวมถึงการสร้างการรับรู้และจดจำในตัวร้านค้า 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

นับจากวันแรกที่แนะนำสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณเข้าสู่ตลาดอย่างจริงจังจนกระทั่งถึงปัจจุบันรวม 4 ปีเต็ม (2554-2557) ได้รับการตอบรับอย่างดีมากจากลูกค้าเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่น่ายินดีของธุรกิจใหม่ การขายผลไม้สดของทิปโก้ซึ่งแตกต่างจาการขายน้ำผลไม้บรรจุกล่องอย่างสิ้นเชิงทั้งในด้านของการขายและบริการ

ภาพรวมปี 2557 ของธุรกิจสับปะรดพันธุ์หอมสุวรรณ ยังคงเป็นสถานการณ์ตลาดขาขึ้น โดยการขยายตลาดเป็นไปเรื่อย ๆ ตามปริมาณของผลิตผลจากฟาร์ม ซึ่งมีมากกว่าปี 2556 ถึง 100% โดยผลตอบรับ

จากผู้บริโภคยังมีเพิ่มขึ้นตลอด แม้ปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ชื่นชอบความโดดเด่นของคุณลักษณะและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรรณ

การตลาดและการแข่งขัน

สับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณ มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากสับปะรดทั่วไป ความสดสะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณมีความหอม หวาน เนื้อแน่นนุ่ม ไม่กัดลิ้น มีวิตามินสูงกว่าสับปะรดทั่วไป เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากสับปะรดทั่วไปในท้องตลาด และไม่ได้ตัดแต่งพันธุกรรมทำให้เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าเป็นอย่างมาก

ทางด้านของราคาบริษัทได้วางไว้ที่สูงปานกลางเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด เนื่องจากสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณนี้เป็นพันธุ์ที่ค่อนข้างอ่อนแอ จึงต้องมีการดูแลอย่างดีเพื่อให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพดีกว่าสับปะรดทั่วๆ ไป ลักษณะเปลือกที่บางทำให้ต้องเก็บเกี่ยวและคัดบรรจุอย่างพิถีพิถันเพื่อมิให้ช้ำเสียหาย ซึ่งต้องใช้แรงงานจำนวนมาก แต่ก็เป็นข้อดีต่อผู้บริโภคคือ ปอกง่าย ไม่ต้องควั่นตา ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อเป็นผลสดและกลับไปปอกเองที่บ้านได้

กลุ่มลูกค้าสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณเป็นกลุ่มกว้างตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ที่ชอบในความเป็นเอกลักษณ์ของพันธุ์นี้ และตระหนักถึงความคุ้มค่า ถึงแม้ว่าราคาจะสูงกว่าสับปะรดท้องตลาดเช่น สับปะรดศรีราชา สับปะรดภูเก็ต และอื่น ๆ

สับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณเน้นการจัดจำหน่ายในห้างซุปเปอร์มาเก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต(พรีเมี่ยม) ร้านค้าทั่วไปที่คัดสรรแล้วรวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ โดยการวางจำหน่ายมี 2 ประเภทคือ จำหน่ายทั้งผล และตัดแต่งเป็นชิ้นในถุง มีเอกลักษณ์ตามแบบของทิปโก้สับปะรดพันธุ์หอมสุวรรณคือ เสียบไม้หอมสุวรรณ และติดสติ๊กเกอร์หอมสุวรรณบนแพ็ค โดยเราพยายามที่จะหาช่องทางจำหน่ายให้เพิ่มมากขึ้นให้ครอบคลุมได้ทั้งประเทศตั้งแต่ปีนี้เป็นต้นไป

ด้านการค้าขาย

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

โอกาส

ในแต่ละปีประเทศไทยบริโภคสับปะรดสดในทุกภาคส่วนปีละ300,000 ตัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวีย (สับปะรดศรีราชา) ด้วยรสชาติที่แตกต่างเป็นเอกลักษณ์สับปะรดหอมสุวรรณยังสามารถเพิ่มส่วนแบ่งลูกค้าสับปะรดเดิมได้อีกมากเพราะจากการที่เราทำตลาดมา 3 ปี ผู้ที่ชื่นชอบสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณมีแนวโน้มจะไม่กลับไปบริโภคสับปะรดทั่วไป ซึ่งเป็นการแบ่งกลุ่ม ของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน และคาดว่าจะได้รับการยอมรับในวงกว้าง วิสัยทัศน์ของหอมสุวรรณคือ **" Thinking Of Premium Thai Pineapple, Thinking of Homsuwan"**

ธุรกิจสารสกัดจากพืชนับจากปีพ.ศ.2554 เป็นต้นมา บริษัทได้ให้บริการรับจ้างสกัดสารจากพืชและสมุนไพรต่างๆเพื่อป้อนให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศโดยปัจจุบันสินค้าและบริการของบริษัทมีด้วยกัน 2 รูปแบบหลักคือ

- บริการรับจ้างสกัดสารสกัดจากพืชและสมุนไพรตามความต้องการของลูกค้าเพื่อใช้เป็นส่วนประกอบของอาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเครื่องสำอางและยา
- สกัดและจำหน่ายสารสกัดจากพืชและสมุนไพรเพื่อใช้เป็นส่วนประกอบของอาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเครื่องสำอางและยา

บริษัทมีโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพรด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยซึ่งมีประสิทธิภาพและระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยทางบริษัทมีบริการครบวงจรแก่ลูกค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบการอบแห้งบดผงและผลิตเป็นสารสกัด อีกทั้งยังมีบริการพัฒนากระบวนการสกัดร่วมกับลูกค้าเริ่มตั้งแต่ระดับทดลองในห้องปฏิบัติการตลอดจนผลิตจริงในระดับอุตสาหกรรม บริษัทมีความพยายามพัฒนาระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง โดยในปัจจุบันได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพGMP

เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์สารสกัดที่มีคุณภาพ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า อีกทั้งเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต บริษัทมีทีมงานวิจัยและพัฒนาที่สามารถตรวจสอบมาตรฐานของสารสำคัญในเชิงปริมาณ (Standardization) โดยใช้เครื่องมือขั้นสูงได้แก่GC และHPLC อีกทั้งยังมีความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ของทางภาครัฐเพื่อพัฒนาและนำเอานวัตกรรมใหม่ๆ มาปรับใช้ในการพัฒนาสารสกัดสมุนไพร โดยในปี 2556 นี้ บริษัทได้เริ่มนำเทคโนโลยีการกักเก็บสาร (Encapsulation technology) มาใช้ในการผลิตสารสกัด อันเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของสารสกัดให้ดียิ่งขึ้น ยิ่งขึ้น ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ เช่น งาน COSME TECH 2014, งาน In-Cosmetics Asia 2014 เป็นต้น

นอกจากการรับจ้างสกัดอันเป็นธุรกิจหลักในขณะนี้ ในปีที่นี้บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์สารสกัดจากพืชและสมุนไพรและจำหน่ายแล้วหลายชนิด ได้แก่ สารสกัดจากเปลือกมังคุด สารสกัดจากว่านหางจระเข้ สารสกัดกระเจี๊ยบ สารสกัดมะขามป้อม สารสกัดดอกอัญชัน ใยอาหารจากสับปะรด ใยอาหารจากเนื้อมะพร้าว เป็นต้น

ทั้งนี้ปี พ.ศ. 2557 นี้ นับเป็นโอกาสที่ดีที่บริษัทได้แสดงศักยภาพในการสร้างรายได้และทำกำไรได้เป็นปีแรกนับแต่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจสารสกัดจากพืชมา อีกทั้งยังได้ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก และได้รับประกาศนียบัตรให้เป็นโรงงานที่มีธรรมมาภิบาลสิ่งแวดล้อมโรงงานหนึ่งของกระทรวงอุตสาหกรรม

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

แนวโน้มของการให้ความสำคัญด้านสุขภาพ และ ความงามเพิ่มสูงขึ้น และตลาดผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการด้านสุขภาพและความงามภายในประเทศ มีการเติบโตสูงในช่วงหลายปีที่ผ่านมา นับเป็นโอกาสสำหรับ บริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด ที่จะสร้างอัตราการเติบโตของยอดขายจากธุรกิจการสกัดสารจากพืชและสมุนไพร ต่างๆ เพื่อเป็นวัตถุดิบให้กับผู้ผลิตอาหาร เครื่องดื่ม อาหารเสริม เครื่องสำอาง และ ยาภายในประเทศ ขณะเดียวกันยังมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร และ คู่ค้าจากต่างประเทศ ที่มีความต้องการวัตถุดิบจากสารสกัดจากพืชและสมุนไพรที่มีเฉพาะพื้นที่บางชนิด หรือมีต้นทุนต่ำกว่า

3.ปัจจัยความเสี่ยง

จากที่ประชุมของคณะกรรมการประเมินความเสี่ยงทางธุรกิจ ได้แยกความเสี่ยงทางธุรกิจเป็น 6 ลักษณะคือ

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (S)
2. ความเสี่ยงด้านการเงิน (F)
3. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (T)
4. ความเสี่ยงทางการเมือง (P)
5. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (O)
6. ความเสี่ยงด้านกฎหมาย (C)

โดยแบ่งตวามรุนแรงเป็น 4 ขั้น คือ สูง (High) 2 ค่อนข้างสูง (Significant) 3 ปานกลาง (Moderate) 4 ต่ำ (Low)

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (S)

ประเภทธุรกิจ	ลักษณะความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	สาเหตุ	ผลกระทบและมาตรการในการรองรับ
ผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋องน้ำสับปะรดเข้มข้นผลไม้อื่นบรรจุผลิตภัณฑ์	โครงการพันธะสัญญาการเพาะปลูกสับปะรด ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	Significant	1. ชาวไร่ไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำ 2. สภาพอากาศ ไม่เหมาะสม	ต้นทุนวัตถุดิบ(สับปะรด) มีความผันผวน <u>มาตรการ</u> มีการจัดตั้งทีมงานดูแลสมาชิกชาวไร่เพื่อให้ความรู้และสนับสนุนข้อมูลด้านต่างๆ เกี่ยวกับการเพาะปลูก รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสื่อสาร เพื่อติดตามสถานการณ์และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผลผลิต

2. ความเสี่ยงด้านการเงิน (F)

	ลักษณะความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	สาเหตุ	ผลกระทบและมาตรการในการรองรับ
ผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋องน้ำสับปะรดเข้มข้น ผลไม้อื่นบรรจุผลิตภัณฑ์	1. ต้นทุนการเงินสูงขึ้น	Significant	1. แนวโน้มการปรับอัตราดอกเบี้ยสูงขึ้น 2. ความต้องการด้านเงินทุนหมุนเวียนที่เพิ่มมากขึ้น จากต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น	ความสามารถในการทำกำไรลดลง <u>มาตรการ</u> - พิจารณาขายสินทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนต่ำกว่าต้นทุนทางการเงิน - บริหารด้านอายุลูกหนี้ให้มีประสิทธิภาพ - บริหารจัดการด้านความต้องการตลาดและการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อรักษาระดับสินค้าคงคลังให้เหมาะสม
	2. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	Significant	1. ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาค และประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออัตราแลกเปลี่ยน 2 เศรษฐกิจและการเมืองภายในประเทศ ยังไม่มีเสถียรภาพชัดเจน	ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน <u>มาตรการ</u> มีการติดตามสถานการณ์และข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนมากขึ้น ปิดความเสี่ยงโดยใช้เครื่องมือการบริหารอัตราแลกเปลี่ยน เช่น สัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า หรือสัญญาซื้อขายสิทธิ์ ที่จะซื้อหรือขายสกุลเงินตราต่างประเทศ

3. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (T)

	ลักษณะความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	สาเหตุ	ผลกระทบและมาตรการในการรองรับ
ผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋องน้ำสับปะรดเข้มข้นผลไม้อื่นบรรจุผลิตภัณฑ์	การสูญเสียของข้อมูลที่สำคัญของบริษัทฯ เมื่อประสบภาวะภัยฉุกเฉิน	Significant	อุบัติภัยต่างๆ รวมถึงภัยทางการเมือง ที่ส่งผลกระทบต่อระบบคอมพิวเตอร์	อุปกรณ์และข้อมูลที่สำคัญเสียหายส่งผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจ <u>มาตรการ</u> - ทำระบบการสำรองข้อมูลไปยังสถานที่อื่น (Disaster Recovery Site) เพื่อความปลอดภัยของข้อมูล

4. ความเสี่ยงทางการเมือง (P)

	ลักษณะความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	สาเหตุ	ผลกระทบและมาตรการในการรองรับ
ผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋องน้ำสับปะรดเข้มข้นผลไม้อื่นบรรจุผลิตภัณฑ์	1. นโยบายภาครัฐที่ส่งผลกระทบต่อแรงงานและวัตถุดิบ (สับปะรด)	Significant	1. นโยบายรัฐปรับเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ 2. การลดวงเงินกู้ของสถาบันที่ให้กับเกษตรกร	ต้นทุนการผลิตสูง <u>มาตรการ</u> - ใช้เครื่องจักรทดแทนแรงงาน เพื่อลดผลกระทบ - สื่อสารกับรัฐเรื่องแผนประกันรายได้ให้กับเกษตรกร
	2. นโยบายกีดกันทางการค้า	Significant	การยกเลิก GSP form A และให้สิทธิพิเศษกับฟิลิปปินส์ (มีผลทันที)	เสียเปรียบในการแข่งขัน <u>มาตรการ</u> - ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด - พัฒนาตลาดใหม่

5. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (O)

	ลักษณะความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	สาเหตุ	ผลกระทบและมาตรการในการรองรับ
ผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋องน้ำสับปะรดเข้มข้นผลไม้อื่นบรรจุผลิตภัณฑ์	1.คาดการณ์ปริมาณและต้นทุนวัตถุดิบคลาดเคลื่อน	High	สภาวะอากาศที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อแผนเก็บเกี่ยว	วางแผนการผลิตคลาดเคลื่อน ไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิต <u>มาตรการ</u> - จัดทำระบบทีมเกษตรกร ซึ่งจะมีการคัดเลือกและจัดกลุ่มเกษตรกร เพื่อให้การดูแลและช่วยเหลือในด้านต่างๆให้ใกล้ชิดมากขึ้น โดยจะหารือกับสมาคมผู้ผลิตสับปะรดกระป๋อง จัดทำทีมเกษตรกรแนวทางเดียวกัน เพื่อรวมตัวแบบกลุ่มเกษตรกรของพืชเศรษฐกิจอื่น เช่น อ้อย หรือมันสำประหลัง เป็นต้น - ใช้เทคโนโลยีสื่อสารเพื่อการพยากรณ์ติดตามได้แม่นยำขึ้น
	2. การขาดแคลนแรงงาน	High	1. คนไทยในพื้นที่ มีการศึกษามากขึ้น ทำให้สามารถเลือกงานได้หลากหลาย หรือส่วนใหญ่เลือกศึกษาต่อ 2. มีธุรกิจเพิ่มมากขึ้น เช่น โรงแรม ร้านอาหาร โลตัส โฮมโปร ทำให้อัตราการแข่งขันด้านแรงงานเพิ่มขึ้น	ความสามารถในการผลิตได้น้อย ต้นทุนสูง <u>มาตรการ</u> - ใช้ระบบ Mechanization ช่วยในกระบวนการผลิตแทนแรงงานคน - ปรับแผนการใช้แรงงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
น้ำแร่บรรจุขวด	1. ปริมาณน้ำไม่เพียงพอในการผลิต ช่วงมีนาคม-กรกฎาคม (หน้าแล้ง)		สภาวะอากาศที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อแผนเก็บเกี่ยว	ผลิตไม่ได้ตามแผนที่วางไว้ เสียโอกาสในการขาย <u>มาตรการ</u> เพิ่มแหล่งน้ำสำรองในบริเวณใกล้เคียง

6. ความเสี่ยงด้านกฎหมาย (C)

	ลักษณะความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	สาเหตุ	ผลกระทบและมาตรการในการรองรับ
ผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋องน้ำสับปะรดเข้มข้นผลไม้อื่นบรรจุผลิตภัณฑ์	การละเมิดลิขสิทธิ์และสิทธิทางปัญญา	High	พนักงานนำ software ที่ไม่ถูกต้องมาใช้ในองค์กร	บริษัทผิดกฎหมาย ถูกตัดสิทธิ์ทางการค้า มาตรการ มีระบบป้องกันและการตรวจสอบการนำ software ที่ไม่ถูกต้องมาใช้ในองค์กร

4.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

สินทรัพย์ของบริษัท และบริษัทย่อย

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)				ภาระผูกพัน
	ส.น.ญ	ประจวบคีรีขันธ์	พระนครศรีอยุธยา	เชียงใหม่	
1.ที่ดิน	19.90	87.72 61.54*	41.29	84.50	*** ติดจำนอง***
2.ค่าพัฒนาที่ดิน	-	25.95	2.91	-	
3.อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	0.92	202.82*	366.92	56.58	*** ติดจำนอง***
4.เครื่องใช้สำนักงาน	12.15	2.05	8.62	0.82	-
5.ยานพาหนะ	0.75	1.34	1.62	-	-
6.เครื่องจักรและส่วนประกอบ	-	322.00	1,027.36	206.75	-
7.เครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์	1.93	39.07	47.10	7.35	-
8.ทรัพย์สินไม่มีตัวตน	37.71	0.39	1.16	0.06	-
9.งานระหว่างก่อสร้าง	0.47	1.44	73.19	0.40	-
10.เครื่องจักรระหว่างนำเข้า	-	-	-	-	-
11.สำรองทรัพย์สินเสื่อมสภาพ	-	(22.45)	(211.85)	(30.27)	-
รวม	73.83	718.11	1,358.08	326.19	
รวมทุก Location				2,476.21	

ติดจำนองมูลค่ารวม 500 ล้านบาท กับสถาบันการเงิน

หมายเหตุ

1. อาคารสำนักงานที่สำนักงานใหญ่ เป็นการเช่าพื้นที่ ชั้น 24,27-29 ของบริษัท ถนอมวงศ์บริการ โดยมีค่าเช่าและค่าบริการ 15.24 ล้านบาท ต่อปี

รูปแบบเครื่องหมายการค้า	*ชื่อเจ้าของ*	*ประเภทสินค้า/บริการ*	*เลขทะเบียน/ประเทศที่จดทะเบียน*	*ระยะเวลาคุ้มครอง*
ลลรา	บ ม จ . ทิ ป โ ก้ ฟูดส์	เครื่องดื่มน้ำแร่ธรรมชาติ น้ำเปล่า น้ำสมุนไพรที่ไม่ใช้ในทางการแพทย์ เครื่องดื่มธัญญาหาร น้ำนมถั่วเหลือง เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มน้ำผลไม้ผสมวิตามินที่ไม่ใช้ในทางการแพทย์	ค.281009 / ประเทศไทย	10 ปี
TIPCO	บ ม จ . ทิ ป โ ก้ ฟูดส์	เครื่องดื่มน้ำผลไม้ น้ำผัก น้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม น้ำผลไม้รวม เครื่องดื่มธัญญาหาร น้ำนมถั่วเหลือง น้ำข้าวโพด น้ำลูกเดือย น้ำสมุนไพรที่ใช้ในทางการแพทย์ เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มผสมวิตามิน น้ำแร่ น้ำดื่ม ชาเขียวพร้อมดื่ม ชาเขียวพร้อมดื่มผสมน้ำผลไม้ กาแฟ ชา	ค.272041 / ประเทศไทย ค.272789/ประเทศไทย	10 ปี 10 ปี

นโยบายการลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจต่าง ๆ คือ ธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำผลไม้และเครื่องดื่มบรรจุพร้อมดื่ม มูลค่ารวม 407.26 ล้านบาท ธุรกิจค้าปลีก มูลค่ารวม 17.67 ล้านบาท ธุรกิจผลิตสารสกัดจากสมุนไพร จำนวน 141.09 ล้านบาท และธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางมะตอย 1,431.93 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 36.9 ของสินทรัพย์รวม

เงินลงทุนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางมะตอย บริษัทมีวัตถุประสงค์ในการถือเป็นเงินลงทุนระยะยาว โดยที่อาจมีการขายในช่วงสั้นบ้างเมื่อได้กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุน อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายการถือเงินลงทุนดังกล่าว ในอัตราร้อยละ 20-25

5.ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี –

6.ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

1.ข้อมูลทั่วไป

1.1 ข้อมูลบริษัท

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

ประกอบธุรกิจหลัก ประเภทผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรดและผลไม้รวม

ปัจจุบันมีทุนชำระแล้ว 482.58 ล้านบาท

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

เลขทะเบียนบริษัท	บมจ.38	Home Pagewww.tipco.net
โทรศัพท์	0-2273-6200	โทรสาร 0-2271-4304, 0-2271-1600

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงานเลขที่ 212 หมู่ 16 ตำบลอ่าวน้อย อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงานเลขที่ 205/1 หมู่ 2 ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ 50180

1.2บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท ทิปโก้แอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน)

ประกอบธุรกิจ ผลิตยางมะตอยและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 24.21 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 1,534.27 ล้านบาท

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด

ประกอบธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มพร้อมดื่ม ปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้น ในอัตราร้อยละ 50 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 600 ล้านบาท

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงานเลขที่ 212 หมู่16 ตำบลอ่าวน้อย อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงานเลขที่ 90/1 หมู่7 ตำบลสนับทึบ อำเภอวังน้อย จังหวัด พระนครศรีอยุธยา 13170

บริษัททิปโก้ ไบโอเท็ค จำกัด

ประกอบธุรกิจ ผลิตสารสกัดจากสมุนไพรและการเกษตรปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 36.8 ล้านบาท

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงานเลขที่ 504 ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210

บริษัททิปโก้ รีเทล จำกัด

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

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท 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 ดิสทิบิวชั่น จำกัด ในอัตราร้อยละ 100)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท 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 อาคารโมเดอนทาวน์ชั้น 9-10 ซอยเอกมัย 3 คลองตันกรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ 0-2382-0414

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย : นายธวัชชัยจรณะกรัณย์

สำนักงานทนายความซ.ชนะสงคราม

เลขที่ 52 / 3 ถนนพระสุเมรุกรุงเทพฯโทรศัพท์ 0-2282-2955

2.ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี –