

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

พันธกิจ: นำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม

ความหมายของสุขภาวะที่ดี คือการมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีซึ่งต้องได้มาจากการดำเนินชีวิตโดยรวม มิใช่จากการเน้นทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งต้องใช้ทั้งวินัย และเวลาไม่มีทางลัด ดังนั้น ทิปโก้ จึงไม่ใช่บริษัทที่มุ่งขายผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวแต่เราเป็นบริษัทที่เกิดมาเพื่อเรียนรู้เข้าใจการใช้ชีวิตของผู้คนและคิดค้นเพื่อนำเสนอรูปแบบการใช้ชีวิตที่นำมาซึ่งสุขภาวะที่ดีโดยใช้ผลิตภัณฑ์และบริการเป็นตัวตอบโต้ของการนำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม

วิสัยทัศน์ : เป็นบริษัทที่ขับเคลื่อนชั้นนำตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้มีส่วนร่วมทางธุรกิจ

(ผู้มีส่วนร่วมทางธุรกิจ คือ พนักงาน ผู้บริโภค คู่ค้าทางธุรกิจ ผู้ร่วมทุนสังคม)

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 พร้อมกันในครั้งเดียวและในวันที่ 5 กรกฎาคม 2550 **ทิปโก้** ได้ประกาศอีกก้าวหนึ่งของความสำเร็จ ด้วยการได้รับการรับรอง “Single Food Audit Pack” โดยเป็นบริษัทอาหารแห่งแรกในประเทศไทย ที่ผ่านการตรวจสอบในทุกกระบวนการพร้อมกันครั้งเดียว 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 สำหรับการปลูกว่านทางจรเข้อีกด้วย ในปี 2554 โรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องได้รับใบรับรองมาตรฐาน มรท.8001-2553ระดับสมบูรณ์ขั้นริเริ่ม ในปี 2557 **ทิปโก้** ได้รับรางวัล “สุดยอดแบรนด์ที่แข็งแกร่งและทรงพลังที่สุดในประเทศไทย ปี 2557” สาขากลุ่มสินค้า น้ำผลไม้ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นอกจากนี้ ในปี 2558 โรงงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังได้รับรางวัล สถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานเป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน จากอธิบดีกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัยในการทำงาน ระดับประเทศ จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน เข้าร่วมดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE โครงการรณรงค์ป้องกัน แก้ไขปัญหายาเสพติด และนำเสนอผลการดำเนินงานชมรมในจังหวัด ได้รับรางวัลรองชนะเลิศและได้รับสิทธิเข้าร่วมการแข่งขันระดับภาค

ทิปโก้ ได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในกลุ่ม CSR-DIW Continuous Award ประจำปี 2558 ได้รับรางวัล CSR-DIW Continuous Award ปี 2558 ได้รับต่อเนื่อง ในฐานะผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม **ทิปโก้** ได้รับการประเมินผลการกำกับดูแลกิจการของบริษัท ประจำปี 2558 โดยบริษัทภิบาลแห่งชาติ มีคะแนนรวม 81% อยู่ในระดับ“ดีมาก”

นอกจากนี้ ในปี 2558 ที่ผ่านมา **ทิปโก้** ยังได้รับรางวัลผลสำรวจแบรนด์ยอดเยี่ยมอันดับ 1 ของน้ำผลไม้แท้ 100% จากทางนิตยสาร Marketeer ซึ่งเป็นผู้นำนิตยสารทางการตลาดอันดับ 1 ร่วมกับ Video Research International ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยทางการตลาดอันดับ 1 อีกด้วย และได้รับรางวัล Prime Minister's Export Award 2558 ประเภท Best Thai Brand จาก สถาบันส่งเสริมการออกแบบและนวัตกรรมเพื่อการค้ากรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ทิปโก้ ยังมีระบบการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ มีการดำเนินการป้องกันความเสี่ยงและจัดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นขั้นตอน ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา **ทิปโก้** ได้เน้นในเรื่องการปรับปรุงกระบวนการจัดการภายในตั้งแต่ประมาณการความต้องการสินค้าของลูกค้าจนถึง การส่งมอบสินค้า (Demand & Supply Management) อีกด้วย **ทิปโก้** มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

ออกสู่ตลาด โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ควบคุมการผลิตให้มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งขายในราคาที่เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดของผู้บริโภค

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

ในส่วนของการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตนั้น ทางโรงงานได้ดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักรและลดต้นทุนการผลิตโดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมาปรับปรุง รวมถึงการติดตั้งเครื่องจักรใหม่เพื่อให้สามารถรองรับการขยายการเติบโตที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตด้วย

ความสำเร็จของ **ทิปโก้** เกิดขึ้นจากความตั้งใจของพนักงานและทีมบริหารที่พร้อมจะนำสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อเสนอให้กับลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าคือความภาคภูมิใจของเรา นอกจากนี้บริษัทยังมีการพัฒนาการที่ไม่หยุดยั้งในการสร้างสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด มีทีมงานที่มีประสิทธิภาพ และยังมีโปรแกรมการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้ตั้งปณิธานกับตนเองว่าจะนำความปรารถนาของลูกค้าเป็นที่ตั้งและจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้วิถีชีวิตของผู้บริโภคดีขึ้น และจะนำเสนอสินค้าและวิธีการใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคในปีต่อไป

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปีพ.ศ. 2532 บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นโดยการจดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีการกระจายหุ้นสู่ประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ยังคงกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นกลุ่มบุคคลเดิม โดยมีสัดส่วนการถือครองหุ้นลดลง

ปีพ.ศ. 2536 บริษัทฯ ได้ขยายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด โดยได้ขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ซึ่งผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ของบริษัท ได้รับการตอบรับอย่างดีจากตลาดผู้บริโภคภายในประเทศ ต่อมาบริษัทฯ ได้ทุ่มเทให้กับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และมีนโยบายเพิ่มผลิตภัณฑ์อย่างน้อยปีละหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ในปี 2550 ได้มีการจับมือเป็นพันธมิตร กับ บริษัท ชันโทรี ประเทศญี่ปุ่น มีเป้าหมายร่วมกันกับบริษัท ชันโทรี ในการขยายตลาดทั้งผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญและผลิตภัณฑ์เด่นจากบริษัท ชันโทรี ไปยังตลาดในประเทศและตลาดอาเซียน โดยใช้โรงงานเครื่องดื่มที่ทันสมัยที่อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งผลิตในสายธุรกิจเครื่องดื่ม ทิปโก้ยังคงสร้างความเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ด้วยกลยุทธ์สำคัญที่เน้นให้ความสำคัญด้านคุณภาพสินค้าและการแนะนำสินค้าใหม่ จากผลงานการพัฒนาสินค้าโดยทีมงานมืออาชีพ และการลงทุนพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งได้สร้างความเข้มแข็งให้กับตราสินค้าทิปโก้ให้ได้รับความเชื่อถือและเป็นที่ไว้วางใจของผู้บริโภคเสมอมา

ปีพ.ศ. 2547 บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจใหม่เข้าสู่ธุรกิจค้าปลีก น้ำผลไม้ปั่นสด โดยใช้ตราผลิตภัณฑ์ Squeeze Juice Bar โดยเริ่มต้นเพียง 10 สาขา จนถึงปีพ.ศ. 2550 ได้จัดตั้งบริษัท ทิปโก้รีเทล จำกัด เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจนี้ ปัจจุบันมีร้าน Tipco Squeeze Juice Bar ทั้งสิ้น 53 สาขา โดยบริษัทเป็นเจ้าของ 45 สาขาและเป็น Franchise 8 สาขา บริษัทได้มีการปรับยุทธศาสตร์ เรื่องของการปรับเมนูและรูปแบบ ของสาขาเก่าที่สร้างทั้งยอดขายและกำไรอย่างต่อเนื่อง และวางแผนงานธุรกิจระยะยาวในการขยายสาขาใหม่ๆ โดยในการขยายสาขาใหม่จะปรับขนาดและเมนูของร้านให้เหมาะสมกับสาขาในแต่ละช่องทาง

ปีพ.ศ. 2550 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัท ทิปโก้ไบโอเทค จำกัด ซึ่งมีสินทรัพย์ที่สำคัญคือ พื้นที่เพาะปลูกห้องปฏิบัติการชีววิทยา Tissue Culture Lab สำหรับคัดเลือกและขยายสายพันธุ์พืช และโรงงานสกัดสารจากพืช

ปีพ.ศ. 2552 บริษัทฯ ได้เปิดตัวสับปะรดพันธุ์ทิปโก้หอมสุวรรณ ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี โดยสับปะรดพันธุ์นี้มีลักษณะเด่นคือ กลิ่นหอม เนื้อมีสีเหลืองทองทั้งลูก เนื้อแน่น ไม่ฉ่ำน้ำ ตาสับปะรดต้นมีความสุกทั่วกันทั้งลูก ปริมาณวิตามินซีสูงกว่าสับปะรดศรีราชาถึง 4 เท่า และยังมีโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพรด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ซึ่งมีประสิทธิภาพและระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยทางบริษัทมีบริการครบวงจรแก่ลูกค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบการอบแห้งบดผงและผลิตเป็นสารสกัด อีกทั้งยังมีบริการพัฒนากระบวนการสกัดร่วมกับลูกค้าเริ่มตั้งแต่ระดับทดลองในห้องปฏิบัติการตลอดจนผลิตจริงในระดับอุตสาหกรรม

ปีพ.ศ. 2556 บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นและให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการพัฒนาศักยภาพของ บริษัท ทิปโก้ไบโอเทค จำกัด โดยพัฒนาระบบคุณภาพการผลิตและการขยายการทำกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพรนี้ ประกอบไปด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ซึ่งมีประสิทธิภาพและระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยทางบริษัทมีบริการครบวงจรแก่ลูกค้าซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ Good Manufacturing Practice (GMP) จากสถาบันอาหาร(National Food Institute)

ปีพ.ศ. 2557 บริษัทฯ ได้ทำการติดตั้งเครื่องจักรเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตน้ำแร่ตราออรา แล้วเสร็จในเดือนเมษายน จึงทำให้ปัจจุบัน บริษัทสามารถเพิ่มกำลังการผลิตขึ้นเป็น 2 เท่า เพื่อเร่งการผลิตให้ตอบสนองความต้องการของตลาด ที่มีอัตราการเติบโตในระดับที่สูง

ปีพ.ศ. 2558 บริษัทฯ ได้พัฒนาและแนะนำสินค้าที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยในรอบปีที่ผ่านมาได้ทำงานร่วมกับลูกค้าในการพัฒนาสินค้าใหม่หลายรายการ โดยใช้จุดแข็งของบริษัทฯ ที่มีสายการผลิตผลิตภัณฑ์สับปะรดและมะพร้าวอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ทั้งสองทำให้ได้ผลิตภัณฑ์

สับปะรดในน้ำกะทิบรรจุในถ้วยพลาสติก ซึ่งได้เริ่มแนะนำสินค้าดังกล่าวเข้าสู่ตลาดอเมริกาและมีผลตอบรับเป็นที่น่าพอใจอย่างยิ่ง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้พัฒนาและแนะนำ น้ำมะพร้าวผสมรสช็อกโกแลตบรรจุกระป๋อง และ เมล็ดเชียวในน้ำกะทิในรสต่างๆ บรรจุในถ้วยพลาสติก อาทิ รสกล้วย รสช็อกโกแลต รสเชอร์รี่ ผสมอัลมอนด์ และรสวานิลลาผสมซินนามอน (อบเชย) เข้าสู่ตลาดอเมริกาและแคนาดาในปีที่ผ่านมาอีกด้วย โดยในปี 2559 มีการคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เหล่านี้จะเติบโตและขยายออกสู่ตลาดอื่นๆ ต่อไป

การรับรองคุณภาพของสินค้ามาตรฐานสากลต่างๆ โดยมีลำดับดังต่อไปนี้

- 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 เอสจีเอสได้ใช้ทิปโก้เป็นต้นแบบของการตรวจประเมินแบบ Integrate Audit สำหรับทั่วโลกในปีเดียวกันบริษัท ได้รับการรับรองระบบ GMA-SAFE AUDIT ของประเทศสหรัฐอเมริกาในเรื่อง Food Safety โดย Food Audit International (FAI)

- ปีพ.ศ. 2550/2551 ได้รับการรับรองสินค้าว่านหางจระเข้บดออกานิกปลอดเชื้อ ตั้งแต่การปลูกในไร่นจนถึงการผลิตในโรงงาน โดยกรมวิชาการเกษตร
- ปีพ.ศ. 2551/2552 ได้รับการรับรอง IFOAM Organic Standards สินค้าว่านหางจระเข้บดออกานิกปลอดเชื้อตั้งแต่การปลูกในไร่นจนถึงการผลิตในโรงงาน 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 ระดับสมบูรณ์ขั้นริเริ่มและรางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ และสวัสดิการแรงงาน
- ปีพ.ศ. 2555 โรงงานประจวบได้มีการเพิ่มขอบเขตของการรับรองสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าว (Coconut water) ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP / BRC / IFS และ ผลิตภัณฑ์ผลไม้ในถ้วยพลาสติก (Fruit in Plastic Cup) ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP/HACCP/IFS ผลิตภัณฑ์สับปะรดสามารถผ่านมาตรฐานโรงงานของ TESCO และ YUM ผลิตภัณฑ์สับปะรดผลไม้รวม น้ำสับปะรดเข้มข้น และผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้ สามารถแสดงเครื่องหมาย STAR K ของ Kosher ได้แล้วนอกเหนือจากการที่ได้รับการรับรองกระบวนการผลิตในเดือนมิถุนายนได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพสินค้าอาหารสำหรับธุรกิจค้าปลีก ประเทศอังกฤษ (British Retail Consortium, BRC) และ โรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพร ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ Good Manufacturing Practice (GMP) จากสถาบันอาหาร (National Food Institute)
- ปีพ.ศ. 2556
- ปีพ.ศ. 2557 ผ่านการรับรองเรื่อง IFS ในส่วนของผลิตภัณฑ์ Canned Coconut Milk Aseptic and Frozen pineapple single strength juice และ รวมทั้งได้ Kosher เพิ่มของผลิตภัณฑ์ coconut water with pomegranate juice และ coconut water with mango flavor
- ผ่านการรับรองสถานภาพผู้นำของเข้า ผู้ส่งของออกระดับมาตรฐานเออีโอ (AEO: Authorized Economic Operator)
- ปีพ.ศ. 2558 โรงงานวังน้อย ผ่านการรับรองมาตรฐานป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบการ (มยศ.) ประจำปี 2558 ยังได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่น

ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระดับดีเด่น
ของ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และได้รับใบประกาศเกียรติคุณจากโครงการสถาน
ประกอบการปลอดภัยเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรม
ราชกุมารี

การเปลี่ยนแปลงในปีที่ผ่านมา

ในปี 2558 ธุรกิจผลไม้แปรรูป ยังคงเผชิญกับสภาวะราคาสับปะรดอันเป็นวัตถุดิบหลักได้ปรับตัว
สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยปริมาณสับปะรดที่ผลิตออก
สู่ตลาดลดลงจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 7 เป็นเหตุให้ในเดือนพฤศจิกายน 2558 ราคาสับปะรดหน้าโรงงานได้
ปรับตัวสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์ที่กิโลกรัมละ 13 บาท เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2557 ที่ราคาอยู่ที่กิโลกรัมละ 8-9
บาท ส่งผลให้บริษัทฯ ต้องแบกรับภาระต้นทุนที่สูงขึ้น การปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของราคาสับปะรดนี้
จะส่งผลเสียในระยะยาวเนื่องจากอาจเป็นสาเหตุให้ตลาดหันไปหาสินค้าจากแหล่งผลิตในประเทศอื่น หรือ
อาจหาสินค้าอื่นมาทดแทน โดยเฉพาะในภาวะที่เศรษฐกิจโลกที่ยังคงถดถอยอย่างต่อเนื่องส่งผลให้กำลังซื้อ
ในตลาดโลกชะลอตัวลง อีกทั้งปัญหาความผันผวนที่รุนแรงของราคาวัตถุดิบนี้เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทย
เท่านั้น

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของไทยที่ถดถอยลงอย่างต่อเนื่อง และ
เห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องพลิกฟื้นสถานการณ์และสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมสับปะรด
ของไทย โดยบริษัทฯ ได้ริเริ่มการทำโครงการเกษตรแบบพันธสัญญา (Contract Farming) ในรูปแบบใหม่
โดยมีการให้หลักประกันอยู่ 3 รูปแบบด้วยกัน คือ การประกันรายได้ขั้นต่ำต่อไร่, การประกันราคาขั้นต่ำ
และการประกันการรับซื้อ ซึ่งจะเป็นแนวทางช่วยบรรเทาผลจากความผันผวนของตลาดได้ โดยในปัจจุบันมี
ชาวไร่เข้าร่วมโครงการแล้วกว่า 800 ราย

สำหรับ ธุรกิจสารสกัด ได้แสดงศักยภาพในการทำธุรกิจอย่างต่อเนื่องโดยมีกำไรสุทธิเป็นปีที่สอง
ติดต่อกันนับแต่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจสารสกัดจากพืช ทางบริษัทฯ ก็ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องในการนำ
เทคโนโลยีใหม่มาปรับปรุงและสร้างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสารสกัดจากพืช

ในส่วนธุรกิจการเกษตร ต้องเผชิญกับปัญหาด้านสภาพอากาศ และภาวะแห้งแล้งอย่างหนักในฤดูแล้ง
ส่งผลให้ผลผลิตสับปะรดพันธุ์หอมสุวรรณผลิตได้น้อยกว่าเป้าที่วางไว้ อย่างไรก็ตาม ในปี 2558 ที่ผ่านมา
บริษัทฯ ได้พยายามขยายช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีการนำสินค้าไปจำหน่ายยังอาคารสำนักงานต่างๆ ใน
กรุงเทพฯ ซึ่งได้ผลตอบรับที่ดีมาจากตลาด เนื่องจากสับปะรดหอมสุวรรณเป็นสับปะรดที่มีเอกลักษณ์
เฉพาะตัว อาทิเช่น มีกลิ่นหอม วิตามินซีสูง และตาสับปะรดตื้นกว่าสับปะรดในท้องตลาดทั่วไป นอกจากนี้

การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายแล้ว ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับประทานแก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยจำหน่ายสับปะรดหอมสุวรรณตัดแต่งบรรจุในถ้วยพลาสติกสวยงาม

ธุรกิจคอนซูเมอร์ ในปี 2558 ภาพรวมตลาดน้ำผลไม้มีการเติบโตลดลง เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ค่อนข้างชะลอตัว อย่างไรก็ตาม สัดส่วนของตลาดน้ำผลไม้ยังอยู่ในกลุ่มน้ำผลไม้ 100% เป็นหลักโดยที่บริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดของน้ำผลไม้ถึง 52% ซึ่งถือเป็นผู้นำตลาดด้านน้ำผลไม้โดยที่ทางบริษัทฯ ได้รับรางวัลผลสำรวจเป็นแบรนด์ยอดนิยมอันดับ 1 ของน้ำผลไม้ 100% จากทางนิตยสาร Marketeer ซึ่งเป็นผู้นำนิตยสาร ทางการตลาดอันดับ 1 ร่วมกับ Video Research International ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยทางการตลาดอันดับ 1

ในยุคที่ผู้คนหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้เทรนด์การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพได้รับความนิยมมากขึ้นไปด้วย และในยุคปัจจุบันเทรนด์การดูแลสุขภาพจากภายในสู่ภายนอกเริ่มได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่มที่ถือเป็นอีกหนึ่งสินค้าที่สาวไทยพิถีพิถันในการเลือกดื่มมากขึ้น เพื่อเป็นการตอบรับเทรนด์ใหม่ๆ ของการดูแลสุขภาพจากภายในสู่ภายนอกนี้ บริษัทฯ ในฐานะผู้นำตลาดจึงได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่าง “ 100% Double Tomato ” น้ำมะเขือเทศ 100% จากมะเขือเทศ 2 สายพันธุ์ สีแดงและสีทอง ซึ่งเป็นแบรนด์เดียวในตลาดที่ได้ผสานคุณค่าของมะเขือเทศ 2 สายพันธุ์ เพราะส่วนใหญ่เป็นน้ำมะเขือเทศสายพันธุ์สีแดงเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นแนวคิดสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดดเด่นเหนือผลิตภัณฑ์ทั่วไป และ “100% Tomato & Camu Camu ” น้ำมะเขือเทศผสมน้ำ คามู คามู 100% คามู คามู เป็นผลไม้ที่มีวิตามิน C สูงกว่าส้มถึง 60 เท่า มีไลโคปีนสูง ช่วยบำรุงผิวพรรณ วิตามินซีสูง ช่วยผิวขาว กระชับใส คอลลาเจนสูง ช่วยผิวยืดหยุ่น ลดริ้วรอยเพื่อตอบสนองความต้องการของคนรักสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพได้เป็นอย่างดี พร้อมเน้นสื่อการตลาดแบบออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่และขยายฐานลูกค้าในกลุ่มน้ำผักผสมน้ำผลไม้ได้เป็นอย่างดี

ในกลุ่มน้ำผลไม้ 100% สำหรับเด็กตราซูเปอร์คิด เนื่องจากเทรนด์การดูแลสุขภาพขยายโตไปสู่ตลาดเด็กมากขึ้น รวมทั้งสูตรการผลิตที่เพิ่มวัตถุดิบพิเศษที่ได้รับสิทธิโดยเฉพาะสำหรับที่ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันของเด็กให้มากขึ้น ทำให้สินค้าเติบโตขึ้น โดยมีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดใหม่ และสื่อสารการตลาดแบบเต็มรูปแบบโดยยังคงใช้ license ยอดนิยมอย่าง มิกกี้เมาส์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และในปีนี้ได้เพิ่มรสชาติใหม่ “สตอร์เบอร์รี่” ที่เป็นผลไม้ขั้วเล็ก ออกสู่ตลาด เพื่อเป็นทางเลือกใหม่อีกด้วย

ในด้านของน้ำแร่ออราฉลองครบรอบ 20 ปี ในฐานะแบรนด์น้ำแร่ที่อยู่คู่คนไทยมายาวนานที่สุด และได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคไทยเป็นอันดับ 1 ความเคลื่อนไหวในปีที่ผ่านมา สรุปได้ดังนี้

1. หลังจากในปี 2557 บริษัทฯ ได้ลงทุนเครื่องจักรใหม่ มูลค่า 200 ล้านบาท ขยายกำลังการผลิตสูงถึง 130 ล้านขวดต่อปี เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ล่าสุด จากข้อมูลปี 2558 น้ำแร่ออรา มีส่วนแบ่งการตลาด 26% และเติบโตสูงกว่าแบรนด์อื่นๆ เพราะมีอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายถึง 46%
2. ภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ ชูจุดขายด้านความแตกต่างของแหล่งที่มา จากแหล่งน้ำพุเย็นบนเทือกเขาสูง 2,700 ฟุต พร้อมกับ ดีไซน์ขวดใหม่ที่เพิ่มความทันสมัย พร้อมเปิดตัวขนาดกะทัดรัดใหม่ 330 มล. เน้นเจาะตลาด กลุ่มผู้หญิงรักสุขภาพ และใส่ใจดูแลผิวพรรณด้วยผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ

ธุรกิจค้าปลีก ได้รับผลกระทบทั้งจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง ปัญหาหนี้สินภาคครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง และการเข้ามาของคู่แข่งหน้าใหม่ในตลาด ส่งผลให้ในปี 2558 ที่ผ่านมา ทางบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริหารงานเพื่อรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้น อาทิเช่น กลยุทธ์วิธีการขยายสาขาโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น การออกแคมเปญใหม่ที่เรียกว่า “Smoothie of the month” ซึ่งเป็นการนำเสนอสินค้ารสชาติใหม่ในทุกๆ เดือน และการส่งเสริมการขายผ่านบัตรสมาชิก

โดยในปี 2559 นี้ทางบริษัทฯ จะยังคงให้ความสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์การบริหารงานด้านการขยายสาขาโดยบริษัทฯ จะเน้นการขยายสาขาไปสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม การออกสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมถึงการพัฒนาและปรับปรุงแนวคิด “King of smoothie” ให้กลับมาแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

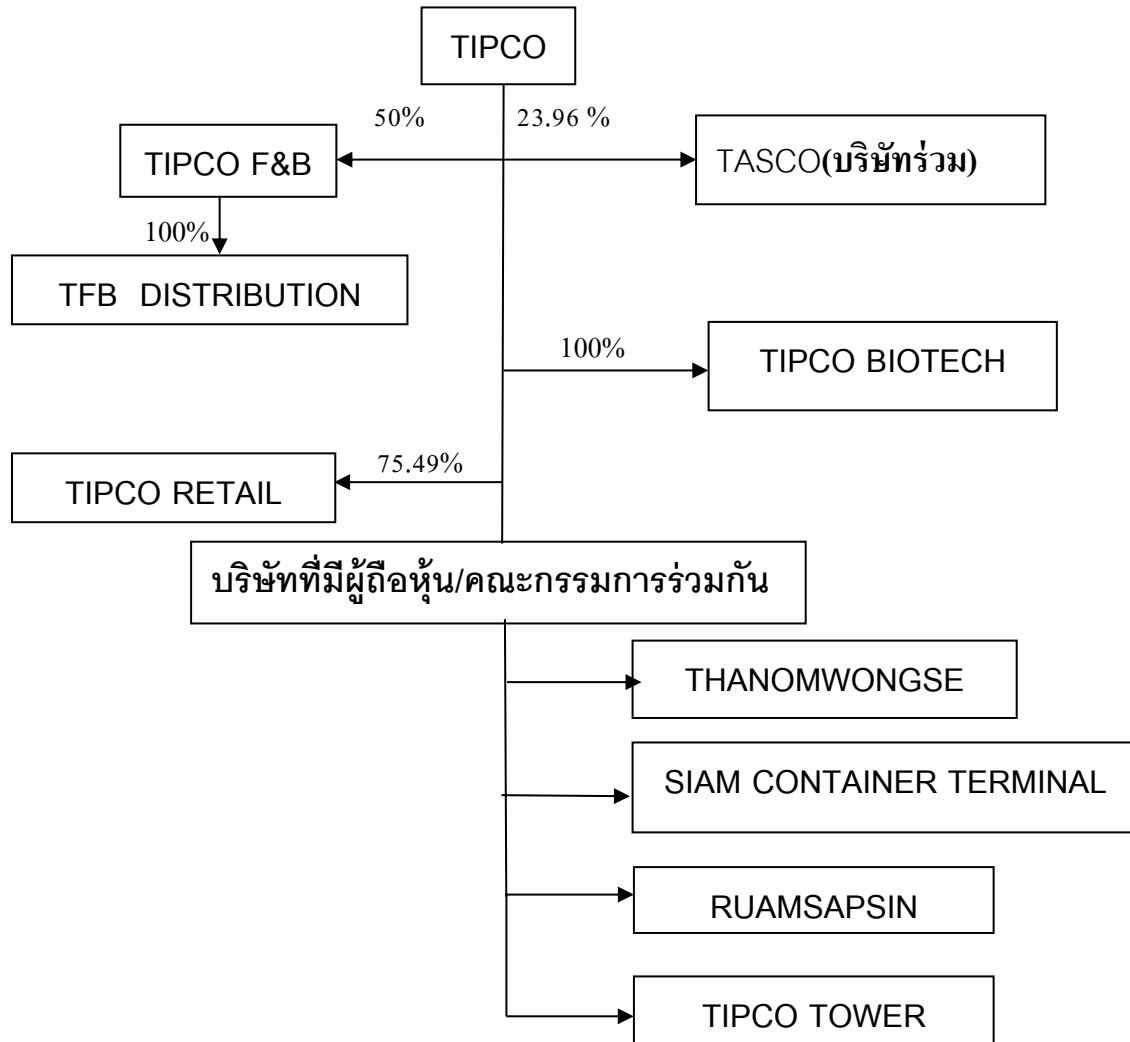
1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทฯ ในกลุ่ม

ทีมผู้บริหารของบริษัท จะรับผิดชอบดูแลการดำเนินงานในบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด บริษัท ทิปโก้ ไปโอเท็ด จำกัด และบริษัท ทีเอฟบี ดิสทริบิวชั่น จำกัด (เรียกรวมเป็น กลุ่มธุรกิจอาหาร ทิปโก้) โดยที่บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องอื่น มีทีมบริหารแยกต่างหากจากกัน

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยบริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน

แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์



ข้อมูลของบริษัทย่อยบริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

1. บริษัท ทีปโก้แอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน) (TASCO)

ประเภทกิจการ : โรงงานผลิตและจำหน่าย ขางแอสฟัลท์ ขางมะตอยน้ำ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากขางมะตอย หรือมีส่วนผสมของขางมะตอยอื่นๆ และผลิตภัณฑ์ปีโตรเลียมทุกชนิด

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

ทุนจดทะเบียน : 1,579.34 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 1,543.94 ล้านบาท

หลักทรัพย์ : เป็นหลักทรัพย์รับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2534

คณะกรรมการ : นางสาวลลิตา ทวีศักดิ์

ประธานกรรมการ

นายสมจิตต์ เศรษฐิน

กรรมการผู้จัดการใหญ่

นายชัยวัฒน์ ศรีวรรณวัฒน์

กรรมการผู้จัดการ

นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
นายจำลอง หลุยส์ อีฟ มาร์แชล	กรรมการ
นายแอร์ฟเว เลอ บุก	กรรมการ
นายจำลอง มาร์เซล ปาสเตอร์	กรรมการ
นายจำลอง ลีออสท์	กรรมการ
นายชายน้อย เพื่อนโกสม	กรรมการอิสระ
นายปานเฉลิม สุทธธรรม	กรรมการอิสระ
นางแอนน์ แมรี มาร์เชท์	กรรมการอิสระ
นายโก บัน เฮ็ง	กรรมการอิสระ
นายนิพนธ์ สุทธิชัย	กรรมการอิสระ
นายณพพร เทพลีธา	กรรมการอิสระ
นายพีรศิลป์ สุขผลศิริ	กรรมการอิสระ

2. บริษัท สยามคอนเทนเนอร์เทอร์มินอล จำกัด

ประเภทกิจการ : สถานีตรวจและรับจ้างบรรจุสินค้าเข้าสู่คอนเทนเนอร์ โดยทำการขนส่งสินค้าในระบบตู้คอนเทนเนอร์ ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เพื่อนำเข้าและส่งออก

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ

ทุนจดทะเบียน : 250 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 250 ล้านบาท

คณะกรรมการ	นายประวิทย์ กันตะศิริพิทักษ์	กรรมการ
	นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นางสาวลัดกษณา ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวปิยะรัตน์ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายณรงค์ชัย อำนวยโชคศิริ	กรรมการ

3. บริษัท ธนอมวงศ์บริการ 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	นางสาวลัดกษณา ทรัพย์สาคร	ประธานกรรมการ
	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวปิยะรัตน์ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายสามารถ ฐูปจินดา	กรรมการ



4. บริษัท รวมทรัพย์สิน จำกัด

ประเภทกิจการ : เป็นผู้ซื้อ จัดหา รับ เช่า เช่าซื้อ ถิ่นกรรมสิทธิ์ 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	: นางสาวลัทธินา ททรัพย์สาร	ประธานกรรมการ
	: นางอรุณรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	: นายสิทธิลาภ ททรัพย์สาร	กรรมการ
	: นายสุรเชษฐ์ ททรัพย์สาร	กรรมการ
	: นางสาวรวมสิน ททรัพย์สาร	กรรมการ
	: นางสาวปิยะรัตน์ ททรัพย์สาร	กรรมการ

5. บริษัท ทิปโก้ ทาวเวอร์ จำกัด

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

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

ทุนจดทะเบียน : 400 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 400 ล้านบาท

คณะกรรมการ	: นางสาวลัทธินา ททรัพย์สาร	ประธานกรรมการ
	: นางอรุณรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	: นายสิทธิลาภ ททรัพย์สาร	กรรมการ
	: นายสุรเชษฐ์ ททรัพย์สาร	กรรมการ
	: นางสาวรวมสิน ททรัพย์สาร	กรรมการ
	: นางสาวปิยะรัตน์ ททรัพย์สาร	กรรมการ
	: นายสามารถ ฐปจินดา	กรรมการ

6. 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

คณะกรรมการ	: นางสาวลัทธินา ททรัพย์สาร	ประธานกรรมการ
	: นายสมจิตต์ เศรษฐิน	กรรมการ
	: นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
	: นายประสงค์ เอมมาโนชญ์	กรรมการ
	: นางสาวลัทธินา ลีละยุทธโยธิน	กรรมการ
	: นายภาโต คัทชูชาชู	กรรมการ
	: นายซอง ชิก ปาร์ค	กรรมการ
	: นายเคอิตูเกะ อินาคากิ	กรรมการ



7. 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 ชิก ปาร์ค	กรรมการ
	นายกาโต คัทซุยาซุ	กรรมการ

8. บริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค 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 : 36.8 ล้านบาท

คณะกรรมการ :	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
	นายสมจิตต์ เศรษฐิน	กรรมการ

9. 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
	นายพิรพงศ์ อาชาวพงษ์สวัสดิ์	กรรมการ
	นายกฤษฎี เศรษฐิน	กรรมการ

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่

บุคคลที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน

ส่วนได้เสียของผู้บริหารในบริษัทรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกัน บริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้องบางบริษัทเป็นลูกค้านៃบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ (จำกัด) มหาชน บางบริษัทเป็นSupplier ให้บริการขนส่งสินค้าหรือวัตถุดิบโดยที่ราคาของสินค้าที่ขายให้หรืออัตราค่าบริการที่บริษัทดังกล่าวคิดกับบริษัทจะเป็นราคาตลาดมีนโยบายราคาระหว่างกันเป็นไปตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4 และไม่มีสัญญาผูกพันระหว่างกันโดยคณะกรรมการของบริษัทมีส่วนได้เสียในฐานะกรรมการหรือเป็นผู้ถือหุ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

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

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการของบริษัทกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันที่สำคัญ มีดังนี้

บริษัทที่เกี่ยวข้อง	ประเภทและลักษณะธุรกิจ	ความสัมพันธ์กับบริษัทที่เกี่ยวข้อง	ความสัมพันธ์กับบริษัท/ ชื่อผู้ถือหุ้นและร้อยละของหุ้นที่ถือต่อหุ้น ทั้งหมดในบริษัทที่เกี่ยวข้อง
บจ.ถนนวงศ์ บริการ	จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ปิโตรเลียมรับเหมา ก่อสร้างอาคาร ถนน และซ่อมบำรุงผิว	นางสาวลัดดา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% นางสาวลัดดา ทรัพย์สาคร 15.23% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 15.23% นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 15.23% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 15.23% นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร ถือ 1 หุ้น
บมจ.ทิปโก้แอส ฟัลท์	ผลิตและจำหน่ายยาง แอสฟัลต์อิมัลชันและ จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง	นางสาวลัดดา ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสมจิตต์ เศรษฐิน กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% บมจ.ทิปโก้ฟู้ดส์ 23.96%
บจ.สยามคอนเทน เนอร์เทอร์มินอล	ทำการจัดตั้งสถานีบรรจุ และรับข้างบรรจุ สินค้าเข้าสู่คอนเทนเนอร์ และทำธุรกรรมด้าน ขนส่งและบริการด้าน Shipping	นางสาวลัดดา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% นางสาวลัดดา ทรัพย์สาคร 16.67% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 16.67% นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 16.67% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 16.67%
บจ.รวมทรัพย์สิน	ทำการจัดซื้อ จัดหา รับ เช่า เช่าซื้อถือกรรมสิทธิ์ ครอบครอง ปรับปรุง ใช้ และจัดการโดยประการ อื่นๆซึ่งทรัพย์สินใดๆ ตลอดจนดอกผลของ ทรัพย์สินนั้น	นางสาวลัดดา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% นางสาวลัดดา ทรัพย์สาคร 20.00% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 20.00% นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 20.00% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 20.00%



บจ. ทิปโก้ ทาวเวอร์	ค่าเช่า,บริการสำนักงาน รับเหมาก่อสร้างอาคาร ถนนและรับทำงานโยธา ทุกประเภท	นางสาวลัญญา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ	% นางสาวลัญญา ทรัพย์สาคร 20.00% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 20.00% นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 20.00% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 20.00%
---------------------	---	---	--

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ที่เกิดจากการขายผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้กับบุคคลภายนอก ในระยะ 3 ปี

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	% การถือ หุ้น ของ บริษัท	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
			รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
สับประดะกระป๋องและ น้ำสับประดเข้มข้น ผลไม้รวม,อื่นๆ	บมจ.ทิปโก้ฟู้ดส์		1,734.53	31.87	1,631.28	29.19	1,440.30	26.15
	บมจ.ทิปโก้ฟู้ดส์		508.30	9.34	553.11	9.90	639.58	11.61
	บจ.ทิปโก้รีเทล	75.49						
	บจ.ทิปโก้ ไบโอเทค	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

ธุรกิจผลไม้แปรรูป ดำเนินการโดย บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. สับประดะกระป๋อง (Canned Pineapple) บริษัทสามารถผลิตสับประดะบรรจุในกระป๋องขนาดต่าง ๆ ถึง 5 ขนาด คือ 8 ออนซ์ 15 ออนซ์ 20 ออนซ์ 30 ออนซ์ และ 108 ออนซ์ ชนิดต่าง ๆ เช่น สับประดะเต็มแวน (Slice) สับประดะชิ้นใหญ่ (Chunk) สับประดะลิ้ม (Tidbit) สับประดะชิ้นคละ (Pieces) สับประดะลูกเต๋า (Diced) หรือ (Cubes) สับประดะชิ้นย่อย (Crushed) ให้เป็นไปตามมาตรฐานของผู้นำเข้าและมาตรฐานสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

2. น้ำสับประดะเข้มข้น (Pineapple Juice Concentrate) บริษัทสามารถผลิตน้ำสับประดะเข้มข้นบรรจุถุงชนิดแช่แข็ง (Frozen) ชนิดปลอดเชื้อ (Aseptic) และชนิดใส่สารกันบูด (Preservative) บรรจุในถังเหล็ก ขนาด 200 ลิตร

3. สับประดะบดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อ (Aseptic Crushed) บริษัทผลิตสับประดะบดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อขนาด 23 ลิตร และ 200 ลิตร

4. สับประรดบรรจุในถ้วยพลาสติก (Pineapple in plastic cup) ขนาดบรรจุ 4 ออนซ์ และ 7 ออนซ์
5. สับประรดบรรจุในถุง retort pouch (Pineapple in retort pouch) บรรจุในถุงขนาด 1.5 กิโลกรัม และ 10 กิโลกรัม โดยสามารถบรรจุสับประรดลิ้ม (Tidbit) สับประรดชิ้นละ (Pieces) สับประรดลูกเต๋า (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 7 ออนซ์
8. วุ้นหางจระเข้กระป๋อง (Canned Aloe Vera) ชนิดลูกเต๋า (Diced) ขนาด 15 ออนซ์ และ 108 ออนซ์
9. วุ้นหางจระเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อ (Aseptic Crush) บริษัทผลิตวุ้นหางจระเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อขนาด 23 ลิตร และ 200 ลิตร
10. ผลิตภัณฑ์ กะทิ บรรจุในกระป๋องขนาด 15 ออนซ์ และ นมมะพร้าวบรรจุกระป๋อง 240 มิลลิลิตร และ 520 มิลลิลิตร

ผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจผลไม้แปรรูป ได้แก่ สับประรดกระป๋อง และน้ำสับประรดเข้มข้น โดยคิดเป็นรายได้ประมาณร้อยละ 65.5 ของยอดขายรวม ในปี 2558 นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่สำคัญ ได้แก่ สับประรดบดละเอียดและวุ้นหางจระเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อ ผลไม้รวมบรรจุกระป๋อง วุ้นหางจระเข้บรรจุกระป๋อง นมมะพร้าวบรรจุกระป๋องและกะทิข้นสดบรรจุกระป๋อง

เนื่องจากสับประรดเป็นวัตถุดิบหลักของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไร่จำนวนนับพันราย การปลูกสับประรดมีลักษณะเป็นวัฏจักร (Cycle) โดยวัฏจักรนี้ จะเป็นไปตามภาวะปริมาณและราคาของสับประรดสด โดยทั่วไปผลผลิตสับประรดสดในประเทศไทยนั้นจะขึ้นอยู่กับภาระปลูกสับประรดของเกษตรกรรายย่อย ช่วงใดที่ผลสับประรดสดมีราคาดี เกษตรกรจะทำการปลูกสับประรดกันมาก จนกระทั่งมีปริมาณสูงเกินความต้องการของตลาด ราคาผลสับประรดสดก็จะตกต่ำส่งผลให้เกษตรกรทยอยเลิกทำการเพาะปลูกสับประรดหันไปปลูกพืชอื่นที่มีราคาดีกว่าแทน ทำให้ปริมาณผลสับประรดที่ผลิตได้มีจำนวนลดน้อยลงจนกระทั่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด จากนั้นผลสับประรด ก็จะมีราคาสูงขึ้นจนทำให้เกษตรกรเริ่มทำการเพาะปลูกสับประรดใหม่อีกครั้ง โดยที่สับประรด 1 ไร่ สามารถเก็บเกี่ยวได้ติดต่อกันเป็นระยะเวลาประมาณ 2-3 ปี นอกจากนี้การให้ผลสับประรดสดยังมีลักษณะเป็นฤดูกาล โดยปีหนึ่งๆ สับประรดจะออกผลมากใน 2 ช่วงด้วยกันคือ มีนาคม – พฤษภาคม และ ตุลาคม – ธันวาคม (High Season)

ส่วนผลไม้รวม บริษัทฯ มีการส่งเสริมปลูกมะละกอ ฝรั่ง และวุ้นหางจระเข้ เพื่อประกันว่าบริษัทฯ จะมีวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการและได้คุณภาพตามที่บริษัทกำหนด มะละกอเป็นพืชที่มีอายุสั้น โดยอายุจากปลูกถึงเริ่มเก็บเกี่ยว 8 เดือนและสามารถเก็บเกี่ยวได้อีกไม่เกิน 2 ปี จากนั้นต้องเริ่มปลูกรุ่นใหม่ สำหรับฝรั่งเป็นพืชอายุยาว โดยอายุจากปลูกถึงเริ่มเก็บเกี่ยว 8 เดือนและสามารถเก็บเกี่ยวต่อไปได้อีก 5-6 ปี มะละกอและฝรั่งจะมีผลผลิตออกในปริมาณมากในช่วงเดือนตุลาคม – เมษายน หลังจากนั้นจะมีปริมาณ

ลดลง สำหรับว่านหางจระเข้ ปัจจุบันบริษัทมีชาวไร่ที่ป้อนวัตถุดิบให้บริษัท ถึง 200 ราย ซึ่งมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการผลิตของบริษัท ว่านหางจระเข้จะมีระยะเวลาการปลูกก่อนเก็บเกี่ยวครั้งแรก เช่นเดียวกับมะละกอและฝรั่ง นั่นคือประมาณ 8 เดือน อย่างไรก็ตามหลังจากให้ผลผลิตแล้ว ชาวไร่สามารถเก็บเกี่ยวได้ทุกเดือน ติดต่อกันถึง 2 ปี หากมีการดูแลรักษาที่ดี โดยที่ว่านหางจระเข้จะออกผลมากในช่วงหน้าฝนและออกน้อยในช่วงหน้าแล้ง

ในส่วนของมะพร้าว ที่ตั้งโรงงานของบริษัทอยู่ที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีว่าเป็นแหล่งของมะพร้าวที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย นับได้ว่าเป็นหลักประกันที่ดีในการเข้าถึงวัตถุดิบในการผลิต

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

(1) บัตรส่งเสริมการลงทุน

บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำหรับกิจการผลิตน้ำสับปะรดเข้มข้น สับปะรดคละเย็ด และน้ำสับปะรดกระป๋อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

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. บุคคลต่างด้าวที่ได้รับการส่งเสริมไม่อนุญาตให้ปฏิบัติหน้าที่อื่นได้นอกเหนือขอบเขตหน้าที่ของตำแหน่งที่ได้รับอนุมัติ และจะต้องเร่งรัดฝึกอบรมสนับสนุนคนไทยให้สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับ การส่งเสริมแทนคนต่างด้าวภายในเวลาที่กำหนด และจะต้องรายงานคนต่างด้าวว่าได้ฝึกอบรมให้คนไทยได้รับความชำนาญเพียงไร ตามแบบและวิธีการที่สำนักงานกำหนด
2. ต้องใช้ที่ดินที่ได้รับอนุญาตเพื่อประกอบกิจการส่งเสริมเท่านั้น
3. ในกรณีที่มีการค้าประกันเครื่องจักร จะต้องจัดส่งเอกสารเครื่องจักรที่ขอยกเว้นภายใน 1 ปีนับจากวันสิ้นสุดการนำเข้า จะต้องใช้เครื่องจักรที่ได้อนุมัติยกเว้นเฉพาะในกิจการตามบัตรส่งเสริม และจะต้องไม่จำหน่าย โอน ให้เช่า หรือ ยืมยืมให้บุคคลอื่นใช้เครื่องจักรที่ได้รับยกเว้น
4. จะต้องยื่นรายการเพื่อขออนุมัติการนำเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นก่อนการนำเข้าไม่น้อยกว่า 2 เดือน
5. จะต้องจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย สำหรับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมแยกต่างหากจากกิจการส่วนอื่นเพื่อ

- ประโยชน์ในการคำนวณกำไรสุทธิที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
6. วัตถุดิบและวัสดุจำเป็น จะต้องใช้ในการประกอบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการส่งออก และเฉพาะในกิจการที่ได้รับการส่งเสริม
 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. การหยุดดำเนินการเป็นระยะเวลาเกิน 2 เดือน ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงาน
 12. จะต้องอำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบ
 13. กรรมวิธีการผลิตหรือบริการ จะต้องเป็นไปตามโครงการที่เสนอและได้รับการอนุมัติ
 14. คุณภาพผลิตภัณฑ์ต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล
 15. กรณีมีการย้ายภูมิลำเนาของผู้ได้รับการส่งเสริม ต้องแจ้งให้สำนักงานทราบทุกครั้งพร้อมด้วยหนังสือรับรองของกระทรวงพาณิชย์
 16. จะต้องไม่ใช้แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในโครงการที่ได้รับการส่งเสริม

(2.) ลิขสิทธิ์

บริษัทฯ ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากลต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ตามรายละเอียด
ในหน้า 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

สภาพตลาดการแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยในปี 2558 ที่ผ่านมานับเป็นอีกช่วงวิกฤตของอุตสาหกรรมช่วงหนึ่งในประวัติศาสตร์อุตสาหกรรมสับปะรดของไทย สืบเนื่องจากสภาวะภัยแล้งและการลดพื้นที่การปลูกสับปะรดในปีก่อนหน้านั้น ทำให้ปริมาณวัตถุดิบลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้มีการแข่งขันด้านการจัดหาวัตถุดิบอย่างรุนแรง ทำให้ในปี 2558 ที่ผ่านมาราคาสับปะรดขึ้นสูงสุดเป็นประวัติการณ์ สูงถึงประมาณ 15 บาทต่อกิโลกรัม เทียบกับปี 2557 ราคาวัตถุดิบสับปะรดเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10.23 บาทต่อกิโลกรัม แม้ว่าราคาขายจะมีการปรับตัวสูงขึ้นตามเช่นเดียวกันแต่ด้วยสภาพปริมาณของวัตถุดิบในปี 2558 ที่ลดลงเหลือเพียงประมาณ 1,784,573 ล้านตัน

ผลสืบเนื่องจากการปรับราคาขายที่สูงขึ้นอย่างมากในช่วงปีที่ผ่านมา ยังทำให้คาดการณ์ว่าความต้องการของตลาดโลก โดยเฉพาะความต้องการในน้ำสับประดะเข้มข้นอาจจะลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากผู้ผลิตน้ำผลไม้ทั่วโลกได้มีการปรับเปลี่ยนสูตรการผลิตให้มีสัดส่วนการใช้น้ำสับประดะลดลงไปแล้ว

อย่างไรก็ตาม มีการประเมินว่าผลผลิตสับประดะที่จะเกิดขึ้นในปี 2559 จะปรับสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา และเชื่อว่าจะส่งผลให้ราคาวัตถุดิบปรับตัวลงไปอยู่ในสถานะที่แข่งขันได้มากขึ้น ด้วยฐานลูกค้าที่เข้มแข็งและความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อมาตรฐานคุณภาพของสินค้า บริษัทฯ มีความมั่นใจในการรักษาฐานและส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทไว้ได้ และมีความพร้อมที่จะเติบโตทางธุรกิจในตลาดอื่น ได้แก่ ผลไม้ในบรรจุภัณฑ์พลาสติก และผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว โดยเฉพาะ น้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋องและกะทิ

ในปี 2558 ประเทศไทยมีการส่งออกสับประดะกระป๋อง มูลค่ารวมประมาณ 18,676 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ประมาณ 2,623 ล้านบาท โดยตัวเลขประมาณการผลผลิตสับประดะสดรวมในปี 2558 อยู่ที่ 1.8 ล้านตัน บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นและคงไว้ในตลาดดังกล่าว ที่มีฐานลูกค้า คู่ค้า และ พันธมิตรที่ทำธุรกิจร่วมกันมาอย่างยาวนาน ในขณะเดียวกันมีเป้าหมายที่จะขยายฐานตลาดเพิ่มขึ้น ในตลาดที่มีอัตราการเติบโตและราคาดี เช่น ตลาดเอเชีย ตะวันออกกลาง รวมถึงตลาดภายในประเทศ ควบคู่ไปกับการพัฒนาสินค้าผลไม้กระป๋องผลไม้ในบรรจุภัณฑ์พลาสติก และผลิตภัณฑ์แปรรูปชนิดต่างๆ จากผลไม้ประเภทต่างๆ เช่น มะพร้าว มะละกอ มะม่วง วานหางจระเข้ เป็นต้น เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและยอดขายให้บรรลุตามเป้าหมาย

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับประดะกระป๋องระหว่างปี 2548-2558

ปี	ปริมาณการส่งออก (ล้านหีบมาตรฐาน)	อัตราเปลี่ยนแปลง %	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	อัตราการเปลี่ยนแปลง %
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
2558	23.73	-8.03	555.60	11.39

แหล่งข้อมูล : สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป / สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร / กรมศุลกากร

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขันโดยสังเขป

ความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท ได้แก่

- 1) ฐานลูกค้าของบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีการดำเนินธุรกิจกับบริษัทอย่างต่อเนื่องยาวนาน โดยครอบคลุมทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้นำเข้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าขายปลีก ผู้ผลิตอาหารและธุรกิจให้บริการด้านอาหาร
- 2) ฐานชาวไร่ ที่ให้การสนับสนุนการผลิตของบริษัทอย่างต่อเนื่องยาวนานเช่นกัน ซึ่งชาวไร่ส่วนใหญ่มีแหล่งเพาะปลูกสับปะรดอยู่ใกล้กับโรงงานของบริษัทโดยส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ระบบ Contract Farming, Big Grower, Quality Grower ทำให้บริษัทได้รับประโยชน์ทั้งในแง่ปริมาณและความต่อเนื่องของวัตถุดิบ ต้นทุนการขนส่งที่ต่ำกว่า และการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ
- 3) ความหลากหลายของสินค้า บริษัทมีความสามารถในการผลิตสับปะรดกระป๋องได้หลากหลายทั้งในแง่ของขนาดกระป๋องที่ใช้บรรจุ ประเภทการตัดชิ้นสับปะรด และน้ำที่ใช้บรรจุ ซึ่งทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดต่างๆ ได้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันไป
- 4) การควบคุมการผลิตและเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องจักรที่ทันสมัยผลิตในอเมริกาและยุโรปและได้รับการดูแลรักษาบำรุงอย่างดีตลอดระยะเวลาการผลิต ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพที่สม่ำเสมอเป็นที่ยอมรับจากลูกค้านานาชาติประเทศ
- 5) คุณภาพของสินค้า จากมาตรฐานต่างๆ ที่บริษัทได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับระดับนานาชาติ และชื่อเสียงที่บริษัทได้สั่งสมมาเป็นระยะเวลายาวนานเป็นเครื่องรับประกันถึงคุณภาพของสินค้าและบริการของบริษัทได้เป็นอย่างดี

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

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 35 ของปริมาณการส่งออกของบริษัทในแต่ละปีในอดีตบริษัทเคยมีความได้เปรียบทางการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกาเนื่องจากระบบภาษีคุ้มครองตลาดของกระทรวงพาณิชย์ของสหรัฐอเมริกาที่มีต่อบริษัททั่วไป แต่จากการยกเลิกภาษีคุ้มครองตลาดดังกล่าวในปีพ.ศ.2547 ทำให้การแข่งขันในตลาดดังกล่าวมีความรุนแรงมากขึ้น
2. ทวีปยุโรป และกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก และสหพันธรัฐรัสเซีย การจำหน่ายสินค้าของบริษัทไปยังกลุ่มประเทศดังกล่าวมีส่วนเป็นอันดับสองรองจากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 ของแต่ละปี ตลาดกลุ่มนี้เป็นตลาดหลักสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรดเข้มข้นซึ่งส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายให้กับ Blending houses ต่างๆในกลุ่มประเทศยุโรป ในส่วนสับปะรดกระป๋องกลุ่มตลาดนี้เป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อราคามากที่สุด ส่วนหนึ่งเนื่องจากสามารถยอมรับคุณภาพของสินค้าได้หลากหลายทำให้มีผู้ผลิตที่สามารถจำหน่ายเข้าไปในตลาดนี้มีจำนวนมากและหลากหลายเช่นกัน
3. ทวีปเอเชีย รวมถึงออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ลูกค้านี้ โดยเฉพาอย่างยิ่งลูกค้าญี่ปุ่นมีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงและทำการค้าโดยอาศัยความเชื่อใจต่อกันเป็นอย่างมาก มีมูลค่าการค้าในแต่ละปีประมาณร้อยละ 20 สำหรับประเทศเกาหลี ปัจจุบันเป็นลูกค้าหลักสำหรับผลิตภัณฑ์วุ้นจะเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อซึ่งมียอดขายต่อเนื่อง
4. กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง ปัจจุบันมีส่วนประมาณร้อยละ 7 นับว่าเป็นอีกตลาดที่มีศักยภาพ เนื่องจากมีรายได้ต่อประชากรที่สูงและมีความต้องการในการบริโภคสับปะรดกระป๋องเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในยุโรปและยุโรปตะวันออกมีความซบเซาลงเนื่องจากปัญหาความขัดแย้งระหว่างประเทศ ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและความต้องการบริโภคในตลาดดังกล่าว กลุ่มประเทศในตะวันออกกลางจึงเป็นเป้าหมายทางการตลาดที่ผู้ประกอบการทั้งหมดพยายามที่จะขยายเข้าไปเพื่อทดแทนส่วนการตลาดที่หายจากกลุ่มประเทศยุโรปและยุโรปตะวันออก

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจำหน่ายสินค้าของทางบริษัทในส่วนของสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดเข้มข้น เป็นการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศเกือบ 100% โดยการดำเนินธุรกิจของบริษัทมีหลายช่องทาง รวมถึงการจำหน่ายผ่านตัวแทนทั้งภายในและต่างประเทศ การจำหน่ายตรงต่อผู้นำเข้าในประเทศปลายทาง จำหน่ายตรงต่อกลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ตโดยตรง และการจำหน่ายต่อบริษัทผู้ผลิตอาหารและผู้ให้บริการด้านอาหารต่างๆ

กว่า 80% ของฐานลูกค้าที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัท เป็นลูกค้าที่มีการซื้อขายกันอย่างต่อเนื่องมานานกว่า 10 ปีขึ้นไป กว่า 95% ในการจำหน่ายสินค้าสับประรดกระป๋องของบริษัทจะใช้ตราฉลากสินค้าของลูกค้า ทั้งนี้จะมีการทำสัญญาการซื้อขายโดยมีการตกลงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ปริมาณ ราคาและกำหนดการส่งมอบเป็นการล่วงหน้า ซึ่งโดยทั่วไปจะมีระยะเวลาประมาณ 1 ถึง 6 เดือน ระยะเวลาของสัญญานั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของลูกค้า สถานการณ์ทางวัตถุดิบและตลาด กับการเจรจาต่อรองระหว่างบริษัทกับผู้ซื้อ จากการจัดทำการวัดดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า Customer Satisfaction Index ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าที่มีความสม่ำเสมอ ตรงกับความต้องการและความสามารถในการส่งมอบได้ตามข้อตกลงที่มีต่อกัน

นโยบายด้านราคา

ดังที่กล่าวมาแล้ว สินค้าที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่นี้จัดในกลุ่มสินค้าโภคภัณฑ์ทางการเกษตรซึ่งกลไกด้านราคาจะเป็นไปตามสถานะตลาดและการแข่งขัน การตั้งราคาสินค้าจึงเป็นไปตามสถานะทางการตลาด โดยบริษัทใช้นโยบายบริหารกำไรขั้นต้นในแต่ละสถานการณ์เป็นหลักสำคัญในการตั้งราคาขาย โดยพิจารณาหาระหว่างต้นทุนและราคาตลาดของสินค้าทุกประเภทขายการประกอบกัน

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะของฤดูกาลหรือวัฏจักรการประกอบธุรกิจ

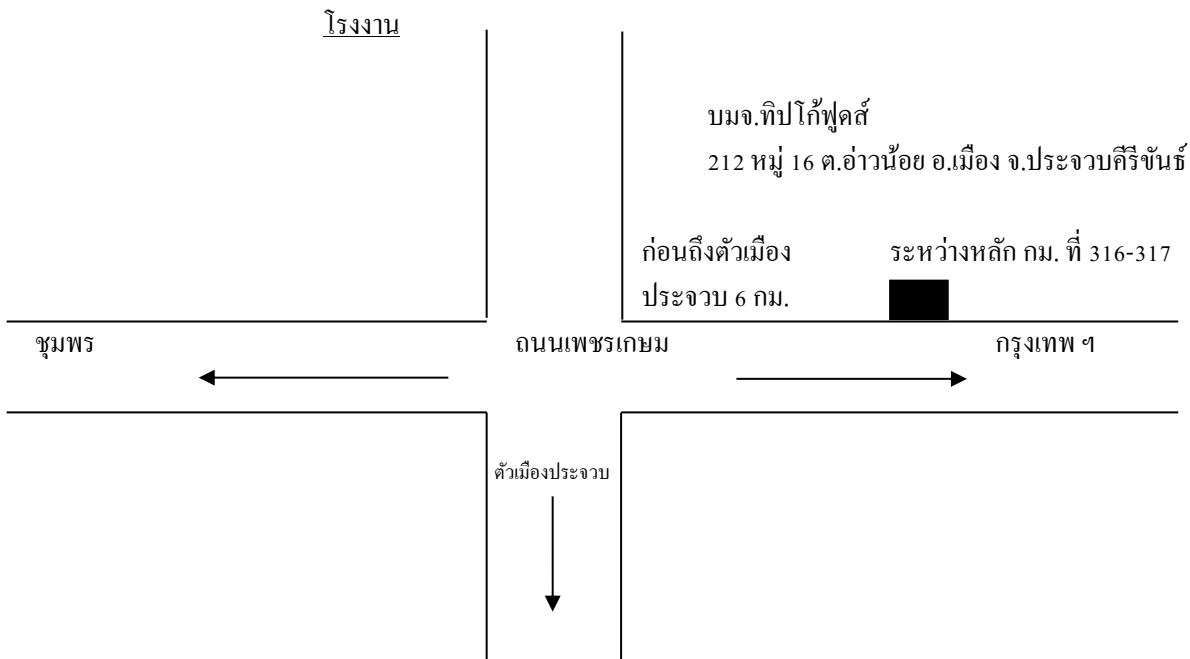
โดยปกติบริษัทจะทำการผลิต 11 เดือนใน 1 ปี และปิด 1 เดือนเพื่อทำการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ก็ตาม โดยในรอบ 11 เดือนจะแบ่งผลผลิตออกเป็นสองฤดูกาล คือในช่วงฤดูร้อน (มีนาคม ถึง พฤษภาคม) และในช่วงฤดูหนาว (ตุลาคม ถึง ธันวาคม) สำหรับราคาวัตถุดิบจะมีการขึ้นลงตามปริมาณของสับประรดที่มีในแต่ละช่วงเวลาของการผลิต

การผลิต

บริษัทมีโรงงานสำหรับผลิตสับประรดกระป๋อง 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

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตสับประรดกระป๋อง ได้แก่ สับประรดสด น้ำตาล กระป๋องบรรจุสับประรดและวัสดุหีบห่อ บริษัทจะซื้อสับประรดสดจากชาวไร่ ส่วนวัตถุดิบอื่นส่วนใหญ่บริษัทจะซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ

- **กระป๋องบรรจุสับประรด** กระป๋องที่ใช้บรรจุสับประรดกระป๋องมี 5 ขนาดคือ ขนาด 8 ออนซ์ 15 ออนซ์, 20 ออนซ์, 30 ออนซ์ และ 108 ออนซ์ บริษัทดำเนินการจัดซื้อจากผู้ผลิตในประเทศทั้งหมด

- **สับประรดสด** เนื่องจากบริษัทตั้งโรงงานอยู่ในแหล่งปลูกสับประรดแหล่งใหญ่ จากสถิติพื้นที่การเพาะปลูกที่ได้มีการสำรวจในปัจจุบันนับว่าประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งปลูกสับประรดสดแหล่งใหญ่ที่มีปริมาณรวมกันถึงเกือบร้อยละ 50 ของผลผลิตสับประรดสดของประเทศ บริษัทจึงได้ดำเนินการสร้างนโยบายที่จะสร้างความมั่นคง ในอาชีพการทำไร่สับประรดของชาวไร่ในเขตบริเวณใกล้เคียงและรอบๆ บริษัทในเขตอำเภอเมือง และเขตอำเภอใกล้เคียงที่ไม่ห่างไกลจากบริษัทฯ มากนัก เพื่อที่จะให้ชาวไร่เหล่านี้สามารถประกอบอาชีพต่อไปในระยะยาว และบริษัทสามารถมีวัตถุดิบป้อนโรงงานในการผลิตได้เพียงพอสอดคล้องกับกำลังการผลิตแผนการผลิตระยะยาวได้ในปี 2558 บริษัทได้สร้างระบบเพื่อเป็นการสร้างฐานวัตถุดิบให้มั่นคงและสม่ำเสมอและเป็นการดูแลชาวไร่ให้ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมอย่างยั่งยืน บริษัทจึงมีโครงการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการปลูกสับประรดเพื่อความยั่งยืน โดยมีรูปแบบของโครงการย่อยแบ่งออกเป็นสามรูปแบบเพื่อเป็นทางเลือกที่สามารถตอบสนองความต้องการของชาวไร่ได้ครอบคลุมดังต่อไปนี้

โครงการรูปแบบแรกจะเป็นการประกันรายได้ต่อไร่ให้กับสมาชิก วัตถุประสงค์ของโครงการในรูปแบบนี้ก็เพื่อส่งเสริมให้ชาวไร่มุ่งเน้นการปรับปรุงผลผลิตต่อไร่ โดยทีมส่งเสริมการเกษตรของบริษัทจะ

เข้าไปทำงานร่วมกับชาวไร่อย่างใกล้ชิดและให้ความรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูกและการจัดการไร่ เพื่อให้ผลผลิตต่อไร่เพิ่มสูงกว่าวิธีปฏิบัติแบบเดิมของชาวไร่ ด้วยรูปแบบดังกล่าวทั้งบริษัทและชาวไร่จะได้รับผลประโยชน์ทั้งสองฝ่ายและเป็นแนวทางการพัฒนาที่จะส่งผลแบบยั่งยืนต่อไป กล่าวคือสำหรับชาวไร่จากผลผลิตต่อไร่ที่เพิ่มขึ้นส่งผลโดยตรงให้ได้รับรายได้ต่อไร่สูงขึ้นและเป็นการลดต้นทุนของชาวไร่ให้ต่ำลงสำหรับบริษัทนอกจากราคาสับปะรดที่ขายให้กับชาวไร่จะอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถแข่งขันได้แล้ว ผลผลิตที่ได้ยังสามารถควบคุมคุณภาพได้มากกว่าทั้งในแง่ของขนาดผล ความสุก และการป้องกันสารตกค้าง โดยปี 2558 เป็นปีแรกที่เริ่มต้นโครงการนี้อย่างเต็มรูปแบบ สามารถเพิ่มผลผลิตต่อไร่จากไร่ที่เข้าร่วมโครงการนี้สูงถึงเกือบสองเท่า และลดจำนวนผลสับปะรดขนาดเล็กลงจากเดิมที่มีประมาณ 10% เหลือเพียงไม่ถึง 2 %

โครงการในลักษณะที่สองจะเป็นการประกันราคาต่อกิโลกรัม โดยบริษัทและชาวไร่จะทำการตกลงราคาประกันที่เป็นที่พึงพอใจของทั้งสองฝ่าย โดยมีเงื่อนไขว่าพื้นที่ที่จะสามารถเข้าร่วมโครงการในรูปแบบนี้ได้จะต้องเป็นพื้นที่ที่ปลูกลงหน่อครั้งแรกเท่านั้น ซึ่งชาวไร่ในกลุ่มนี้ยังสามารถที่จะเลือกเปลี่ยนไปปรับการประกันในรูปแบบโครงการแรกในปีต่อไปได้หากต้องการ

โครงการทั้งสองลักษณะจะมีการเน้นดำเนินการเพาะปลูกให้เป็นไปตามหลักการ GAP (Good Agricultural Practice) เริ่มตั้งแต่การเตรียมดิน การเตรียมวัสดุปลูก การปลูก ระยะห่างของพื้นที่การปลูก การจัดแถวลงต้นหน่อสับปะรด การดูแลและการกำจัดวัชพืช การให้ปุ๋ย การบังคับผล การเช็ดดอก การให้น้ำ ไปจนถึงการควบคุมผลและการเก็บเกี่ยว โดยทางบริษัทจะจัดเจ้าหน้าที่เข้าไปให้ความรู้แก่ชาวไร่ และมีการติดตามพร้อมให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอ

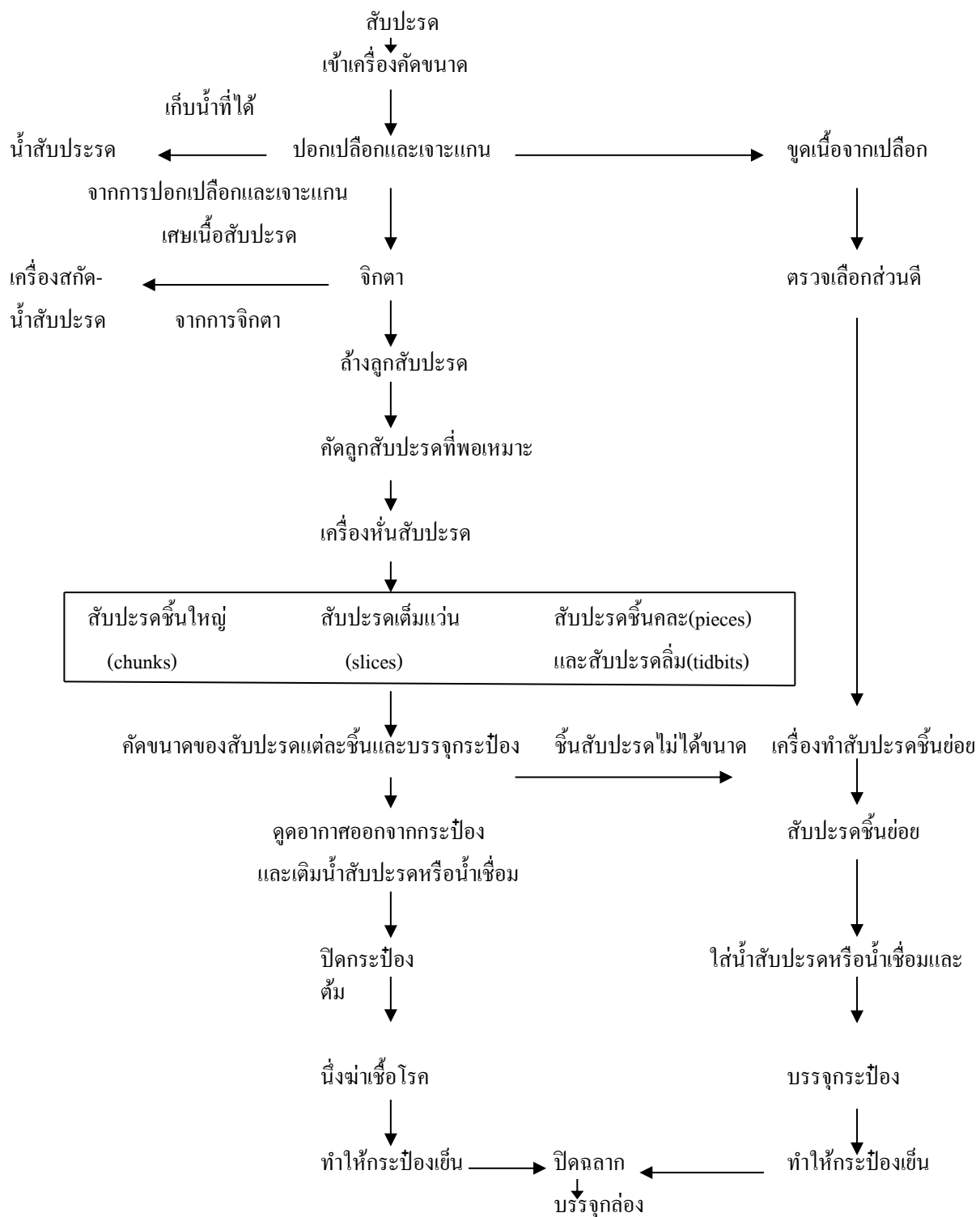
โครงการในลักษณะที่สาม มีลักษณะเปิดกว้างให้กับสมาชิกที่ต้องการอิสระในการเพาะปลูกดูแลสับปะรดในวิถีถิ่นชินของตนเอง โดยจะมีการประกันการรับซื้อผลผลิตทั้งหมดของสมาชิก เพียงแต่จะต้องแจ้งข้อมูลการปลูกและบังคับผลที่ชัดเจน โครงการนี้ใช้ชื่อเรียกว่าเป็นการประกันตลาดให้กับชาวไร่

กล่าวโดยสรุปในแผนการดำเนินการด้านวัตถุดิบ บริษัทมีนโยบายที่จะสร้างความมั่นใจในการทำไร่สับปะรดของชาวไร่ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตสับปะรดกระป๋องในปัจจุบัน โดยที่บริษัทจะเพิ่มจำนวนสมาชิกชาวไร่โครงการส่งเสริมการทำไร่แบบมีสัญญาขึ้น โดยพิจารณาคัดเลือกจากชาวไร่รายย่อยทั่วไป ที่เป็นลูกค้าประจำของบริษัทฯ รวมทั้งรับประกันปริมาณผลผลิตของชาวไร่ตามข้อตกลงกันไว้ ซึ่งนโยบายเพิ่มจำนวนสมาชิกชาวไร่ในโครงการส่งเสริมนี้ จะเป็นหลักประกันที่จะสร้างความมั่นใจในการทำไร่ต่อไป และบริษัทก็จะสามารถมีความมั่นใจในการที่จะวางแผนการผลิตในระยะยาว ได้โดยมีวัตถุดิบพอเพียงและสอดคล้องกับเป้าหมายการผลิตควบคู่ไปกับอาชีพการทำไร่สับปะรดของเกษตรกร

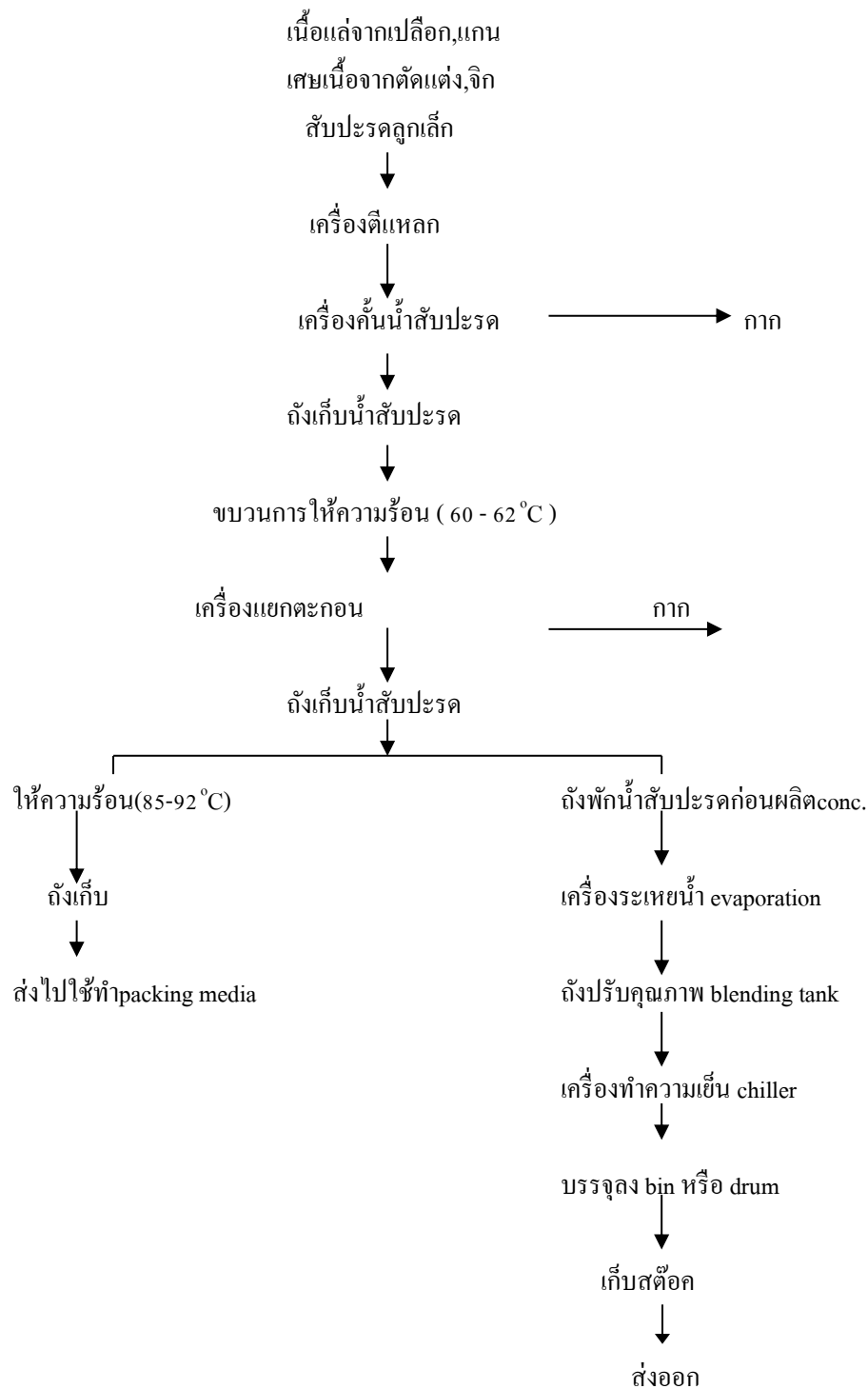
สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

	2556	2557	2558
สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศ : ต่างประเทศ	98.0 : 2.0	96.0 : 4.0	96.0 : 4.0

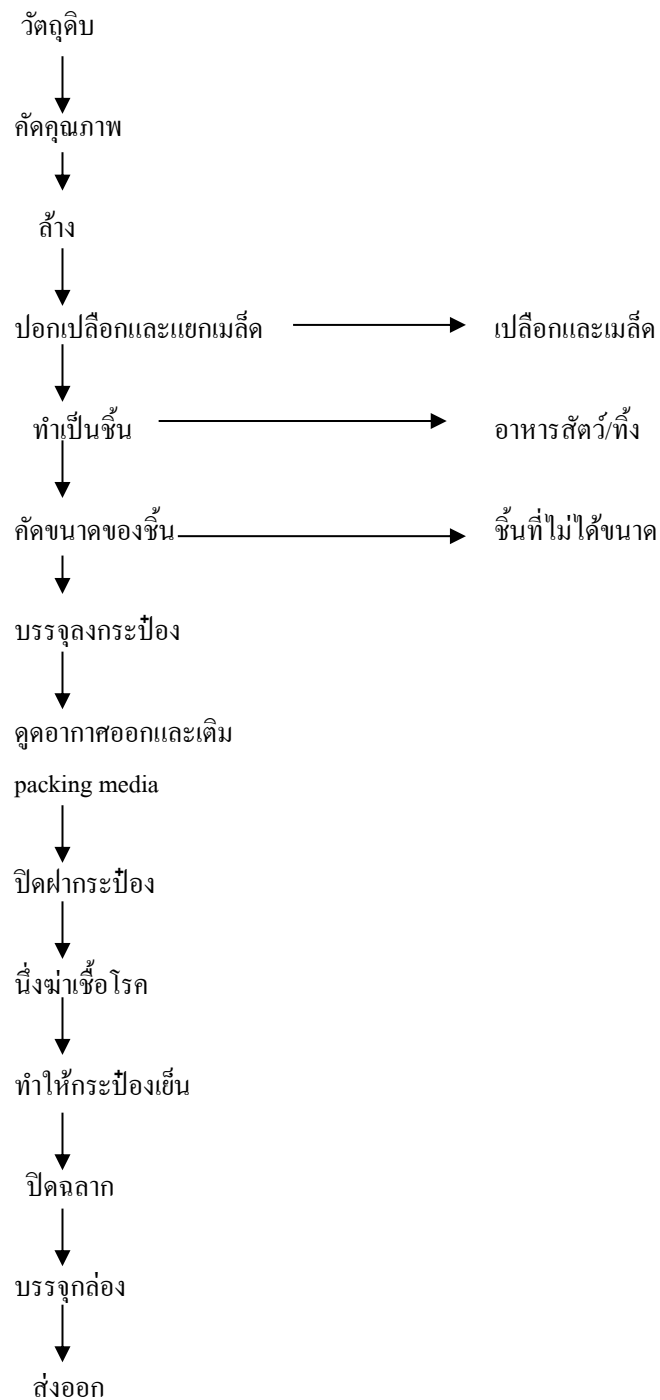
ขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิต
แผนผังโดยย่อของกรรมวิธีการผลิตสับปะรดกระป๋อง



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

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

1. ผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่ม

1. ทิปโก้ น้ำผลไม้ 100% บรรจุในกล่องขนาด 200 มิลลิลิตร และ 1 ลิตร
2. ทิปโก้ เวจี น้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100% บรรจุในกล่องขนาด 200 มิลลิลิตร และ 1 ลิตร
3. ทิปโก้ ชูเปอร์คิด น้ำผลไม้และน้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100% สำหรับเด็กบรรจุในกล่องขนาด 110 มิลลิลิตร
4. ทิปโก้ ชูเปอร์ฟรุต เอสเซนส์ น้ำทับทิมสกัดเข้มข้น และน้ำพ룬สกัดเข้มข้นผสมผลฟักบรรจุในกล่องขนาด 110 มิลลิลิตร
5. ทิปโก้ ฟรุทพลัส น้ำผลไม้ และน้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100 % ผสมเนื้อมะลิเวลา 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. ทิปโก้โปรไฟเบอร์ น้ำผักผสมน้ำผลไม้และใยอาหารรวม 100% ในขวดขนาด 300 มิลลิลิตร และ บรรจุในกล่องขนาด 1 ลิตร

2. น้ำแร่ธรรมชาติ

ออรา เครื่องดื่มน้ำแร่ธรรมชาติบรรจุในขวดขนาด 300 มิลลิลิตร 500 มิลลิลิตร และ 1.5 ลิตร ผลิตจากแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติบนเทือกเขาสูง 2,700 ฟุตจากระดับน้ำทะเล ที่ ต.โป่งแยง อ.แม่ริม จ. เชียงใหม่ ลึกลงไปจากพื้นดินใต้ภูเขา 297 ฟุต มีแอ่งน้ำขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่เรียกว่า “น้ำพุเย็น” ซึ่งมีเพียงไม่กี่แห่งในโลกและเป็นแหล่งเดียวในประเทศไทย ถูกนำมาผลิตเป็นน้ำแร่ธรรมชาติบรรจุขวด โดยปราศจากกระบวนการที่ใช้สารเคมี

3. ชาพร้อมดื่ม

ชั้นโทรี ทีพลัส เครื่องดื่มชาอู่หลง โอทีพีพี บรรจุขวด PET500 มิลลิลิตรเป็นชาอู่หลงยี่ห้อแรก และยี่ห้อเดียวในประเทศไทย ที่มี OTPP (Oolong Tea Polymerized Polyphenols) มากกว่า 70 มิลลิกรัม ในทุกๆ รสชาติ OTPP มีความสามารถป้องกันการดูดซึมไขมันเข้าสู่ร่างกาย เพราะเข้าไปขัดขวางกระบวนการย่อยไขมันเอนไซม์ไลเปสในลำไส้เล็ก

ลักษณะการนำผลิตภัณฑ์หรือบริการไปใช้

เป็นเครื่องดื่มพร้อมดื่มประเภท น้ำผลไม้ น้ำแร่ธรรมชาติ และชาเพื่อสุขภาพและความสดชื่นสำหรับร่างกาย

ลักษณะของลูกค้า

จัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่าย (Distributor) ไปยังร้านค้าปลีกต่างๆ ทั่วประเทศ รวมถึงการจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศ

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

บัตรส่งเสริมการลงทุน

บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำหรับกิจการผลิตน้ำผักผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

สิทธิและประโยชน์สำคัญ สรุปดังนี้

1. ได้รับอนุญาตให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะคุณของบุคคลทั้งสองประเภทเข้ามาในราชอาณาจักรได้ ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลาให้อยู่ในราชอาณาจักรเท่าที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นสมควร
2. ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักรได้รับอนุญาตทำงาน

- เฉพาะตำแหน่งที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาเท่าที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร
3. ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ
 4. ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี และหักผลขาดทุนได้ 5 ปี
 5. ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ 8 ปี

เงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติตามนี้

1. บุคคลต่างด้าวที่ได้รับการส่งเสริมไม่อนุญาตให้ปฏิบัติหน้าที่อื่นได้นอกเหนือขอบเขตหน้าที่ของตำแหน่งที่ได้รับอนุมัติและจะต้องเร่งรัดฝึกอบรมสนับสนุนคนไทยให้สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับการส่งเสริมแทนคนต่างด้าวภายในเวลาที่กำหนด และจะต้องรายงานคนต่างด้าวว่าได้ฝึกอบรมให้คนไทยได้รับความชำนาญเพียงไร ตามแบบและวิธีการที่สำนักงานกำหนด
2. ต้องใช้ที่ดินที่ได้รับอนุญาตเพื่อประกอบกิจการส่งเสริมเท่านั้น
3. ในกรณีที่มีการค้าประกันเครื่องจักร จะต้องจัดส่งเอกสารเครื่องจักรที่ขอยกเว้นภายใน 1 ปีนับจากวันสิ้นสุดการนำเข้า จะต้องใช้เครื่องจักรที่ได้อนุมัติยกเว้นเฉพาะในกิจการตามบัตรส่งเสริม และจะต้องไม่จำหน่าย โอน ให้เช่า หรือ ยินยอมให้บุคคลอื่นใช้เครื่องจักรที่ได้รับยกเว้น
4. จะต้องยื่นรายการเพื่อขออนุมัติการนำเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นก่อนการนำเข้าไม่น้อยกว่า 2 เดือน
5. จะต้องจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย สำหรับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมแยกต่างหากจากกิจการส่วนอื่นเพื่อประโยชน์ในการคำนวณกำไรสุทธิที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
6. วัตถุดิบและวัสดุจำเป็น จะต้องใช้ในการประกอบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการส่งออก และเฉพาะในกิจการที่ได้รับการส่งเสริม
7. จะต้องแจ้งยืนยัน โครงการต่อสำนักงานเมื่อครบ 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. จะต้องอำนวยความสะดวกแก่นักงานเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบ
13. กรรมวิธีการผลิตหรือบริการ จะต้องเป็นไปตามโครงการที่เสนอและได้รับการอนุมัติ
14. คุณภาพผลิตภัณฑ์ต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล
15. กรณีมีการย้ายภูมิลำเนาของผู้ที่ได้รับการส่งเสริม ต้องแจ้งให้สำนักงานทราบทุกครั้งพร้อมด้วยหนังสือรับรองของกระทรวงพาณิชย์

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่มของประเทศไทยในปี 2558 มีมูลค่าทั้งหมดประมาณ 12,909 ล้านบาท สามารถจำแนกตามคุณลักษณะของสินค้าออกเป็น 5 ประเภท

- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผัก 100 % (Premium market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ ร้อยละ 36
- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผัก 40% (Medium market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ ร้อยละ 7
- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผัก 25% (Economy market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ ร้อยละ 13

- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักต่ำกว่า 25% (Super Economy market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ร้อยละ 27

- ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักอื่นๆ เช่น น้ำลำไย น้ำตาลสด (Other market) โดยมีมูลค่าการตลาดอยู่ร้อยละ 16

ในตลาดของน้ำผลไม้และน้ำผักยังสามารถแบ่งประเภทแบบตามลักษณะการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้อีกสอง แบบ คือ แบบที่สามารถเก็บไว้ที่อุณหภูมิห้องและมีอายุประมาณ 6-12 เดือนหรือที่เรียกว่า UHT และแบบที่มีอายุประมาณ 30-45 วัน และต้องเก็บไว้ในตู้แช่หรือที่เรียกว่า Pasteurized ในปี 2558 อัตราการเติบโตของตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่มอยู่ที่ประมาณร้อยละ 4 บริษัท ทิปโก้ เอฟ แอนด์ บี จำกัด ยังคงรักษาความเป็นผู้นำส่วนแบ่งตลาด ในตลาดน้ำผลไม้ 100% โดยเน้นการสร้างคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์คุณภาพที่คัดสรรของวัตถุดิบและกระบวนการผลิต ที่ให้คุณภาพประโยชน์ ต่อสุขภาพของผู้บริโภคเป็นสำคัญ รวมถึงการพัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการขยายฐานตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำผักไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น เกาหลีใต้ จีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น

ตลาดน้ำแร่ในปี 2558 มีมูลค่าประมาณ 3,200 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 25 โดยหลังจากที่บริษัทฯ ได้ขยายกำลังการผลิต ออรา เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับกับการเติบโตของตลาด ทำให้ออรา มีการเติบโตอย่างแข็งแกร่งทั้งในด้านยอดขายและส่วนแบ่งการตลาด โดยปีนี้บริษัทจะมีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดสำหรับออราเพิ่มมากขึ้น

ตลาดชาพร้อมดื่มในปี 2558 มีมูลค่าประมาณ 16,000 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตร้อยละ 0.4 ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีแผนที่จะทำกิจกรรมทางการตลาดสำหรับ ชันโตรี ทีพลัส เครื่องดื่มชาอู่หลง อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมที่เป็นกลุ่มผู้นิยมชาเพื่อสุขภาพ

- กลยุทธ์ธุรกิจ

1. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับของตลาดและรักษามาตรฐานของสินค้าทั้งในด้านคุณภาพและรสชาติอย่างต่อเนื่อง
2. ความหลากหลายของสินค้าเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเต็มที่บริษัทมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพอย่างต่อเนื่อง
3. จัดทำกิจกรรมทางการตลาดสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าตลอดจนสร้างความจดจำในยี่ห้อและความต้องการสินค้าในครั้งต่อ ๆ ไป
4. วางแผนจัดซื้อวัตถุดิบ การผลิตสินค้าและการเก็บสินค้าคงคลังให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
5. มีการบริหารต้นทุนด้านการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อดำรงสถานภาพของการแข่งขัน

6. สามารถกระจายสินค้าได้ทั้งถึงและมีระบบการหมุนเวียนสินค้าให้สดใหม่อยู่เสมอ

- ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ และมองหาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Health Conscious)

- ลักษณะของลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัท

ลูกค้าของบริษัทเป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย (End user)

- นโยบายด้านราคา

นโยบายด้านราคาตั้งราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

- การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สำหรับขายในประเทศการจัดจำหน่ายสามารถแบ่งได้เป็นสองส่วนด้วยกันคือ การจัดจำหน่ายผ่านผู้แทนจำหน่าย (Distributor) ซึ่งเป็นช่องทางจัดจำหน่ายหลัก ส่วนอีกทางคือทางบริษัทเป็นผู้ขายเองตามช่องทางการออกร้านจำหน่ายสินค้าและช่องทางจำหน่ายพิเศษ ในส่วนของตลาดต่างประเทศนั้นมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วจากการที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการตอบรับที่ดี โดยตลาดต่างประเทศที่สำคัญได้แก่ ทวีปเอเชียและแอฟริกา

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ลักษณะของฤดูกาลหรือวัฏจักรการประกอบธุรกิจ

แหล่งวัตถุดิบแบ่งได้เป็น 2 แหล่ง

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

2. แหล่งวัตถุดิบจากต่างประเทศ บริษัทจะซื้อน้ำผลไม้เข้มข้น (Juice Concentrate) มาใช้เพื่อผลิตน้ำผลไม้

วัตถุดิบที่สำคัญ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตน้ำผลไม้ คือ สับปะรด ฝรั่ง ส้ม และ ผลไม้อื่น ๆ ซึ่งซื้อจากชาวไร่ และน้ำผลไม้เข้มข้นและกล่องและซองบรรจุซึ่งสั่งซื้อจากต่างประเทศ มีสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศอยู่ในระดับ สัดส่วนเท่ากับ 40% ต่อ 60%

ขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิต

แผนผังโดยย่อของกรรมวิธีการผลิตน้ำผลไม้ / เครื่องดื่มพร้อมดื่ม



เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต

บริษัทซื้อเครื่องบรรจุเครื่องดื่มพร้อมดื่มจากต่างประเทศซึ่งเป็นเครื่องที่ทันสมัย และมีปริมาณการสูญเสียน้อย โดยมีกำลังการผลิตเครื่องดื่ม รวมเป็นมูลค่า 220 ล้านบาท

ความเพียงพอของเครื่องจักรและบุคคลในการผลิต

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

ด้านบุคลากร บริษัทมีพนักงานที่เติบโตมาพร้อมกับบริษัท บริษัทมีการพัฒนาบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ให้มีความสามารถและรอบรู้ทั้งในด้านเทคนิคและในด้านการจัดการ การดำเนินการของบริษัทเพื่อลดผลกระทบและผลการปฏิบัติงานเทียบกับอัตราสูงสุดที่กฎหมายกำหนดตลอดจนประสิทธิภาพการดำเนินงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมบริษัทมีระบบการกำจัดน้ำเสีย และได้มีการวิเคราะห์คุณภาพของน้ำเสียตลอดเวลาตามที่กฎหมายกำหนด

ธุรกิจค้าปลีก ดำเนินการโดย บริษัท ทิปโก้รีเทล จำกัด เป็นบริษัทย่อย ร่วมทุน ระหว่าง บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด(มหาชน) กับ บริษัท ทิปโก้ เอฟ แอนด์ บี จำกัด ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ภายใต้ตราสัญลักษณ์ “Squeeze Juice Bar by Tipco” ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. **เครื่องดื่มสมูทตี้ (Smoothie)** เป็นน้ำผลไม้ปั่นสด โดยไม่ได้เติมน้ำตาลหรือน้ำเชื่อมแต่อย่างใด ผลที่ได้คือผลไม้เต็มๆแก้วพร้อมเนื้อละเอียด เนียน นุ่ม แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ

- Super fruit
- Hi Fiber
- Mega Smoothie
- Anti-Aging

2. **ต้นอ่อนข้าวสาลี (Wheatgrass)** ต้นอ่อนข้าวสาลีคั้นสด อุดมไปด้วยสารอาหารที่มีประโยชน์ ซึ่งมีส่วนช่วยในการขับสารพิษออกจากร่างกาย และช่วยต่อต้านมะเร็ง

3. **เครื่องดื่มกาแฟ (Mountain Beans)** สูตรเฉพาะของร้านสควีซ เราพิถีพิถันตั้งแต่การเลือกเมล็ดกาแฟ วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ส่งมอบให้ผู้บริโภค

4. **อาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Meal)** เมนูอาหารเอาใจคนรักสุขภาพ พร้อมเสิร์ฟที่หน้าร้าน ใหม่สด ทุกวัน เช่น สลัด ซุป แซนวิช เป็นต้น

5. สินค้าพิเศษ (Special Goods)

• **Happy yoghurt (โยเกิร์ตพร้อมดื่ม)** โยเกิร์ต ที่ผลิตจากนมโคสด 100% มีจุลินทรีย์ ที่ช่วยให้ระบบขับถ่ายและภูมิคุ้มกันของร่างกายดีขึ้น

• **Happy Soya (นมถั่วเหลืองเข้มข้น)** คัดสรรเมล็ดถั่วเหลืองแท้ Non GMO น้ำตาลน้อยและไม่มีส่วนผสมของนมผง คุณประโยชน์เต็มๆขวด

นอกจากนี้ร้าน Squeeze ยังเป็นจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ เช่น น้ำผลไม้ทิปโก้ สับปะรดสดพันธุ์หอมสุวรรณ เป็นต้น

Squeeze Juice Bar นับเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง และภาระหนี้สินภาคครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม บริษัทได้พยายามหาทางรับมือกับวิกฤตทางเศรษฐกิจ โดยมีการปรับเปลี่ยนทั้งกลยุทธ์ทางธุรกิจและกลยุทธ์ที่ตั้ง โดยยังคงมุ่งเน้นการสร้างรายได้ ควบคุมค่าใช้จ่าย เพื่อสร้างกำไร มีการทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมากยิ่งขึ้น และการเลือกขยายสาขาในสถานที่ตั้งที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของเรา นอกจากนี้บริษัทยังคงให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอยู่เสมอ เช่น การออกแคมเปญ “Smoothie of the month” ซึ่งจะเป็นสินค้ารสชาติใหม่ในแต่ละเดือน และการพัฒนาสินค้าในรูปแบบน้ำผลไม้สกัดเย็น หรือ Cold pressed juice เป็น

ต้น จากการพัฒนากลยุทธ์และผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ในปี 2558 ยอดขายเฉลี่ยต่อสาขาต่อเดือน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 6

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

ธุรกิจค้าปลีกมีแนวโน้มที่จะมีการแข่งขันที่รุนแรงต่อเนื่อง ทั้งจากผู้ประกอบธุรกิจเดิมที่พยายามรักษาฐานลูกค้าและส่วนแบ่งการตลาด และผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้าสู่ธุรกิจค้าปลีก โดย Squeeze Juice Bar มีแผนที่จะพัฒนาการบริหารจัดการ และการตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องรูปแบบร้านค้า สถานที่สินค้าและการบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มธุรกิจในอนาคต รวมถึงการสร้างการรับรู้และจดจำในตัวร้านค้า สินค้า และการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย เพื่อขยายฐานลูกค้าประจำให้มีเพิ่มมากขึ้น กระตุ้นให้ลูกค้าเพิ่มความถี่และมูลค่าในการซื้อให้มากขึ้น

ธุรกิจสารสกัดและการเกษตร ดำเนินการโดยบริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย

กลุ่มธุรกิจการเกษตร ดำเนินธุรกิจด้านการเกษตร โดยเน้นด้านการวิจัยและพัฒนาพันธุ์พืชและการเพาะปลูก โดยส่วนหนึ่งเป็นการสนับสนุนการพัฒนาวัตถุดิบที่ใช้ในกลุ่มธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะปลูก โดยส่วนหนึ่งเป็นการสนับสนุนการพัฒนาวัตถุดิบที่ใช้ในกลุ่มธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีฟาร์มในการพัฒนาสายพันธุ์และเพาะปลูกสับปะรดสายพันธุ์ปัตตาเวีย เพื่อใช้ในการผลิตสับปะรดกระป๋อง และ สับปะรดสดทิปโก้หอมสุวรรณ เป็นสินค้าที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และ ร้าน Squeeze Juice Bar by Tipco

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

นับจากวันแรกที่แนะนำสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณเข้าสู่ตลาดอย่างจริงจังจนกระทั่งถึงปัจจุบันรวม 5 ปีเต็ม (2554-2558) ได้รับการตอบรับอย่างดีจากลูกค้าเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ภาพรวมปี 2558 ของธุรกิจสับปะรดพันธุ์หอมสุวรรณ ยังคงเป็นสถานการณ์ตลาดขาขึ้น เพราะยังมีความต้องการของผู้บริโภคอย่างมากโดยขึ้นจากความโดดเด่นของคุณลักษณะและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณ แต่ปริมาณของผลิตผลจากฟาร์ม ในปีนี้ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากในช่วงครึ่งปีแรกทางฟาร์มพบปัญหาสถานะแห้งแล้ง ซึ่งฝนขาดช่วง จึงทำให้ปริมาณและคุณภาพของผลผลิต ลดน้อยลง แต่ในครึ่งปีหลังสถานการณ์ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตดีขึ้นเป็นไปตามแผนคาดการณ์ จึงทำให้ยอดขายในช่วงครึ่งปีหลังดีขึ้นเมื่อเทียบกับครึ่งปีแรก

สับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณ มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากสับปะรดทั่วไป ความสดสะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณมีความหอม หวาน เนื้อแน่นนุ่ม ไม่กัดลิ้น มีวิตามินสูงกว่าสับปะรดทั่วไป เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากสับปะรดทั่วไปในท้องตลาด และไม่ได้ตัดแต่งพันธุกรรมทำให้เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าเป็นอย่างมาก

ทางด้านของราคาบริษัทได้วางไว้ที่สูงปานกลางเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด เนื่องจากสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณนี้เป็นพันธุ์ที่ค่อนข้างอ่อนแอ จึงต้องมีการดูแลอย่างดีเพื่อให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพดีกว่าสับปะรดทั่วไป ลักษณะเปลือกที่บางทำให้ต้องเก็บเกี่ยวและคัดบรรจุอย่างพิถีพิถันเพื่อมิให้ชำรุดเสียหาย ซึ่งต้องใช้แรงงานจำนวนมาก แต่ก็เป็นข้อดีต่อผู้บริโภคคือ ปอกง่าย ไม่ต้องควั่นตา ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อเป็นผลสดและกลับไปปอกเองที่บ้านได้

กลุ่มลูกค้าสับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณเป็นกลุ่มกว้างตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ที่ชอบในความเป็นเอกลักษณ์ของพันธุ์นี้ และตระหนักถึงความคุ้มค่า ถึงแม้ว่าราคาจะสูงกว่าสับปะรดท้องตลาดเช่น สับปะรดศรีราชา สับปะรดภูเก็ต และอื่น ๆ

สับปะรดทิปโก้หอมสุวรรณเน้นการจัดจำหน่ายในห้างซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต(พรีเมียม) ร้านค้าทั่วไปที่คัดสรรแล้วรวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ โดยการวางจำหน่ายมี 2 ประเภทคือ จำหน่ายทั้งผล และตัดแต่งเป็นชิ้นในถุง มีเอกลักษณ์ตามแบบของทิปโก้สับปะรดพันธุ์หอมสุวรรณคือ เสียบไม้หอมสุวรรณ และติดสติ๊กเกอร์หอมสุวรรณบนแพ็ค โดยเราพยายามที่จะหาช่องทางจำหน่ายให้เพิ่มมากขึ้นให้ครอบคลุมได้ทั่วประเทศตั้งแต่ปีนี้เป็นต้นไป

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**”

กลุ่มธุรกิจสารสกัด ดำเนินธุรกิจด้านสารสกัดจากพืชประเภทต่างๆ เพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบส่วนประกอบของ อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยา โดยบริษัทมีโรงงานสกัด

สารจากพืชและสมุนไพรด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยซึ่งมีประสิทธิภาพในการสกัดและระบบความปลอดภัยในระดับสูง อีกทั้งทางบริษัทยังมีบริการครบวงจรแก่ลูกค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบอบแห้ง บดผงและผลิตเป็นสารสกัด นอกจากนี้ บริษัทยังมีบริการพัฒนากระบวนการสกัดร่วมกับลูกค้าครอบคลุมตั้งแต่ระดับทดลองในห้องปฏิบัติการ ตลอดจนผลิตจริงในระดับอุตสาหกรรม

ธุรกิจสารสกัดจากพืชนับจากปีพ.ศ.2554 เป็นต้นมา บริษัทได้ให้บริการรับจ้างสกัดสารจากพืชและสมุนไพรต่างๆ เพื่อป้อนให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ โดยปัจจุบันสินค้าและบริการของบริษัทมีด้วยกัน 2 รูปแบบหลักคือ

- บริการรับจ้างสกัดสารสกัดจากพืชและสมุนไพรตามความต้องการของลูกค้าเพื่อใช้เป็น ส่วนประกอบของอาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเครื่องสำอางและยา (OEM)
- สกัดและจำหน่ายสารสกัดจากพืชและสมุนไพรเพื่อใช้เป็นส่วนประกอบของอาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเครื่องสำอางและยา (Ingredient)

บริษัทมีโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพรด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยซึ่งมีประสิทธิภาพและระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยทางบริษัทมีบริการครบวงจรแก่ลูกค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การอบแห้ง การบดผงและการผลิตเป็นสารสกัด อีกทั้งยังมีบริการพัฒนากระบวนการสกัดร่วมกับลูกค้าเริ่มตั้งแต่ระดับทดลองในห้องปฏิบัติการ ตลอดจนผลิตจริงในระดับอุตสาหกรรม บริษัทมีความพยายามพัฒนาระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง จนผ่านเกณฑ์การรับรองมาตรฐานต่างๆ อาทิเช่น Good Manufacturing Practice หรือ GMP เป็นต้น

เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์สารสกัดที่มีคุณภาพ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า อีกทั้งเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต บริษัทมีทีมงานวิจัยและพัฒนาที่สามารถตรวจสอบมาตรฐานของสารสำคัญในเชิงปริมาณ (Standardization) โดยใช้เครื่องมือขั้นสูงได้แก่ GC และ HPLC อีกทั้งยังได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ของทางภาครัฐเพื่อพัฒนาและนำเอานวัตกรรมใหม่ๆ มาปรับใช้ในการพัฒนาสารสกัดสมุนไพร โดยนับตั้งแต่ปี 2556 บริษัทได้เริ่มนำเทคโนโลยีการกักเก็บสาร (Encapsulation technology) มาใช้ในการผลิตสารสกัด อันเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของสารสกัดให้ดียิ่งขึ้น และในปี 2558 ที่ผ่าน มา บริษัทได้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศหลายงานด้วยกัน อาทิเช่น งาน Food Ingredients, งาน Cosmetic ingredients ซึ่งจัดขึ้นที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค หรือ BITEC และ งานมหกรรมสมุนไพรไทย ซึ่งจัดขึ้นที่ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี เป็นต้น อีกทั้งยังได้มี

โอกาสเข้าร่วมงาน Health Ingredients Japan ซึ่งจัดขึ้นที่กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของบริษัท อีกทั้งยังเป็นการขยายฐานลูกค้าไปสู่ต่างประเทศ

นอกจากการรับจ้างสกัดอันเป็นธุรกิจหลักในขณะนี้ ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์สารสกัดจากพืชและสมุนไพรและจำหน่ายแล้วหลายชนิด ได้แก่ สารสกัดจากเปลือกมังคุด สารสกัดจากว่านหางจระเข้ สารสกัดทับทิม โยอาหารจากสับปะรด โยอาหารจากเนื้อมะพร้าว ผลไม้ผงจากแก้วมังกร ผลไม้ผงจากมะนาวไทย เป็นต้น

โดยในปี 2558 นับเป็นโอกาสที่ดีที่บริษัทได้แสดงศักยภาพในการสร้างรายได้และทำกำไรติดต่อกันเป็นปีที่สองนับแต่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจสารสกัดจากพืชมา อีกทั้งยังได้ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก และได้รับประกาศนียบัตรให้เป็นโรงงานที่มีกรรมมาภิบาลสิ่งแวดล้อมโรงงานหนึ่งของกระทรวงอุตสาหกรรม แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

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

3.ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้กำหนดเป็นนโยบายการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร และได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการความเสี่ยงให้เกิดประโยชน์สูงสุด ภายใต้การเปลี่ยนแปลงทั้งปัจจัยภายใน และภายนอก ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------|
| 1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (S) | 2 ความเสี่ยงด้านการเงิน (F) |
| 3 ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (T) | 4 ความเสี่ยงด้านการเมือง (P) |
| 5 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (O) | 6 ความเสี่ยงด้านกฎหมาย (C) |

ทั้งนี้การประเมินความเสี่ยงในแต่ละด้าน ได้ประเมินถึงโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เพื่อหาระดับความรุนแรงเมื่อเกิดขึ้น โดยจำแนกความรุนแรงเป็น 4 ขั้นดังนี้

สูง (High) ค่อนข้างสูง (Significant) ปานกลาง (Moderate) ต่ำ (Low)

จากการที่บริษัทฯ ได้บริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง ดำเนินการหามาตรการรองรับ เพื่อลดความรุนแรงอย่างต่อเนื่องนั้น ทำให้ปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่ปรากฏในปีที่ผ่านมาได้รับการบริหารจัดการ จนสามารถควบคุมได้ในระดับหนึ่ง คงเหลือประเด็นที่ยังมีความเสี่ยงในระดับสูง (High) ที่ดำเนินการในปีปัจจุบัน ดังนี้

1. ความสามารถในการทำกำไรในธุรกิจหลักไม่ได้ตามเป้าหมาย

ที่มา/สาเหตุ

ต้นทุนวัตถุดิบโดยเฉพาะสับปะรดในปี 2558 มีความผันผวนมาก ทั้งราคาที่สูงขึ้นมาก และปริมาณที่ลดลง ประกอบกับ ราคาขายสินค้าหลักของบริษัทฯ เป็นการตกลงราคาล่วงหน้า ในช่วงที่สับปะรดราคาไม่สูงนัก ทำให้บริษัทฯ ประสบกับภาวะขาดทุนในช่วงครึ่งปีแรก

การดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยง

บริษัทได้ปรับวิธีการรับซื้อวัตถุดิบและทำข้อตกลงรับซื้อล่วงหน้า (Contract Farming) ควบคุมต้นทุนการผลิต และปรับโครงสร้างราคาขายใหม่ ผลิตสินค้าใหม่ที่สร้างมูลค่าสูง และขยายสินค้าไปยังตลาดใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี จากมาตรการดังกล่าว ส่งผลดีขึ้นในช่วงหลังของปี

2. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ที่มา/สาเหตุ

บริษัทฯ มีการปรับโครงสร้างองค์กร และขยายธุรกิจ เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต แต่เนื่องจากความผันผวนของเศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อการวางแผนด้านบุคลากร การดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้จัดโครงการพัฒนาผู้บริหารร่วมกับ สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) ในหลักสูตร Strategic Business Management Program (SBMP) 12 วัน เพื่อพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในด้านการบริหารจัดการธุรกิจให้กับผู้บริหารระดับต้น กว่า 30 คน และกำหนดนโยบายการหมุนเวียนบทบาทหน้าที่ (Job Rotation) ให้กับผู้บริหารระดับต้นและระดับกลาง

3. ความเสียหายหรือการรั่วไหลของข้อมูลที่สำคัญของบริษัท

ที่มา/สาเหตุ

เพื่อสร้างความมั่นคงปลอดภัย และความต่อเนื่องในการดำเนินงานด้านสารสนเทศ

การดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยง

จัดตั้งทีมงานเพื่อประเมินความสำคัญของข้อมูล ภัยคุกคาม หรือความเสียหาย การรั่วไหลต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น และส่งผลกระทบ จัดทำระบบสิทธิ์ และการป้องกันการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ และจัดประชาสัมพันธ์ให้พนักงานรับทราบกฎระเบียบและนโยบายด้านความปลอดภัยทางสารสนเทศ (IT Security)

4. ความผันผวนของปริมาณและราคาวัตถุดิบ

ที่มา/สาเหตุ

ปริมาณพื้นที่เพาะปลูกสับปะรด ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักน้อยลง อีกทั้งความผันแปรของสภาพภูมิอากาศ สิ่งแวดล้อม ภัยธรรมชาติ และพฤติกรรมของการเพาะปลูกของเกษตรกร ส่งผลต่อการพยากรณ์ด้านปริมาณและราคาวัตถุดิบ

การดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ติดตั้ง Software เพื่อเป็นเครื่องมือในการติดตามการเพาะปลูกและควบคุมผลผลิตในแปลงสับปะรด มีการนำภาพถ่ายดาวเทียม GISTDA ช่วยในการแปลผลพื้นที่สับปะรดของประเทศ ร่วมกับสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) ปรับแผนการติดตามข้อมูลของหน่วยงานที่ทำหน้าที่จัดหาวัตถุดิบเพื่อปรับวิธีการพยากรณ์ได้ดีขึ้นในระดับหนึ่ง

5. ความไม่พร้อมของผู้สืบทอดตำแหน่งในตำแหน่งงานที่สำคัญ

ที่มา/สาเหตุ

การปรับโครงสร้างองค์กร และขยายธุรกิจ เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต การวางแผนด้านบุคลากรรองรับเพื่อให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

การดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้คัดเลือกตำแหน่งงานที่สำคัญ และวางแผนผู้สืบทอดในตำแหน่งนั้นๆ จ้างที่ปรึกษาเพื่อทำการประเมิน และวางแผนการพัฒนาผู้สืบทอดในตำแหน่งงานที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการทดแทนหรือขยายงานในอนาคต



4.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ



สินทรัพย์ของบริษัท และบริษัทย่อย

หน่วย:ล้านบาท

รายการ	สินญ	ประจวบ	พระนครศรีอยุธยา	เชียงใหม่	
1 ที่ดิน	28.12	***120.74	41.29	84.50	***คิดจำนอง***
2 ค่าพัฒนาที่ดิน	-	18.44	2.44	-	
3 อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	0.18	***179.63	346.48	55.68	***คิดจำนอง***
4 เครื่องใช้สำนักงาน	6.02	4.02	9.03	1.51	
5 ยานพาหนะ	1.19	(1.54)	0.72	0.00	
6 เครื่องจักรและส่วนประกอบ	0.00	222.18	1,021.62	186.79	
7 เครื่องมือเครื่องใช้	1.80	30.48	42.42	12.66	
8 ทรัพย์สินไม่มีตัวตน	45.39	0.22	0.76	0.03	
9 งานระหว่างก่อสร้าง	2.79	8.15	100.19	0.50	
10 เครื่องจักรระหว่างนำเข้า	-	-	-	-	
11 สรรองทรัพย์สินเสื่อมสภาพ	-	(20.60)	(191.64)	(31.61)	
รวม	85.49	561.72	1,373.31	310.06	2,330.58

คิดจำนองมูลค่ารวม 629.5 ล้านบาท กับสถาบันการเงิน

หมายเหตุ 1. อาคารสำนักงานที่สำนักงานใหญ่ เป็นการเช่าพื้นที่ ชั้น 24,27-29 ของบริษัท ทิปโก้ ทาสวเวอร์ จำกัด โดยมีค่าเช่าและค่าบริการรวม 14.90 ล้านบาท ต่อปี

รูปแบบเครื่องหมายการค้า	ชื่อเจ้าของ	ประเภทสินค้า/บริการ	เลขทะเบียน/ ประเทศ ที่จดทะเบียน	ระยะเวลา คุ้มครอง
	บมจ.ทิปโก้ฟู้ดส์	เครื่องดื่มน้ำแร่ธรรมชาติ น้ำเปล่า น้ำสมุนไพรที่ไม่ใช่ ในทางการแพทย์ เครื่องดื่มธัญญาหาร น้านมถั่วเหลือง เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มน้ำผลไม้ผสมวิตามินที่ไม่ใช่ ในทางการแพทย์	ก. 281009 / ประเทศไทย	10 ปี
	บมจ.ทิปโก้ฟู้ดส์	เครื่องดื่มน้ำผลไม้ น้ำผัก น้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม น้ำผลไม้ รวม เครื่องดื่มธัญญาหาร น้านมถั่วเหลือง น้ำข้าวโพด น้ำ ลูกเดือย น้ำสมุนไพรที่ใช้ในทางการแพทย์ เครื่องดื่มเกลือ แร่ เครื่องดื่มผสมวิตามิน น้ำแร่ น้ำดื่ม ชาเขียวพร้อมดื่ม ชาเขียวพร้อมดื่มผสมน้ำผลไม้ กาแฟ ชา	ก. 272041 / ประเทศไทย ก. 272789 / ประเทศไทย	10 ปี 10 ปี

นโยบายการลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจต่าง ๆ คือ ธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำผลไม้และเครื่องดื่มบรรจุพร้อมดื่ม มูลค่ารวม 398.90 ล้านบาท ธุรกิจค้าปลีก มูลค่ารวม 14.01 ล้านบาท ธุรกิจผลิตสารสกัดจากสมุนไพร จำนวน 165.99 ล้านบาท และธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางมะตอย 2,466.36 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 45.35 ของสินทรัพย์รวม

เงินลงทุนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางมะตอย บริษัทมีวัตถุประสงค์ในการถือเป็นเงินลงทุนระยะยาว โดยที่อาจมีการขายในช่วงสั้นบ้างเมื่อได้กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุน อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายการถือเงินลงทุนดังกล่าว ในอัตราร้อยละ 20-25

5.ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6.ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลทั่วไป

1.1 ข้อมูลบริษัท

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

ประกอบธุรกิจหลัก ผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรดและผลไม้รวม ปัจจุบันมีทุนชำระแล้ว 482.58 ล้านบาท

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

เลขทะเบียนบริษัท บมจ.0107535000052 Home Page www.tipco.net

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

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงาน เลขที่ 212 หมู่ 16 ตำบลอ่าวน้อย อำเภอมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงาน เลขที่ 205/1 หมู่ 2 ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ 50180

1.2 บริษัทย่อยและบริษัทร่วม**บริษัท ทิปโก้แอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน)**

ประกอบธุรกิจ ผลิตยางมะตอยและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 23.96 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 1,543.94 ล้านบาท

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

บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด

ประกอบธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายเครื่องคั้มพร้อมคั้มปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้น ในอัตราร้อยละ 50 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 600 ล้านบาท

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

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงาน เลขที่ 212 หมู่ 16 ตำบลอ่าวน้อย อำเภอมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงาน เลขที่ 90/1 หมู่ 7 ตำบลสนับทึบ อำเภอวังน้อย จังหวัด พระนครศรีอยุธยา 13170

บริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด

ประกอบธุรกิจ ผลิตสารสกัดจากสมุนไพรและการเกษตรปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 36.8 ล้านบาท

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

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงาน เลขที่ 504 ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอมือง จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 77210

บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด

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

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 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

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

1.3 บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้น : บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ข้างสถานทูตจีน) ชั้น 14

ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 0-2009-9000

ผู้สอบบัญชี: นายพรชัยกิตติปัญญางามผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 2778 และ/หรือ

นางสุวนีย์กิตติปัญญางามผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 2899

บริษัท บัญชีกิจ 87 อาคารโมเดิร์นทาวน์ชั้น 9-10 ซอยเอกมัย 3 คลองตัน กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2382-0414

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย : นายรัชชัย จรณะกรณย์

สำนักงานทนายความฯ.ชนะสงคราม

เลขที่ 52/3 ถนนพระสุเมรุ กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2282-2955

2.ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -