

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

พันธกิจ: นำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม

ความหมายของสุขภาวะที่ดี คือการมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีซึ่งต้องได้มาจากการดำเนินชีวิตโดยรวม มิใช่จากการเน้นทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ต้องใช้ทั้งวินัย และเวลา ไม่มีทางลัด ดังนั้น ทิปโก้ จึงไม่ใช่บริษัทที่มุ่งขายผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวแต่เป็นบริษัทที่เกิดมาเพื่อเรียนรู้เข้าใจการใช้ชีวิตของผู้คนและคิดค้นเพื่อนำเสนอรูปแบบการใช้ชีวิตที่นำมาซึ่งสุขภาวะที่ดีโดยใช้ผลิตภัณฑ์และบริการเป็นตัวตอบโต้ของการนำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม

วิสัยทัศน์ : เป็นบริษัทที่ขับเคลื่อนชั้นนำตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้มีส่วนร่วมทางธุรกิจ

(ผู้มีส่วนร่วมทางธุรกิจ คือ พนักงาน ผู้บริโภค คู่ค้าทางธุรกิจ ผู้ถือหุ้น ชุมชน และ สังคม)

เพื่อให้พันธกิจของบริษัทเป็นจริง 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 บริษัทฯและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจหลัก ได้แก่ ผลิตและจำหน่าย ผลไม้แปรรูป ผลไม้สด น้ำผลไม้ น้ำผัก น้ำแร่ธรรมชาติ เครื่องดื่มพร้อมดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สารสกัดจากสมุนไพรและการเกษตร โดยจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯได้วางเป้าหมายร่วมกันภายในองค์กรในด้านต่างๆไว้ดังนี้

- **เป้าหมายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์**

สร้างและรักษาความเชี่ยวชาญด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มีคุณภาพสูง โดดเด่นในด้านนวัตกรรมที่มีเอกลักษณ์ และจดสิทธิบัตรภายใต้แบรนด์ขององค์กร

- **เป้าหมายการสรรหาแหล่งวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และพันธมิตรทางธุรกิจ**

มุ่งสู่ความเป็นเลิศในการจัดหาวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และพันธมิตรทางธุรกิจที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร

● เป้าหมายในการตลาด

ค้นหาความต้องการที่แท้จริงและความต้องการแฝงของลูกค้า ตลอดจนเข้าใจกระบวนการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าและบริการอย่างลึกซึ้ง สามารถสื่อสารคุณค่าที่โดดเด่นและแตกต่างของผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ด้วยวิธีที่สร้างสรรค์และคุ้มค่าเพื่อที่จะรักษฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี พ.ศ. 2519

จดทะเบียนครั้งแรก ชื่อ บริษัท สับปะรดไทย จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 10 ล้านบาท

ปี พ.ศ. 2521-2531

บริษัทฯ เริ่มดำเนินการผลิตและส่งสับปะรดกระป๋องออกไปจำหน่ายต่างประเทศเป็นครั้งแรก กิจการของบริษัทฯ ได้ขยายตัวมาโดยตลอดและมีการเพิ่มทุนจดทะเบียนขึ้นตามลำดับ จนบริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 120 ล้านบาท วัตถุประสงค์ในการเพิ่มทุนแต่ละครั้งเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต โดยการลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัย และเพื่อขยายสายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น ผลจากการลงทุนดังกล่าวทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และมีประเภทของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดครบทุกประเภท จึงทำให้บริษัทฯ สามารถขยายฐานการตลาดออกไปได้อย่างมากโดยเฉพาะตลาดในอเมริกา ยุโรป และ ตะวันออกกลาง

ปี พ.ศ. 2532

จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2536

บริษัทฯ ขยายธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจน้ำผลไม้พร้อมดื่มผ่านทางบริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด

ปี พ.ศ. 2546

บริษัทฯ ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ปี พ.ศ. 2547

บริษัทฯ ขยายธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจค้ำปลีก ร้านผลไม้สดปั่น (Smoothie) ภายใต้แบรนด์ Squeeze Juice Bar

ปี พ.ศ. 2550

- จัดตั้งบริษัท ทิปโก้รีเทล จำกัด เพื่อรับโอนธุรกิจค้ำปลีก ร้านผลไม้สดปั่น (Smoothie) ภายใต้แบรนด์ Squeeze Juice Bar
- บริษัทฯ ลงทุนในบริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด ซึ่งมีสินทรัพย์ที่สำคัญคือ พื้นที่เพาะปลูกห้องปฏิบัติการชีววิทยา Tissue Culture Lab สำหรับคัดเลือกและขยายสายพันธุ์พืช และโรงงานสกัดสารจากพืช

ปีพ.ศ. 2552

บริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด เริ่มจำหน่ายสับปะรดพันธุ์ทิปโก้หอมสุวรรณ ซึ่งเกิดจากการพัฒนาโดยห้องปฏิบัติการชีววิทยา Tissue Culture Lab

ปี พ.ศ. 2554

บริษัทฯ ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

ปี พ.ศ.2556

บริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ Good Manufacturing Practice (GMP) จากสถาบันอาหาร (National Food Institute)

ปี พ.ศ.2557

บริษัทฯ ขยายกำลังการผลิตน้ำแร่ธรรมชาติออราเพิ่มขึ้นจากเดิม 100% เป็นประมาณ 120 ล้านขวดต่อปี

ปี พ.ศ.2559

- จัดตั้ง บริษัท ทิปโก้ ไลน์แอปเปิ้ล จำกัด เพื่อรับโอนธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลไม้แปรรูปจากบริษัท ด้วยวิธีการโอนกิจการบางส่วน (Partial Business Transfer) โดยบริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้น 100% ในบริษัท ทิปโก้ ไลน์แอปเปิ้ล จำกัด

- บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ TIPCO WAVE และ TIPCO BEAT และขยายสาขาร้านอาหาร August Organic Eatery ที่ห้างสรรพสินค้าเมกาชีดี บางนา

- บริษัทฯ ขยายธุรกิจค้าปลีกใหม่ 2 ธุรกิจ ได้แก่

○ ร้านอาหาร August Organic Eatery สาขาแรกที่ อาคาร MERCURY VILLE

○ ร้าน Homsuwan Pina Pina ที่ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน

ปี พ.ศ.2561

- บริษัทฯ ขยายกำลังการผลิตน้ำแร่ธรรมชาติออรา เปิดตัวแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ “ภูน้ำหยด” แห่งใหม่ที่ ต.พุดาม อ.วิเชียรบุรี จ.เพชรบูรณ์ มีกำลังการผลิตประมาณ 140 ล้านขวดต่อปี

- บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และขยายธุรกิจใหม่ ดังนี้

○ ทิปโก้ ฟรุตตี้ มิกซ์ สูตรน้ำผักผลไม้รวม 40% บรรจุในกล่องขนาดใหม่ 750 มิลลิลิตร

○ ทิปโก้ ฟรุตตี้ มิกซ์ สูตรน้ำผักผลไม้รวม 40% บรรจุในขวดขนาด 300 มิลลิลิตร

○ ทิปโก้ มี น้ำผลไม้ น้ำตาลน้อยและแคลอรีต่ำ มีส่วนผสมจากสารสกัดใบหญ้าหวาน (Stevia) บรรจุในขวดขนาด 225 มิลลิลิตร

○ ขยายสาขาร้านอาหาร August Organic Eatery ที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 3 และ เซ็นทรัลเวิลด์

○ ขยายสาขาเครื่องดื่ม Squeeze Juice Bar by Tipco ที่ห้างสรรพสินค้าไอคอนสยาม

การรับรองคุณภาพของสินค้ามาตรฐานสากลต่างๆโดยมีลำดับดังต่อไปนี้

- ปี พ.ศ. 2537 มาตรฐาน ISO 9002 โดยเป็นโรงงานสับปะรดกระป๋องแห่งแรกของโลกที่ได้รับมาตรฐานนี้ จากการรับรองของสำนักงานผลิตภัณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมและสถาบัน RW TUV ประเทศเยอรมัน
- ปี พ.ศ. 2538 มาตรฐาน HACCP โดยการรับรองของ เอสจีเอส (ประเทศไทย)
- ปี พ.ศ. 2543 มาตรฐาน ISO 9002 สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรด และน้ำสับปะรดเข้มข้น โดยการรับรองของ SGF International E.V./IRMA ประเทศเยอรมัน
- ปี พ.ศ. 2545 มาตรฐาน HALAL รับรองโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย
มาตรฐาน KOSHER รับรองโดย Thai Kashurt Service Co., Ltd.
- ปี พ.ศ. 2545/2546 มาตรฐาน BRC ที่ผู้ค้าปลีกในเครือสหราชอาณาจักรได้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินผู้ผลิตอาหารที่ส่งไปประเทศอังกฤษ ได้รับการรับรองโดย เอสจีเอส (ประเทศไทย) และโดย EFAIA (SAI GLOBAL)
- ปี พ.ศ. 2546 มาตรฐาน ISO 9001 version 2000 รับรองโดยเอสจีเอส (ประเทศไทย)
- ปี พ.ศ. 2547 มาตรฐาน International Food Standard (IFS) ที่ผู้ค้าปลีกในประเทศเยอรมันและฝรั่งเศส ได้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินผู้ผลิตอาหารที่ส่งไปประเทศแถบยุโรป รับรองโดย เอสจีเอส ประเทศเยอรมัน
- ปี พ.ศ. 2549 มาตรฐาน ISO 22000 ในเรื่อง Food Safety Management เป็นบริษัทผู้ผลิตอาหารรายแรกในประเทศไทยที่ได้รับมาตรฐานนี้ รับรองโดย เอสจีเอส (ประเทศไทย)
- ปี พ.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) ซึ่งต่อมาเอสจีเอส ได้ใช้ทิปโก้เป็นต้นแบบของการตรวจประเมินแบบ Integrate Audit สำหรับทั่วโลกในปีเดียวกันบริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบ GMA-SAFE AUDIT ของประเทศสหรัฐอเมริกาในเรื่อง Food Safety โดย Food Audit International (FAI)
- ปี พ.ศ. 2550/2551 ได้รับการรับรองสินค้าว่าหนทางจะเข้บดอแกนคปลอดเชื้อ ตั้งแต่การปลูกในไร่จนถึงการผลิตในโรงงาน โดยกรมวิชาการเกษตร
- ปี พ.ศ. 2551/2552 ได้รับการรับรอง IFOAM Organic Standards สินค้าว่าหนทางจะเข้บดอแกนคปลอดเชื้อตั้งแต่การปลูกในไร่จนถึงการผลิตในโรงงาน โดยสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ไทย
- ปี พ.ศ. 2552 ได้รับการรับรอง Food Safety and Food Security Audit Program ของประเทศสหรัฐอเมริกา โดย FAI (ประเทศไทย) ซึ่งผลการประเมินอยู่ในระดับ “Excellent”

รายงานแบบ 56-1 ของบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2561

ปี พ.ศ. 2553	มาตรฐาน ISO 9001 version 2008 รับรองโดย เอสจีเอส (ประเทศไทย)
ปี พ.ศ. 2554	ได้รับรางวัลธรรมมาภิบาลสิ่งแวดล้อม ของโรงงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ใบรับรองมาตรฐาน มรท.8001-2553 ระดับสมบูรณ์ขั้นริเริ่มและรางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ และสวัสดิการแรงงาน
ปี พ.ศ. 2555	เพิ่มขอบเขตของการรับรองสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าว (Coconut water) ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP / BRC / IFS และผลิตภัณฑ์ผลไม้ในถ้วยพลาสติก (Fruit in Plastic Cup) ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP/HACCP/IFS ผลิตภัณฑ์สับประรดสามารถผ่านมาตรฐานโรงงานของ TESCO และ YUM ผลิตภัณฑ์สับประรดผลไม้รวม น้ำสับประรดเข้มข้น และผลิตภัณฑ์วานิลลาสามารถแสดงเครื่องหมาย STAR K ของ Kosher ได้แล้วนอกเหนือจากการที่ได้รับการรับรองกระบวนการผลิต
ปี พ.ศ. 2556	ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพสินค้าอาหารสำหรับธุรกิจค้าปลีกประเทศอังกฤษ (British Retail Consortium, BRC) และโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพร ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ Good Manufacturing Practice (GMP) จากสถาบันอาหาร (National FoodInstitute)
ปี พ.ศ. 2557	ผ่านการรับรองเรื่อง IFS ในส่วนของผลิตภัณฑ์ Canned Coconut Milk Aseptic and Frozen pineapple single strength juice และรวมทั้งได้ Kosher เพิ่มของผลิตภัณฑ์ coconut water with pomegranate juice และ coconut water with mango flavor ผ่านการรับรองสถานภาพผู้นำของเข้า ผู้ส่งของออกระดับมาตรฐานเออีโอ
ปี พ.ศ. 2558	โรงงานของ บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด ผ่านการรับรองมาตรฐานป้องกันและแก้ไขปัญหาเสฟติคใน สถานประกอบการ (มยส.) ประจำปี 2558 ยังได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับดีเด่น ของ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และได้รับใบประกาศเกียรติคุณจากโครงการสถานประกอบการปลอดภัยเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
ปี พ.ศ. 2559	โรงงานผลิตน้ำแร่ธรรมชาติ ออรา อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการรับรองมาตรฐาน HALAL FSSC22000 GMP Codex และ HACCP Codex บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้รับการรับรองมาตรฐาน FSSC22000 จาก UKAS Management System

รายงานแบบ 56-1 ของบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2561

ปี พ.ศ. 2560 บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์ บี จำกัด ได้รับการรับรอง มาตรฐาน Halal Assurance System Status จาก ประเทศ อินโดนีเซีย ได้รับ HAS Certification Status “ A “ Grade

ปีพ.ศ. 2561 โรงงานผลิตน้ำแร่ธรรมชาติ ออรา อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับรองมาตรฐาน Food Safety System Certification (FSSC) 22000 Version 4.1 ซึ่งพัฒนาขึ้นโดยมูลนิธิเพื่อการรับรองความปลอดภัยของอาหาร เป็นตัวแทนของแนวทางใหม่ในการจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของอาหารในห่วงโซ่อุปทานของอาหาร FSSC 22000 เป็นแผนการรับรองมาตรฐานแบบสมบูรณ์ที่อ้างอิงจากมาตรฐาน ISO 22000 ซึ่งเป็นมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารระดับสากล โรงงานผลิตน้ำแร่ธรรมชาติ ออรา อำเภอเวียงชัยบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาล (Halal) และใบอนุญาตผลิตอาหาร (FDA Certification)

บริษัท ทิปโก้ ไลน์แอปเปิ้ล จำกัด ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยและคุณภาพของอาหาร ได้แก่ BRC (Unannounced audit) ระดับ A+ โดย TUV SUD , IFS (Unannounced audit) ระดับ Higher level โดย TUV SUD, Organic coconut product ได้แก่ Canned coconut water, Canned coconut milk และ Organic pineapple juice concentrate ให้การรับรองโดย Control Union มาตรฐานอาหาร HALAL ซึ่งสินค้าที่ได้รับรองเพิ่มเติม คือ Homsuwan pineapple juice in glass bottle และมาตรฐานอื่นๆที่ยังคงได้รับการรับรองเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา คือ ISO22000, GMP, HACCP, SGF, HALAL, Kosher, Fairtrade USA (Coconut water, Coconut milk), IPM, BSCI, SMETA 4 Pillar

ปี 2561 รางวัลแห่งความสำเร็จ

- แแบรนด์ “ทิปโก้” ได้รับรางวัล Marketeer No.1 Brand Thailand 2017-2018 กลุ่ม Fruit Juice (100%) และ Fruit Juice (Non-100%) จากนิตยสาร Marketeer เป็นรางวัลที่พิจารณาและตัดสินจากผลสำรวจของนิตยสาร Marketeer ร่วมกับ บริษัท วิดีโอ รีเสิร์ช อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น ทำการสำรวจความนิยมในสินค้าและบริการประเภทต่างๆของผู้บริโภคชาวไทยจำนวน 4,000 ตัวอย่าง

- แแบรนด์ “ทิปโก้” ได้รับรางวัล Superbrands Thailand’s Choice 2018 สุดยอดแบรนด์แห่งปีเป็นปีที่ 3 เป็นรางวัลที่ตัดสินจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสร้างแบรนด์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก Superbrands ได้รับการยอมรับจากนานาชาติว่าเป็นองค์กรอิสระเพียงหน่วยงานเดียวในโลก ที่เป็นผู้ตัดสินด้านความเป็นเลิศด้านการสร้างแบรนด์ จากหลายสาขาอาชีพ ทั้งทางด้านการตลาดและการสื่อสาร โดยพิจารณาจากแบรนด์ชั้นนำต่างๆถึง 1,450 แแบรนด์ภายใต้เกณฑ์ที่กำหนด คือ ความเป็นผู้นำในตลาด ความยั่งยืนของแบรนด์ ความเชื่อถือในแบรนด์ของ

ลูกค้า ความนิยมในตัวแบรนด์ และการยอมรับโดยรวมในตลาด ซึ่งผลการคัดเลือกจะมุ่งเน้นที่ภาพพจน์ของแบรนด์และภาพลักษณ์ของสินค้า ความโดดเด่นของแบรนด์ เจตนารมณ์ของแบรนด์ ความภักดีของลูกค้า ความเชื่อถือและความรู้สึกผูกพันกับสินค้าด้วย

- แบรนด์ “ทิปโก้” ได้รับรางวัล The Most Powerful Brands of Thailand 2018 กลุ่มน้ำผลไม้ ซึ่งเป็นรางวัลที่ตัดสินจากการสำรวจและวิจัยจากผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้บริโภคสินค้าและบริการต่างๆ จำนวน 12,400 ตัวอย่างที่เกี่ยวกับความนิยมในแบรนด์ผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ และครบทุกมิติ ซึ่งผลวิจัยสรุปปัจจัยที่สำคัญ 3 องค์ประกอบหลัก คือ การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) ชีตความสามารถขององค์กร (Corporate Competency) แล การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถอธิบายแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จสำหรับตลาดในประเทศไทย

- โรงงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ปีที่ 8 จากผู้ว่าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ห้องเกาะหลักศาลากลางจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

- โรงงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับที่ 1 ในการประกวดการนำเสนอการดำเนินงานของชมรมทูป็นัมเบอร์วัน ในระดับจังหวัด ณ โรงแรมหาดทอง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

- โรงงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับรางวัลโครงการยกระดับโรงงานสู่มาตรฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสฟติดในสถานประกอบการ (มยส.) ต่อเนื่อง ประจำปี 2561

- โรงงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นประเภทบริหารงานคุณภาพ ประจำปี 2561

- โรงงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับรางวัลสถานประกอบการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2561 ระดับประเทศ ปีที่ 2 ระดับทอง

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

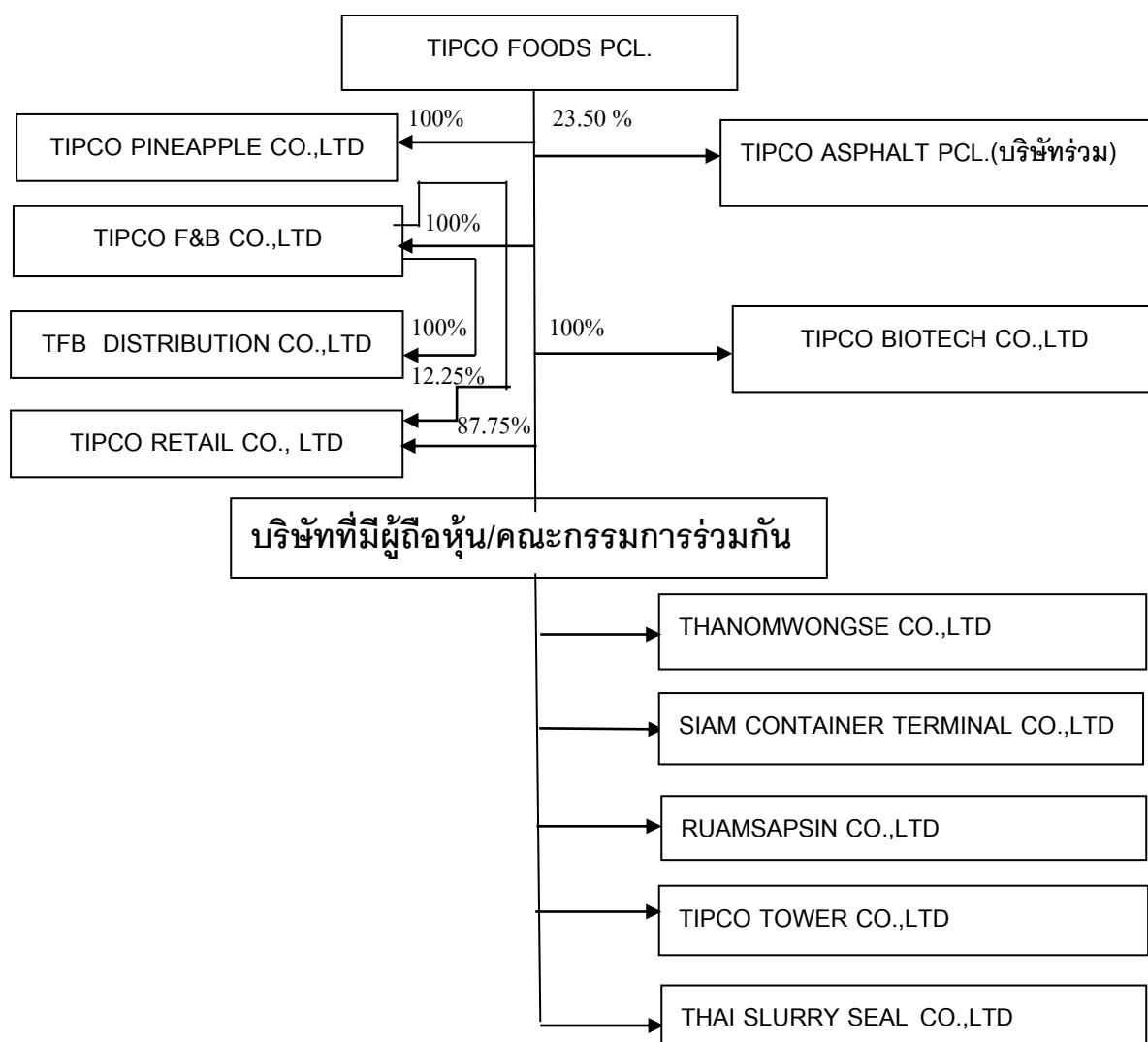
นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทฯในกลุ่ม

ทีมผู้บริหารของบริษัท จะรับผิดชอบดูแลการดำเนินงานในบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ทิปโก้ ไลน์แอปเปิ้ล จำกัด บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด บริษัท ทิปโก้รีเทล จำกัด บริษัท ทิปโก้ไบโอเทค จำกัด และ บริษัท ทีเอฟบี ดิสทริบิวชั่น จำกัด(เรียกรวมเป็น กลุ่มธุรกิจอาหาร ทิปโก้)โดยที่บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องอื่นมีทีมบริหารแยกต่างหากจากกัน

รายงานแบบ 56-1 ของบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2561

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ บริษัทย่อยบริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน

แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์



ข้อมูลของบริษัทย่อย บริษัทร่วม และ บริษัทที่เกี่ยวข้อง

1. บริษัท ทิปโก้แอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน) (TASCO)

ประเภทกิจการ: โรงงานผลิตและจำหน่าย ขางแอสฟัลท์ ขางมะตอยน้ำ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากขางมะตอย หรือมีส่วนผสมของ ขางมะตอยอื่นๆ และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมทุกชนิด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6000

ทุนจดทะเบียน : 1,579.34 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 1,574.82 ล้านบาท

หลักทรัพย์ : เป็นหลักทรัพย์รับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2534

คณะกรรมการ : นางสาวลักขณา ทรัพย์สาคร

นายสมจิตต์ เศรษฐิน

นายชัยวัฒน์ ศรีวรรณวัฒน์

นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร

ประธานกรรมการ

กรรมการผู้จัดการใหญ่

กรรมการผู้จัดการ

กรรมการ

รายงานแบบ 56-1 ของบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2561

นายแอร์ฟเว่ เลอ บุค	กรรมการ
นายจาคส์ มาร์แชล ปาสเตอร์	กรรมการ
นายจาคส์ หลุยส์ อีฟ มารี มาร์แชล	กรรมการ
นายชายน้อย เพื่อน โกสุม	กรรมการอิสระ
นายปานเฉลิม สุทธธรรม	กรรมการอิสระ
นางแอนน์ แมรี มาร์เชต์	กรรมการอิสระ
นายโก บัน เฮ็ง	กรรมการอิสระ
นายนิพนธ์ สุทธิชัย	กรรมการอิสระ
นายณพพร เทพลีธา	กรรมการอิสระ
นายพีรศิลป์ ศุภผลศิริ	กรรมการอิสระ
นายเฟรเดริก ซอง ปีแอร์ การ์ด	กรรมการอิสระ

2. บริษัท สยามคอนเทนเนอร์เทอร์มินอล จำกัด

ประเภทกิจการ: สถานีตรวจและรับจ้างบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์ โดยทำการขนส่งสินค้า ในระบบตู้คอนเทนเนอร์ ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เพื่อนำเข้าและส่งออก

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6000

ทุนจดทะเบียน : 105 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 105 ล้านบาท

คณะกรรมการ :	นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นางสาวลลิตา ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวปิยะรัตน์ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายณรงค์ชัย อำนวยโชคหิรัญ	กรรมการ

3. บริษัท ถนนม่วงส์บริการ จำกัด

ประเภทกิจการ : เป็นผู้รับเหมาก่อสร้างอาคาร ถนน ซ่อมบำรุง และบริการขนส่ง

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6000

ทุนจดทะเบียน : 2,500 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 2,500 ล้านบาท

คณะกรรมการ :	นางสาวลลิตา ทรัพย์สาคร	ประธานกรรมการ
	นายชัยวัฒน์ ศรีวรรณวัฒน์	กรรมการ
	นายสมจิตต์ เสรฐิน	กรรมการ
	นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายฟาเบียง สเตฟาน ลุด จิล	กรรมการ
	นายอุกส์ เอ็มมานูเอล มารี เดอซองส์ เดอแซงต์-เลเชร์	กรรมการ
	นายจาคส์ หลุยส์ อีฟ มารี มาร์แชล	กรรมการ
	นายจาคส์ มาร์แชล ปาเตอร์	กรรมการ

รายงานแบบ 56-1 ของบริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2561

4. บริษัท รวมทรัพย์สิน จำกัด

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

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6000

ทุนจดทะเบียน : 80 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 80 ล้านบาท

คณะกรรมการ	: นางสาวลลิตา ททรัพย์สาคร	ประธานกรรมการ
	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นายสิทธิลาภ ททรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายสุรเชษฐ์ ททรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวรวมสิน ททรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวปิยะรัตน์ ททรัพย์สาคร	กรรมการ

5. บริษัท ทิปโก้ ทาวเวอร์ จำกัด

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

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6000

ทุนจดทะเบียน : 400 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 400 ล้านบาท

คณะกรรมการ	: นางสาวลลิตา ททรัพย์สาคร	ประธานกรรมการ
	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นายสิทธิลาภ ททรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายสุรเชษฐ์ ททรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวรวมสิน ททรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางสาวปิยะรัตน์ ททรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายสามารถ รูปจินดา	กรรมการ

6. บริษัท ไทยสเลอรี ซิล จำกัด

ประเภทกิจการ : เป็นผู้รับเหมาก่อสร้างอาคาร ถนน ซ่อมบำรุง และบริการขนส่ง

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6000

ทุนจดทะเบียน : 497.33 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 497.33 ล้านบาท

คณะกรรมการ	: นางสาวลลิตา ททรัพย์สาคร	ประธานกรรมการ
	นายสมจิตต์ เสริมฐิน	กรรมการ
	นายสิทธิลาภ ททรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายชัยวัฒน์ ศรีวรรณวัฒน์	กรรมการ
	นายอุกส์ เอ็มมานูเอล มารี เดอซองส์ เดอแซงต์-เลเชร์	กรรมการ
	นายฟาเบียง สเตฟาน ลูค จิล	กรรมการ
	นายจาคส์ หลุยส์ อีฟ มารี มาร์แชล	กรรมการ
	นายจาคส์ มาร์เซล ปาเตอร์	กรรมการ

รายงานแบบ 56-1 ของบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2561

7.บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด

ประเภทกิจการ : ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำพร้อมดื่ม

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6200

ทุนจดทะเบียน : 600 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว: 600 ล้านบาท

คณะกรรมการ :	นางสาวลัดดา ทวีทรัพย์สาร	ประธานกรรมการ
	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นายสมจิตต์ เศรษฐิน	กรรมการ
	นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
	นายโชคชัย โตเจริญธนาผล	กรรมการ
	นายสิทธิธาดา ทวีทรัพย์สาร	กรรมการ
	นายลือชา พิศุทธิ์การ	กรรมการ

8. บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด

ประเภทของกิจการ : ร้านค้าปลีก เครื่องดื่มและอาหาร

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6200

ทุนจดทะเบียน : 200 ล้านบาท

ทุนเรียกชำระแล้ว : 200 ล้านบาท

คณะกรรมการ :	นางสาวลัดดา ทวีทรัพย์สาร	ประธานกรรมการ
	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นายสมจิตต์ เศรษฐิน	กรรมการ
	นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
	นายโชคชัย โตเจริญธนาผล	กรรมการ
	นายสิทธิธาดา ทวีทรัพย์สาร	กรรมการ
	นายลือชา พิศุทธิ์การ	กรรมการ

9. บริษัท ทิปโก้ ไบโอดีท จำกัด

ประเภทของกิจการ: ทำฟาร์ม ปลูกพืช และสมุนไพร ซึ่งใช้เป็นส่วนผสมในการเกษตรกรรม รวมทั้งจัดตั้งโรงงานเพื่อการผลิตหรือแปรรูปส่วนผสมของเภสัชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6200

ทุนจดทะเบียน : 50 ล้านบาท

ทุนเรียกชำระแล้ว : 36.8 ล้านบาท

คณะกรรมการ :	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	ประธานกรรมการ
	นายสมจิตต์ เศรษฐิน	กรรมการ
	นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
	นายโชคชัย โตเจริญธนาผล	กรรมการ
	นายสิทธิธาดา ทวีทรัพย์สาร	กรรมการ
	นายลือชา พิศุทธิ์การ	กรรมการ

รายงานแบบ 56-1 ของบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2561

10. บริษัท ทีเอฟพี ดิสทริบิวชั่น จำกัด

ประเภทของกิจการ : จัดจำหน่ายขายปลีก ขายส่ง

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6200

ทุนจดทะเบียน : 1 ล้านบาท

ทุนเรียกชำระแล้ว : 0.25 ล้านบาท

คณะกรรมการ	: นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
	นายลือชา พิเศษฐการ	กรรมการ
	นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ

11. บริษัท ทิปโก้ ไลน์แอปเปิ้ล จำกัด

ประเภทกิจการ : ผลิตและส่งออกสับประรดกระป๋อง น้ำสับประรดและผลไม้รวม

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 118/1 ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2273-6200

ทุนจดทะเบียน : 700 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว : 700 ล้านบาท

คณะกรรมการ	: นางสาวลัดกษณา ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นางอนุรัตน์ เทียมทัน	กรรมการ
	นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร	กรรมการ
	นายเอกพล พงศ์สถาพร	กรรมการ
	นายโชคชัย โตเจริญธนาผล	กรรมการ
	นายลือชา พิเศษฐการ	กรรมการ

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่

บุคคลที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน

ส่วนได้เสียของผู้บริหารในบริษัทฯ รายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกัน บริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้องบางบริษัทเป็นลูกค้านของบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) บางบริษัทเป็น Supplier ให้บริการขนส่งสินค้าหรือวัตถุดิบโดยที่ราคาของสินค้าที่ขายให้หรืออัตราค่าบริการที่บริษัทดังกล่าวคิดกับบริษัทฯ จะเป็นราคาตลาดมีนโยบายราคาระหว่างกันเป็นไปตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 6 และไม่มีสัญญาผูกพันระหว่างกันโดยคณะกรรมการของบริษัทที่มีส่วนได้เสียในฐานะกรรมการหรือเป็นผู้ถือหุ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. นางสาวลัดกษณา ทรัพย์สาคร
2. นางอนุรัตน์ เทียมทัน
3. นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร
4. นายสมจิตต์ เสรยฐิน
5. นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร
6. นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร

รายงานแบบ 56-1 ของบริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2561

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการของบริษัทฯกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันที่สำคัญ มีดังนี้

บริษัทที่เกี่ยวข้อง	ประเภทและลักษณะธุรกิจ	ความสัมพันธ์กับบริษัทที่เกี่ยวข้อง	ความสัมพันธ์กับบริษัท/ ชื่อผู้ถือหุ้นและร้อยละของหุ้นที่ถือต่อ หุ้นทั้งหมดในบริษัทที่เกี่ยวข้อง
บจ.ถนนวงศ์บริการ	จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ปิโตรเลียมรับเหมา ก่อสร้างอาคาร ถนน และซ่อมบำรุงผิว	นางสาวลลิตกษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสมจิตต์ เสรฐฐิน กรรมการ	นางสาวลลิตกษณา ทรัพย์สาคร 1หุ้น นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 1หุ้น -ไม่มี- -ไม่มี-
บมจ.ทิปโก้แอสฟัลท์	ผลิตและจำหน่ายยาง แอสฟัลต์อิมัลชันและ จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง	นางสาวลลิตกษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสมจิตต์ เสรฐฐิน กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ	บมจ.ทิปโก้ฟูดส์ 23.50%
บจ.สยามคอนเทนเนอร์ เทอร์มินอล	ทำการจัดตั้งสถานีบรรจุ และรับจ้างบรรจุ สินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์ และทำธุรกรรมด้าน ขนส่งและบริการด้าน Shipping	นางสาวลลิตกษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ	นางสาวลลิตกษณา 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	นางสาวลลิตกษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร กรรมการ	นางสาวลลิตกษณา ทรัพย์สาคร 20.00% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 20.00% นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 20.00% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 20.00% -ไม่มี-
บจ.ทิปโก้ ทาวเวอร์	ค่าเช่า,บริการสำนักงาน รับเหมาก่อสร้างอาคาร ถนนและรับทำงานโยธา ทุกประเภท	นางสาวลลิตกษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นางอนุรัตน์ เทียมทัน กรรมการ นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสุรเชษฐ์ ทรัพย์สาคร กรรมการ	นางสาวลลิตกษณา ทรัพย์สาคร 20.00% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 20.00% นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 20.00% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 20.00% -ไม่มี-
บจ.ไทยสเลอรี่ ซิด จำกัด	สร้างและซ่อมแซมถนน	นางสาวลลิตกษณา ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร กรรมการ นายสมจิตต์ เสรฐฐิน กรรมการ - -	นางสาวลลิตกษณา ทรัพย์สาคร 7.50% นายสิทธิลาภ ทรัพย์สาคร 7.50% -ไม่มี- นางสาวรวมสิน ทรัพย์สาคร 7.50% นางอนุรัตน์ เทียมทัน 0.84%

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ที่เกิดจากการขายผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้กับลูกค้าภายนอก ในระยะ 3 ปี

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น ของบริษัท	ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
			รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
ผลิตภัณฑ์จากพืชผักและผลไม้	บจ.ทิปปัก ไร่โอท็อป	100						
	บจ.ทิปปัก ไร่แอปเปิ้ล	100	2,394	45%	2,092	43%	1,697	40%
เครื่องดื่ม	บมจ.ทิปปักฟู๊ดส์							
	บจ.ทิปปัก ไร่เทรล	100						
	บจ.ทิปปัก เอฟแอนด์บี	100	2,788	53%	2,674	55%	2,429	57%
อื่นๆ			91	2%	104	2%	122	3%
รวม			5,273	100%	4,870	100%	4,248	100%

ธุรกิจคอนซูเมอร์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ของธุรกิจคอนซูเมอร์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หลัก มีดังนี้

■ น้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่ม ได้แก่

1. ทิปปัก น้ำผลไม้ 100% บรรจุในกล่องขนาด 200 มิลลิลิตร และ 1 ลิตร
2. ทิปปัก สควิซ น้ำผลไม้ และน้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100% แบบพาสเจอร์ไรส์ บรรจุในกล่อง 300 มิลลิลิตร และ 1 ลิตร
3. ทิปปัก เวจี น้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100% บรรจุในกล่องขนาด 200 มิลลิลิตร และ 1 ลิตร
4. ทิปปัก ซุปเปอร์คิด น้ำผลไม้และน้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 100% สำหรับเด็ก บรรจุในกล่อง ขนาด 110 มิลลิลิตร
5. ทิปปัก ซุปเปอร์ฟรุต เอสเซนส์ น้ำทับทิมสกัดเข้มข้น บรรจุในกล่องขนาด 110 มิลลิลิตร
6. ทิปปัก คูลฟิต น้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม 40% บรรจุในกล่องขนาด 200 มิลลิลิตร และ 1 ลิตร
7. ทิปปัก โปรไฟเบอร์ น้ำผักผสมน้ำผลไม้และใยอาหารรวม 100% บรรจุในกล่องขนาด 1 ลิตร
8. ทิปปัก ฟรุตตี้ มิกซ์ สูตร น้ำผักผลไม้รวม 40% บรรจุในกล่องขนาด 225 มิลลิลิตร
9. ทิปปัก ฟรุตตี้ มิกซ์ สูตร น้ำผักผลไม้รวม 40% บรรจุในกล่องขนาดใหม่ 750 มิลลิลิตร
10. ทิปปัก ฟรุตตี้ มิกซ์ สูตร น้ำผักผลไม้รวม 40% บรรจุในขวดขนาด 300 มิลลิลิตร
11. ทิปปัก มี น้ำเบอร์รี่มิกซ์ และน้ำแอปเปิ้ลผสมน้ำองุ่นรวม บรรจุในกล่องขนาด 1 ลิตร
12. ทิปปัก มี น้ำผลไม้หวานน้อยและแคลอรีต่ำ มีส่วนผสมจากสารสกัดใบหญ้าหวาน (Stevia) บรรจุในขวดขนาดพกพา 250 มิลลิลิตร

■ น้ำแร่ธรรมชาติ

ออรา น้ำแร่ธรรมชาติ 100% บรรจุขวดขนาด 330 มิลลิลิตร 500 มิลลิลิตร และ 1.5 ลิตร ปัจจุบัน บริษัทฯ มีแหล่งผลิตน้ำแร่ธรรมชาติจำนวน 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติที่ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแหล่ง น้ำพุเย็น ขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีกำลังการผลิตประมาณ 120 ล้านขวดต่อปี
2. แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติแห่งใหม่ที่ ตำบลพุดาม อำเภอเวียงชัยบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นต้นกำเนิด น้ำแร่ธรรมชาติที่ชื่อว่า ภูน้ำหยด มีกำลังการผลิตประมาณ 140 ล้านขวดต่อปี เริ่มการผลิตในช่วง ไตรมาสที่ 4 ปี 2561

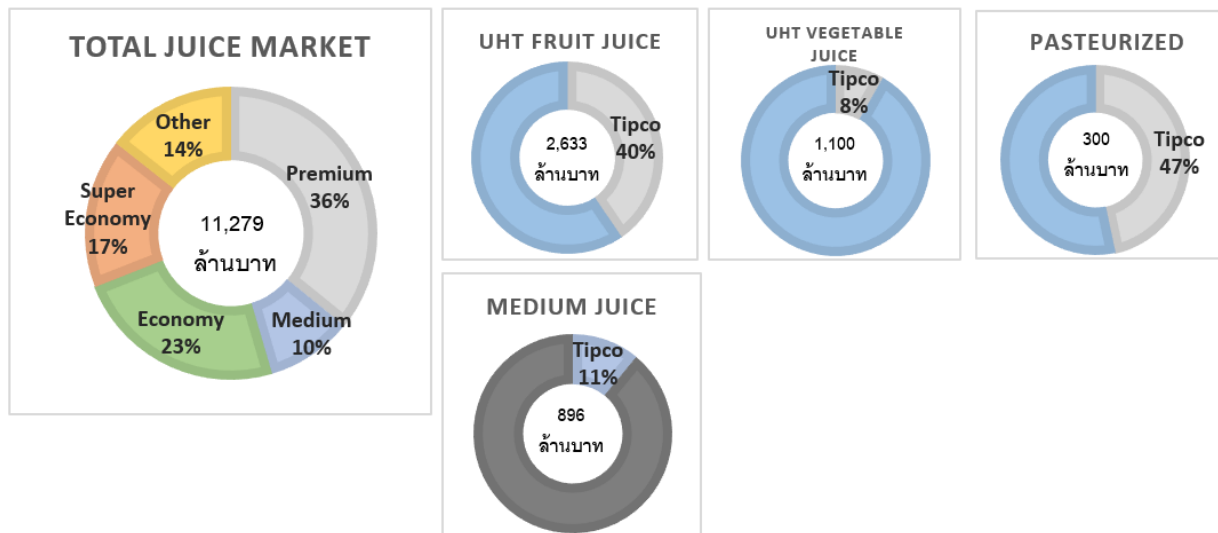
การตลาดและการแข่งขันทางธุรกิจของธุรกิจคอนซูเมอร์

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

■ น้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่ม

ในปี 2562 แนวโน้มการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจากธรรมชาติ ปลอดภัยยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพมากขึ้นของผู้บริโภค นอกจากนี้ ในปัจจุบัน ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสารอาหารและคุณประโยชน์ที่จะได้รับ เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพ

ภาพรวมตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่มของประเทศไทยในปี 2561 และส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัท มีดังนี้



ที่มา: The Nielsen Company (Thailand) Limited

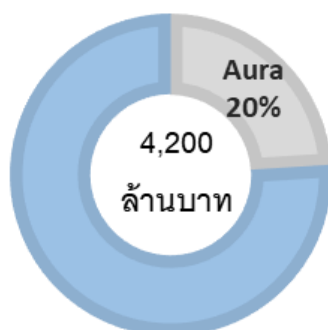
ในปี 2561 ตลาดน้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่มในประเทศไทย มีมูลค่า 11,279 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11 เนื่องจากกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศยังไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควร และตลาดเครื่องดื่มได้รับผลกระทบจากภาษีความหวานในเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้น ทำให้การแข่งขันในตลาดเครื่องดื่มรุนแรงมากขึ้น เพื่อแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาด อย่างไรก็ดีตาม บริษัทฯยังคงความเป็นผู้นำอันดับ 1 ในตลาดผลไม้และน้ำผัก 100 % ไว้ได้จากการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จึงได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทฯ ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด เช่น ทิปโก้ ฟรุตตี้ มิกซ์ บรรจุกล่องขนาดใหม่ 750 มิลลิลิตร และ ทิปโก้ มี บรรจุในขวดพกพาขนาด 250 มิลลิลิตร เป็นต้น เพื่อตอบโจทย์กลุ่มคนรักสุขภาพ และเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

จากแนวโน้มการดูแลสุขภาพที่มีเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคยังต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครบถ้วน บริษัทฯ เชื่อว่าตลาดน้ำผลไม้และผักพร้อมดื่มในปี 2562 จะกลับมาฟื้นตัวได้ โดยบริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนา เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพสำหรับผู้บริโภคต่อไป

■ น้ำแร่ธรรมชาติ

ในปี 2561 ตลาดน้ำแร่มีมูลค่า 4,200 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 6 โดยน้ำแร่ธรรมชาติออรา ครองส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 2 ที่ร้อยละ 20 ตลาดน้ำแร่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากพฤติกรรมทางเลือกซื้อเครื่องดื่มที่เป็นประโยชน์และดีต่อสุขภาพ น้ำแร่จึงเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากกว่าน้ำดื่มทั่วไป บริษัทฯ คาดว่าแนวโน้มตลาดน้ำแร่ จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง และบริษัทฯ ได้ขยายกำลังการผลิตน้ำแร่ธรรมชาติออราแหล่งใหม่ ด้วยแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ “ภูน้ำหยด” ที่ ตำบลพุดาม อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีกำลังการผลิตประมาณ 140 ล้านขวดต่อปี และในปัจจุบันแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติออราที่ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ทำการผลิตน้ำแร่เพิ่มกำลังการผลิตที่ประมาณ 120 ล้านขวดต่อปี

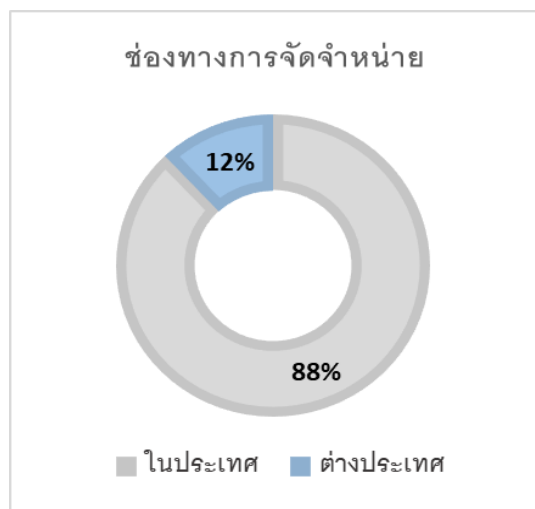
ภาพรวมตลาดน้ำแร่ของประเทศไทยในปี 2561 และส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัท



กลยุทธ์ในการแข่งขัน

1. รักษามาตรฐานในการผลิตสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต
2. ค้นคว้า วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพ ประโยชน์สูง รวมทั้งคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
3. วางแผนจัดซื้อวัตถุดิบในการผลิต คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และเลือกวิธีจัดเก็บวัตถุดิบให้ได้คุณค่าทางอาหารสูงสุด
4. กลยุทธ์กระจายสินค้าโดยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่มีความหลากหลายมากขึ้น

ตลาดหลักของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์



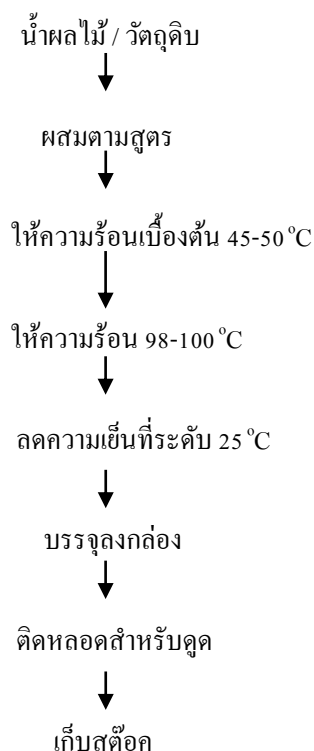
ช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศ มีสัดส่วนร้อยละ 88 ของยอดขาย แบ่งเป็น 2 ส่วนหลักๆ ดังนี้

1. จัดจำหน่ายผ่านผู้แทน (Distributor) ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัทฯ
2. บริษัทฯเป็นผู้จัดจำหน่ายเองโดยการจัดบูธร้านจำหน่ายสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่ายพิเศษอื่นๆ

ช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ เป็นช่องทางหนึ่งที่มีการขยายตัว และผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาดต่างประเทศ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ มีสัดส่วนร้อยละ 12 ของยอดขาย

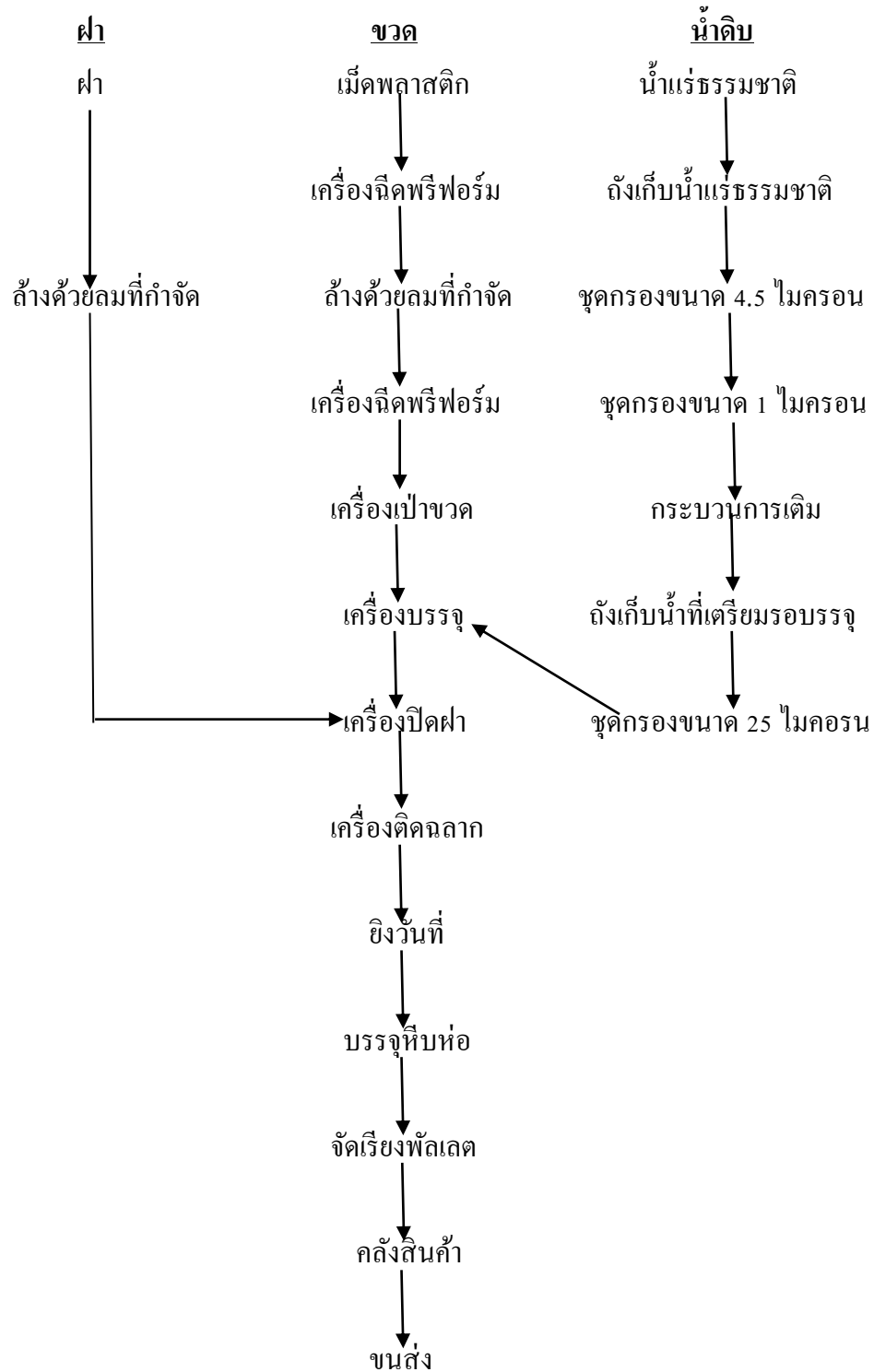
ขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิต

แผนผังโดยย่อของกรรมวิธีการผลิตน้ำผลไม้ / เครื่องดื่มพร้อมดื่ม



ขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิต

แผนผังโดยย่อของกรรมวิธีการผลิตน้ำแร่ธรรมชาติ



ธุรกิจผลไม้แปรรูป

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (ธุรกิจผลไม้แปรรูป)

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หลัก ดังนี้

1. สับประดกระป๋อง (Canned Pineapple)
2. น้ำสับประดเข้มข้น (Pineapple Juice Concentrate)
3. สับประดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อ (Aseptic Crushed)
4. สับประดบรรจุในถ้วยพลาสติก (Pineapple in plastic cup)
5. สับประดบรรจุในถุง retort pouch (Pineapple in retort pouch)
6. ผลไม้รวมบรรจุกระป๋อง (Canned Tropical Fruit Salad)
7. ผลไม้รวมบรรจุในถ้วยพลาสติก (Tropical fruit salad in plastic cup)
8. วุ้นหางจระเข้กระป๋อง (Canned Aloe Vera)
9. วุ้นหางจระเข้ละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อ (Aseptic Crush)
10. วุ้นหางจระเข้บรรจุในถุง retort pouch
11. ผลิตภัณฑ์กะทิบรรจุในกระป๋องและน้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋อง

การตลาดและการแข่งขันทางธุรกิจ (ธุรกิจผลไม้แปรรูป)

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

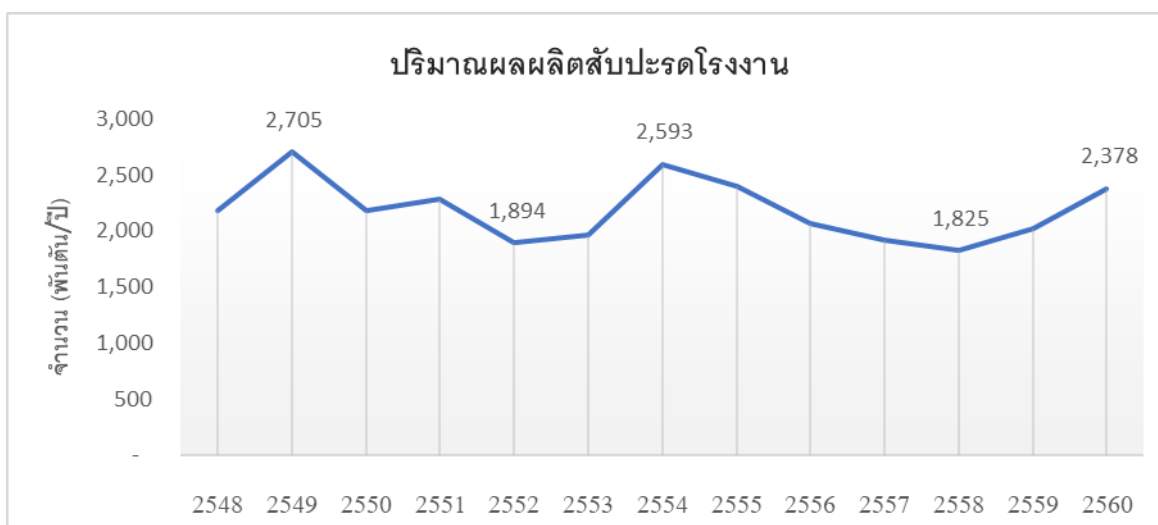
■ แนวโน้มความต้องการของตลาดส่งออก และราคาขายผลิตภัณฑ์

ในปี 2562 บริษัทฯ คาดว่า ความต้องการของตลาดผลไม้แปรรูปในต่างประเทศยังคงทรงตัว ยังมีการชะลอการสั่งซื้อผลไม้แปรรูปในไตรมาสที่ 1 โดยเฉพาะสับประดกระป๋องและน้ำสับประดเข้มข้น เนื่องจากผู้นำเข้าส่วนหนึ่งยังคงมีสินค้าอยู่ในคลังสินค้าจากการสั่งซื้อสินค้าจากช่วงปลายปี 2561 ซึ่งเป็นช่วงที่สินค้ามีราคาต่ำกว่าปกติ ประกอบกับการเพิ่มกำลังการผลิตของผู้ประกอบการในประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อว่าปริมาณส่งออกผลไม้แปรรูป จะขยับตัวสูงขึ้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เป็นต้นไป

■ แนวโน้มปริมาณผลผลิตและราคาวัตถุดิบ

สืบเนื่องจากช่วงปลายปี 2558 ปริมาณสับประดที่ออกสู่ในตลาดลดลงอย่างมากจนเกิดภาวะสับประดขาดตลาด ส่งผลให้ราคาปรับตัวสูงขึ้น ชาวไร่ส่วนใหญ่จึงหันมานิยมปลูกสับประดเพิ่มขึ้นอย่างมาก ประกอบกับการเพิ่มผลผลิตของประเทศอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ และความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์สับประดในตลาดโลก โดยเฉพาะน้ำสับประดเข้มข้นลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ในปี 2561 เกิดภาวะชะลอตัวในการสั่งซื้อจากลูกค้าในต่างประเทศ ส่งผลให้ราคาสับประดปรับตัวลดลงต่ำที่สุดในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา

ในปี 2562 บริษัทฯ คาดการณ์ว่าปริมาณสับประดผลสดออกสู่ตลาดจะลดลง เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แต่ยังคงเพียงพอต่อความต้องการของตลาด และคาดว่าราคาสับประดจะปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อย ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ซึ่งเป็นความท้าทายในการควบคุมต้นทุนการผลิตของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในด้านราคากับคู่แข่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

1. บริหารจัดการวัตถุดิบด้วย ระบบ Contract Farming, Big Grower, Quality Grower ทำให้บริษัทฯ ได้รับประโยชน์ทั้งในแง่ปริมาณและความต่อเนื่องของวัตถุดิบ และการควบคุมคุณภาพ และต้นทุนของวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความหลากหลายของสินค้า จากความสามารถในการผลิตสับปะรดกระป๋องได้หลากหลายทั้งในแง่ของขนาดกระป๋องที่ใช้บรรจุ ประเภทการดัดขึ้นสับปะรด และน้ำที่ใช้บรรจุ ซึ่งทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดต่างๆ ได้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคซึ่งมีความต้องการแตกต่างกัน
3. รักษาคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพสินค้าให้กับผู้นำเข้า และผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นการรักษามาตรฐานต่างๆ ที่บริษัทฯ ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เป็นที่

ยอมรับในระดับนานาชาติ รวมทั้งชื่อเสียงของบริษัทฯ ในด้านการผลิตที่มีมาอย่างยาวนาน เพื่อเป็นสิ่งที่จะสามารถยืนยันได้ถึงคุณภาพของสินค้าและบริการของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี

ตลาดหลักของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ในเชิงภูมิศาสตร์ ตลาดหลักของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ภูมิภาคหลัก ดังนี้

1. ทวีปอเมริกา รวมถึงประเทศแคนาดา สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศในแถบลาตินอเมริกา โดยมีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้าที่มีมูลค่าสูงสุดของบริษัทฯ ซึ่งมีมูลค่าการจำหน่ายประมาณร้อยละ 33 ของปริมาณการส่งออกของบริษัทฯ ในอดีตบริษัทฯ เคยมีความได้เปรียบทางการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากระบบภาษีคุ้มครองตลาดของกระทรวงพาณิชย์ของสหรัฐอเมริกาที่มีต่อบริษัททั่วไป แต่จากการยกเลิกภาษีคุ้มครองตลาดดังกล่าวในปี พ.ศ. 2547 ทำให้การแข่งขันในตลาดดังกล่าวมีความรุนแรงมากขึ้น
2. ทวีปยุโรป และกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก และสหพันธรัฐรัสเซีย การจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ไปยังกลุ่มประเทศดังกล่าวมีส่วนใกล้เคียงกับประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 33 ของปริมาณการส่งออกของบริษัทฯ ตลาดกลุ่มนี้เป็นตลาดหลักสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรดเข้มข้นซึ่งส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายให้กับ Blending houses ต่างๆ ในกลุ่มประเทศยุโรป ในส่วนสับปะรดกระป๋องกลุ่มตลาดนี้เป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อราคามากที่สุด ส่วนหนึ่งเนื่องจากสามารถยอมรับคุณภาพของสินค้าได้หลากหลายทำให้มีผู้ผลิตที่สามารถจำหน่ายเข้าไปในตลาดนี้มีจำนวนมากและหลากหลายเช่นกัน
3. ทวีปเอเชีย รวมถึงออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ลูกค้ายในกลุ่มนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าญี่ปุ่นมีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงและทำการค้าโดยอาศัยความเชื่อใจต่อกันเป็นอย่างมาก มีมูลค่าการค้าประมาณร้อยละ 19 ของปริมาณการส่งออกของบริษัทฯ ปัจจุบันเป็นลูกค้าหลักสำหรับผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้บดละเอียดบรรจุถุงปลอดเชื้อซึ่งมียอดสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง
4. กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง ปัจจุบันมีส่วนประมาณร้อยละ 15 ของปริมาณการส่งออกของบริษัทฯ นับว่าเป็นอีกตลาดที่มีศักยภาพ เนื่องจากมีรายได้ต่อประชากรที่สูงและมีความต้องการในการบริโภคสับปะรดกระป๋อง สาเหตุหลักมาจากสภาพเศรษฐกิจในยุโรปและยุโรปตะวันออกมีความซบเซาลงเนื่องจากประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและความต้องการบริโภคในตลาดดังกล่าว กลุ่มประเทศในตะวันออกกลางจึงเป็นเป้าหมายทางการตลาดที่ผู้ประกอบการทั้งหมดพยายามที่จะขยายเข้าไปเพื่อทดแทนส่วนการตลาดที่หดหายจากกลุ่มประเทศยุโรปและยุโรปตะวันออก

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะของฤดูกาลหรือวัฏจักรการประกอบธุรกิจ

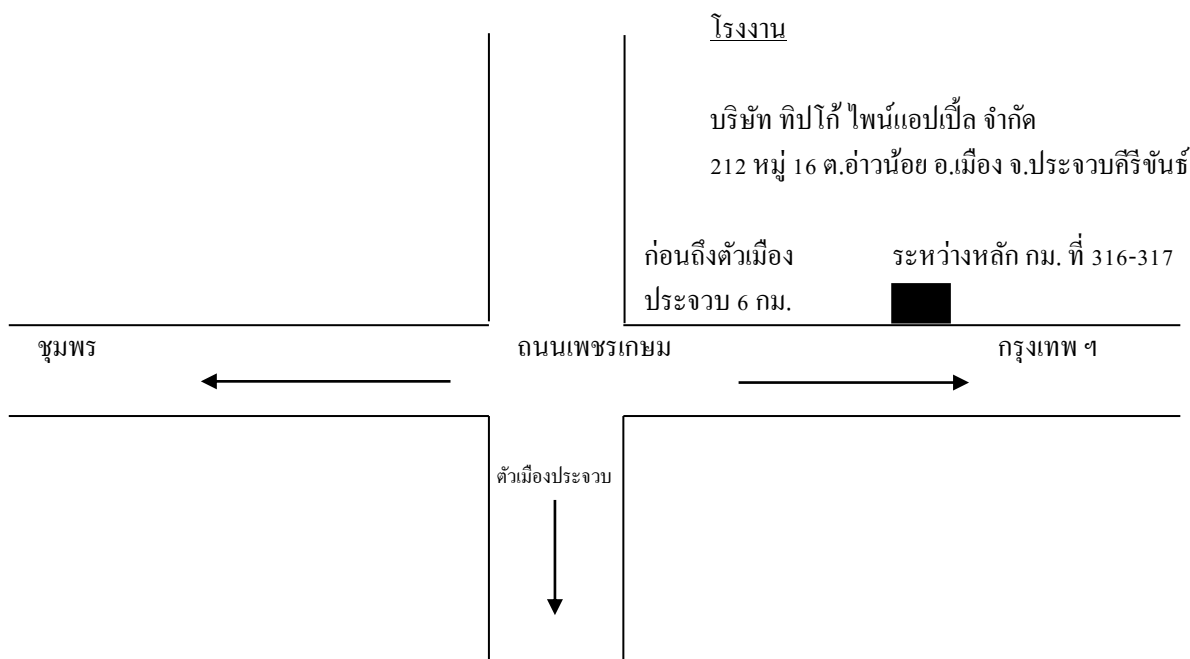
โดยปกติบริษัทจะทำการผลิต 11 เดือนใน 1 ปี และปิด 1 เดือนเพื่อทำการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ โดยในรอบ 11 เดือนจะแบ่งผลผลิตออกเป็นสองฤดูกาล คือในช่วงฤดูร้อน (มีนาคม ถึง พฤษภาคม) และในช่วงฤดูหนาว (ตุลาคม ถึง ธันวาคม) สำหรับราคาดัชนีจะมีการขึ้นลงตามปริมาณของสับปะรดที่มีในแต่ละช่วงเวลาของการผลิต

การผลิต

บริษัทมีโรงงานสำหรับผลิตสับประคกระป๋อง 1 แห่งโดยมีที่ตั้งโรงงานดังนี้

โรงงาน : 212 หมู่ 16 ต.อ่าวน้อย ถนนเพชรเกษม อ.เมือง จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77000
โทรศัพท์ (032) 811-224-31 โทรสาร (032) 811-240

แผนที่โดยสังเขป โรงงาน บริษัท ทิปโก้ ฟู้ดส์ จำกัด



วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (SUPPLIER)

วัตถุดิบที่สำคัญ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตสับประคกระป๋อง ได้แก่ สับประคสด น้ำตาล กระป๋องบรรจุสับประคและวัสดุหีบห่อ บริษัทจะซื้อสับประคสดจากชาวไร่ ส่วนวัตถุดิบอื่นส่วนใหญ่บริษัทจะซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ

- กระป๋องบรรจุสับประค กระป๋องที่ใช้บรรจุสับประคกระป๋องมี 5 ขนาดคือ ขนาด 8 ออนซ์ 15 ออนซ์ 20 ออนซ์ 30 ออนซ์ และ 108 ออนซ์ บริษัทดำเนินการจัดซื้อจากผู้ผลิตในประเทศทั้งหมด

- สับประคสด เนื่องจากบริษัทฯ ตั้งโรงงานอยู่ในแหล่งปลูกสับประคแหล่งใหญ่จากสถิติพื้นที่เพาะปลูกที่ได้มีการสำรวจในปัจจุบันนับว่าประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งปลูกสับประคสดแหล่งใหญ่ที่มีปริมาณรวมกันถึงเกือบร้อยละ 50 ของผลผลิตสับประคสดของประเทศ บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการสร้างนโยบายที่จะสร้างความมั่นคงในอาชีพการทำไร่สับประคของชาวไร่ในเขตบริเวณใกล้เคียงและรอบๆ บริษัทฯ ในเขตอำเภอเมือง และเขตอำเภอใกล้เคียงที่ไม่ห่างไกลจากบริษัทฯ มากนัก เพื่อที่จะให้ชาวไร่เหล่านี้สามารถประกอบอาชีพต่อไปในระยะยาว และบริษัทฯ สามารถมีวัตถุดิบป้อนโรงงานในการผลิตได้เพียงพอสอดคล้องกับกำลังการผลิตตามแผนการผลิตระยะยาว บริษัทฯ ได้สร้างระบบเพื่อเป็นการสร้างฐานวัตถุดิบให้มั่นคงและสม่ำเสมอและเป็นการดูแลชาวไร่ให้ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงมีโครงการส่งเสริมและพัฒนาการปลูกสับประคเพื่อความยั่งยืน โดยมีรูปแบบของโครงการย่อยแบ่งออกเป็นสามรูปแบบเพื่อเป็นทางเลือกที่สามารถตอบสนองความต้องการของชาวไร่ได้ครอบคลุม ดังต่อไปนี้

โครงการรูปแบบแรกจะเป็นการประกันรายได้ต่อไปให้กับสมาชิก วัตถุประสงค์ของโครงการในรูปแบบนี้เพื่อส่งเสริมให้ชาวไร่มุ่งเน้นการปรับปรุงผลผลิตต่อไป โดยทีมส่งเสริมการเกษตรของบริษัทจะเข้าไปทำงานร่วมกับชาวไร่อย่างใกล้ชิดและให้ความรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูกและการจัดการไร่ สำหรับบริษัทนอกจากราคารับประกันที่จ่ายให้กับชาวไร่จะอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถแข่งขันได้แล้ว ผลผลิตที่ได้ยังสามารถควบคุมคุณภาพได้มากกว่าทั้งในแง่ของขนาดผล ความสุก และการป้องกันสารตกค้าง

โครงการในลักษณะที่สองจะเป็นการประกันราคาต่อกิโลกรัม โดยบริษัทและชาวไร่จะทำการตกลงราคาประกันที่เป็นที่พึงพอใจของทั้งสองฝ่าย

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

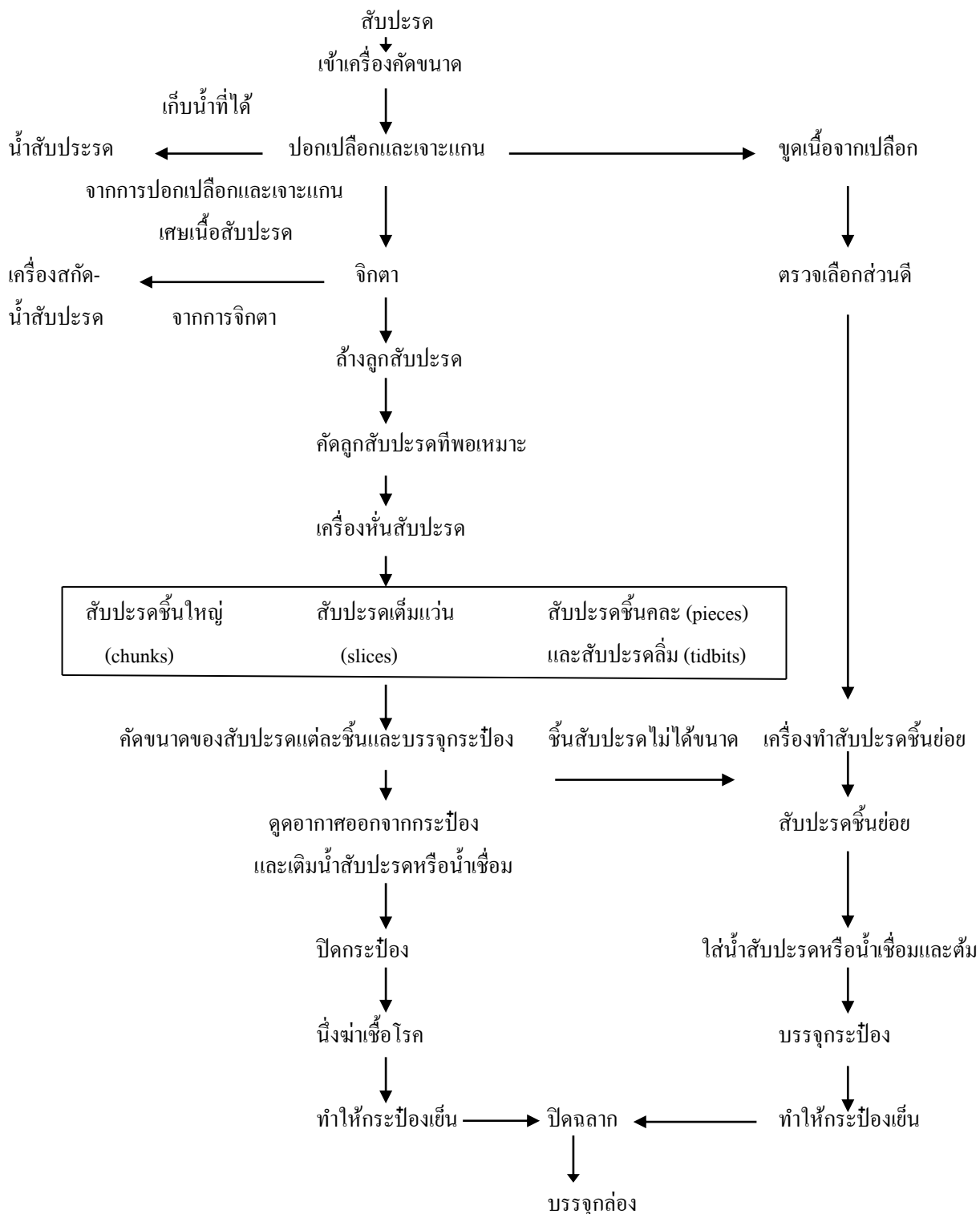
โครงการในลักษณะที่สาม มีลักษณะเปิดกว้างให้กับสมาชิกที่ต้องการอิสระในการเพาะปลูกดูแลสับปะรดในวิถีคุ้นชินของตนเอง โดยจะมีการประกันการรับซื้อผลผลิตทั้งหมดของสมาชิก เพียงแต่จะต้องแจ้งข้อมูลการปลูกและบังคับผลที่ชัดเจน โครงการนี้ใช้ชื่อเรียกว่าเป็นการประกันตลาดให้กับชาวไร่

กล่าวโดยสรุปในแผนการดำเนินการด้านวัตถุดิบ บริษัทฯมีนโยบายที่จะสร้างความมั่นใจในการทำไร่สับปะรดของชาวไร่ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองที่บริษัทฯตั้งดำเนินการผลิตสับปะรดกระป๋องในปัจจุบัน โดยที่บริษัทฯจะเพิ่มจำนวนสมาชิกชาวไร่โครงการส่งเสริมการทำไร่แบบมีสัญญาขึ้นโดยพิจารณาคัดเลือกจากชาวไร่รายย่อยทั่วไปที่เป็นลูกค้าประจำของบริษัทฯ รวมทั้งรับประกันปริมาณผลผลิตของชาวไร่ตามข้อตกลงกันไว้ ซึ่งนโยบายเพิ่มจำนวนสมาชิกชาวไร่ในโครงการส่งเสริมนี้จะทำให้บริษัทฯมีความมั่นใจในการที่จะวางแผนการผลิตในระยะยาวได้โดยมีวัตถุดิบพอเพียงและสอดคล้องกับเป้าหมายการผลิตควบคู่ไปกับอาชีพการทำไร่สับปะรดของเกษตรกร

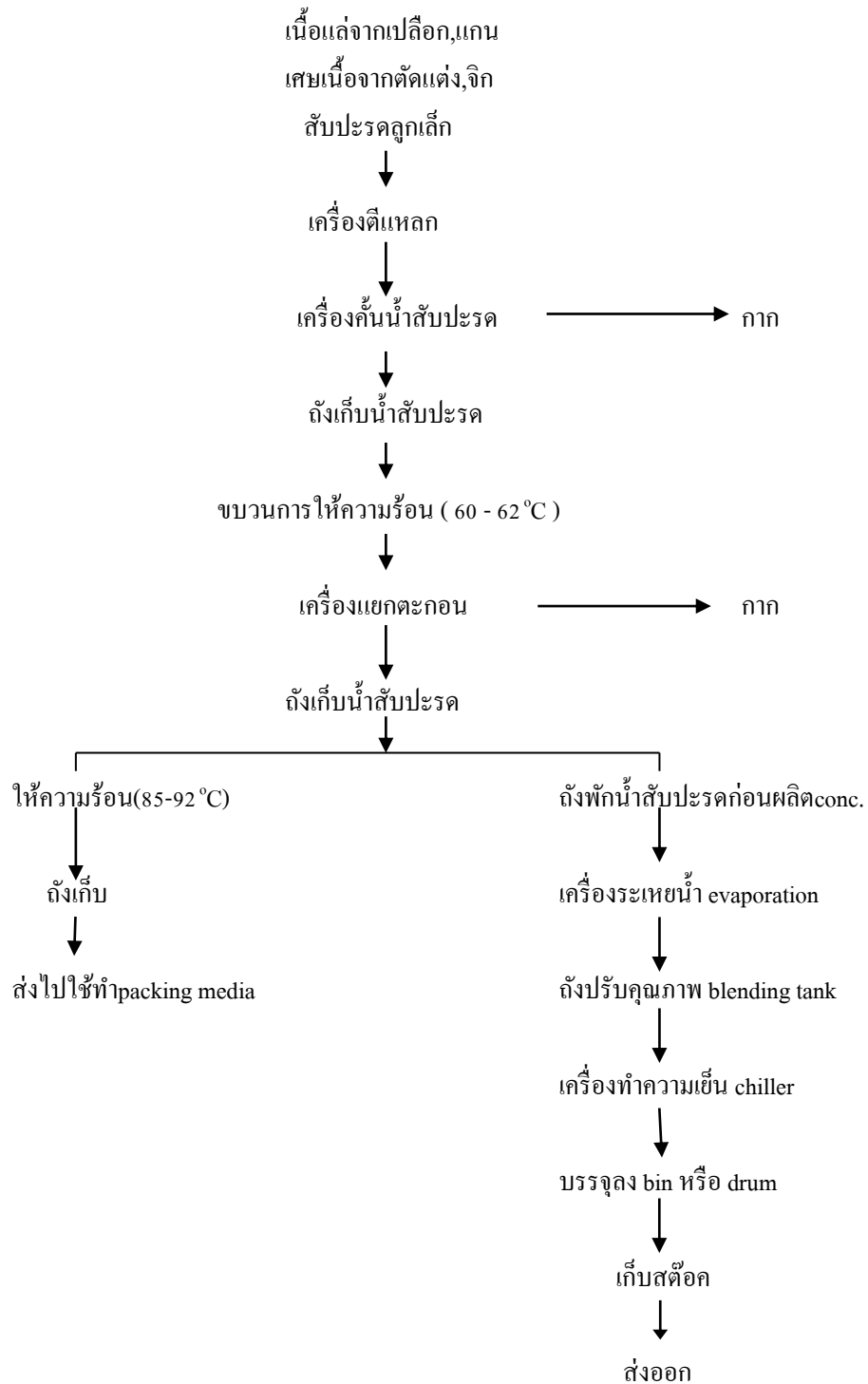
	2559	2560	2561
สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศ : ต่างประเทศ	99.0 : 1.0	99.0 : 1.0	99.0 : 1.0

ขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิต

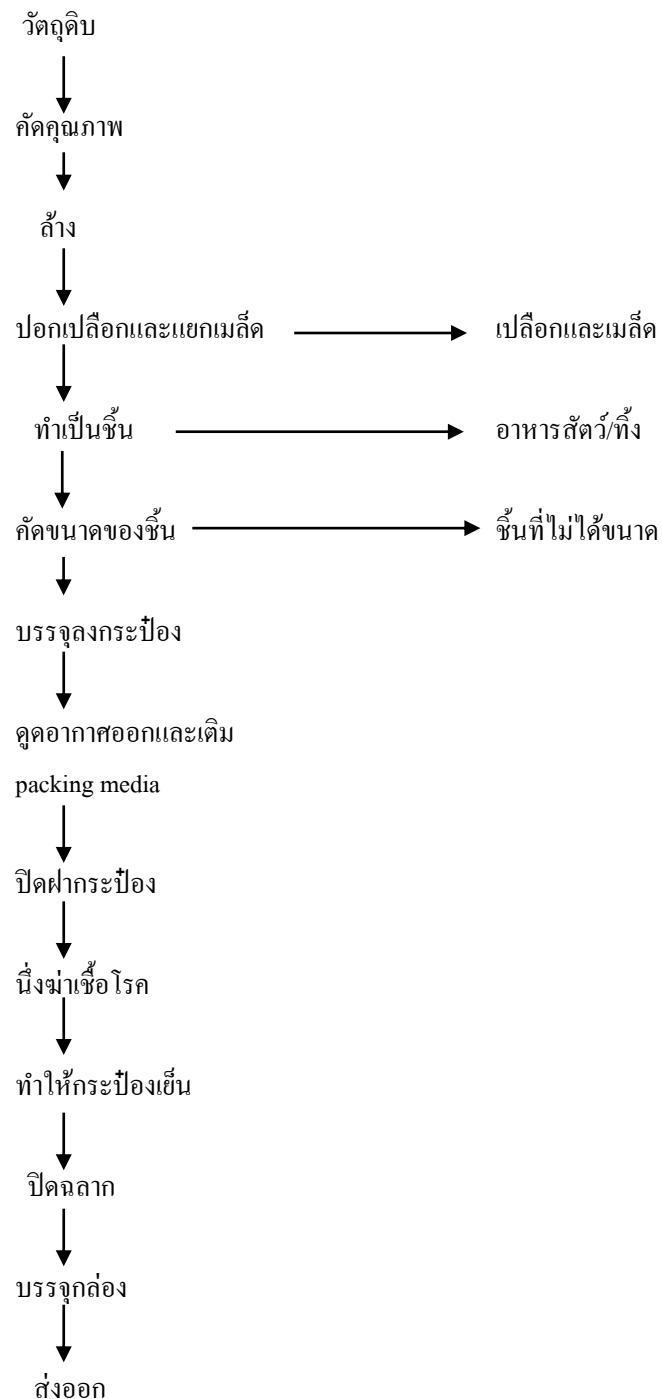
แผนผังโดยย่อของกรรมวิธีการผลิตสับปะรดกระป๋อง



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 ให้ความสามารถและรอบรู้ทั้งในด้านเทคนิคและในการด้านการจัดการ เมื่อพนักงานมีความชำนาญความสามารถพร้อมจะได้รับการปรับตำแหน่งหน้าที่ให้สูงขึ้นหรืออาจโอนย้ายไปรับตำแหน่งที่สูงขึ้นในกลุ่มบริษัทปริมาณบุคลากรมีเพียงพอในการผลิต

ด้านแรงงานเป็นแรงงานท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง บางครั้งประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานบ้าง อย่างไรก็ตามเป็นปัญหาที่ไม่รุนแรงมาก ทั้งนี้เพราะได้วางแผนการผลิตล่วงหน้าเป็นรายเดือน และแผนผลิตดังกล่าวได้ถูกปรับตามความเหมาะสมแล้วจึงทำให้ทราบว่าช่วงใดต้องใช้แรงงานเท่าไรล่วงหน้า ทำให้มีการจัดหาแรงงานได้เพียงพอ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีระบบการกำจัดน้ำเสียและได้มีการวิเคราะห์คุณภาพของน้ำเสียตลอดเวลาตามกฎหมายที่กำหนดและไม่มีประวัติการผิดกฎหมาย

ธุรกิจค้าปลีก

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ของธุรกิจค้าปลีก

ธุรกิจค้าปลีก สามารถแบ่งรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1. “Squeeze Juice Bar by Tipco” (สควีซ จูซ บาร์ บาย ทิปโก้)

แบรนด์	สควีซ จูซ บาร์ บาย ทิปโก้
ประเภท	สมูทตี้ เครื่องดื่มและอาหารเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ ยังเป็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ เช่น น้ำผลไม้ทิปโก้ สับปะรดสดพันธุ์ทิปโก้หอมสุวรรณ น้ำแร่ธรรมชาติออรา เป็นต้น และครอบคลุมไปถึงการให้บริการของว่างสำหรับงานจัดเลี้ยง
จำนวนสาขา	รวมทั้งหมด 46 สาขา สาขาของบริษัท 18 สาขา สาขาแฟรนไชส์ 28 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery) 4. การบริการจัดเลี้ยง (Catering)

2. “August” (ออกัส)

แบรนด์	ออกัส
ประเภท	ร้านอาหารออร์แกนิก เพื่อสุขภาพ รสชาติจัดจ้าน ภายใต้ตราสัญลักษณ์ “August Tasty Organic Eatery” ในรูปแบบ full service restaurant รายการอาหารเป็น Organic Fusion เน้นวัตถุดิบที่เป็น Organic และวัตถุดิบที่ปลอดภัย คุณภาพสูง
จำนวนสาขา	สาขาของบริษัท 3 สาขา ดังนี้ 1. สาขา เมกาซิตี บางนา 2. สาขา เซ็นทรัลพลาซา พระราม 3 3. สาขา เซ็นทรัลเวิลด์
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)

การตลาดและการแข่งขันทางธุรกิจ (ธุรกิจค้าปลีก)

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

ในปี 2562 แนวโน้มธุรกิจในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และหัวเมืองหลักในภูมิภาคต่างๆ เนื่องจากผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม Organic หรือที่เรียกว่า “คลีนฟู้ด” ซึ่งเป็นอาหารที่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งน้อยที่สุด และใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติให้มากที่สุด

แม้ว่าธุรกิจในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ จะมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น แต่ยังคงเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากการเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งรายใหม่ๆ ทั้งในและต่างประเทศทำได้ง่าย ประกอบกับการคิดค้นนวัตกรรมใหม่เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ในการบริโภค โดยในปี 2561 มูลค่าการตลาดของธุรกิจร้านอาหาร เครื่องดื่ม และร้านอาหาร (Café, Bar and Full-Service Restaurants) มีมูลค่าประมาณ 500,000 ล้านบาท (ที่มา: Euro Monitor)

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

1. **สควิช จูซ บาร์ บาย ทิปโก้** เน้นขยายธุรกิจด้วยการเปิดสาขาเพิ่มเติมในทำเลที่มีความเหมาะสมทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด คิดค้นและพัฒนารายการอาหารและเครื่องดื่มใหม่ตลอดทั้งปี รวมทั้งรายการอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะฤดูกาล ซึ่งทั้งหมดจะเน้นผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ และผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติที่ได้รับการคัดสรรมาเป็นอย่างดี
2. **ร้านอาหาร ออกัส** ให้ความสำคัญกับจุดเด่นของวัตถุดิบที่เป็น Organic ปลอดภัย และคุณภาพสูงนำมาปรุงเป็นรายการอาหารแนวฟิวชั่น (Fusion) รสชาติจัดจ้าน โดยมีแผนที่จะคัดเลือกพื้นที่ที่มีศักยภาพเพื่อขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจสารสกัดและการเกษตร

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ของธุรกิจสารสกัดและการเกษตร

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการโดย บริษัท ทิปโก้ โปโอเท็ค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- ธุรกิจสารสกัด ดำเนินธุรกิจผลิตสารสกัดจากธรรมชาติ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบ ส่วนประกอบของอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยา โดยโรงงานของบริษัท ทิปโก้ โปโอเท็ค จำกัด เป็นโรงงานสกัดสารจากพืชและสมุนไพรด้วยตัวทำละลายขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยซึ่งมีประสิทธิภาพในการสกัดและระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยขอบเขตการให้บริการครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบอบแห้ง บดผงและผลิตเป็นสารสกัด นอกจากนี้ บริษัทฯยังให้บริการพัฒนากระบวนการสกัดร่วมกับลูกค้าครอบคลุมตั้งแต่ระดับทดลองในห้องปฏิบัติการตลอดจนผลิตจริงในระดับอุตสาหกรรม โดยปัจจุบันสินค้าและบริการของบริษัท ทิปโก้ โปโอเท็ค จำกัด มี 2 รูปแบบหลัก ดังนี้

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

- ธุรกิจการเกษตร ดำเนินธุรกิจวิจัยและพัฒนาพันธุ์พืชและการเพาะปลูก โดยผลิตภัณฑ์หลักได้แก่ สับปะรดพันธุ์ทิปโก้หอมสุวรรณ ที่มีเอกลักษณ์ด้านรสชาติและคุณค่าทางอาหารที่เกิดจากการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป และที่ร้าน Squeeze Juice Bar by Tipco

การตลาดและการแข่งขันทางธุรกิจ (ธุรกิจสารสกัดและการเกษตร)

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

- ธุรกิจสารสกัด

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ และความงามภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับเป็นโอกาสสำหรับ บริษัท ทิปโก้ โปโอเท็ค จำกัด ที่จะขยายฐานลูกค้า รวมทั้งสร้างการเติบโตของยอดขายจากธุรกิจด้วยผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบหลักให้กับผู้ผลิตอาหาร เครื่องดื่ม อาหารเสริม เครื่องสำอาง และยา ภายในประเทศ ขณะเดียวกันยังมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร และ คู่ค้าจากต่างประเทศที่มีความต้องการวัตถุดิบจากสารสกัดจากพืชและสมุนไพรที่มีคุณภาพ และมีต้นทุนต่ำกว่า

- ธุรกิจการเกษตร

ในปัจจุบันคนไทยบริโภคสับปะรดสดประมาณปีละ 442,000 ตันต่อปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวีย (สับปะรดศรีราชา) สำหรับสับปะรดพันธุ์ทิปโก้หอมสุวรรณ มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากสับปะรดทั่วไป ในด้านความหอมหวาน เนื้อแน่นนุ่ม ไม่กัดลิ้น มีวิตามินสูงกว่าสับปะรดทั่วไป

เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในท้องตลาด และไม่ได้คัดแต่งพันธุ์กรรมทำให้เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค แม้ราคาจะค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด เนื่องจากสับปะรดพันธุ์หอมสุวรรณได้รับการดูแลอย่างดีเพื่อให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพดีกว่าสับปะรดทั่วไป ลักษณะเปลือกที่บางทำให้ต้องเก็บเกี่ยวและคัดบรรจุอย่างพิถีพิถันเพื่อมิให้ชำรุดเสียหาย ซึ่งต้องใช้แรงงานจำนวนมาก แต่ก็เป็นข้อดีต่อผู้บริโภคคือ ปอกง่าย ไม่ต้องควั่นตา ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อเป็นผลสดและกลับไปปอกเองที่บ้านได้

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

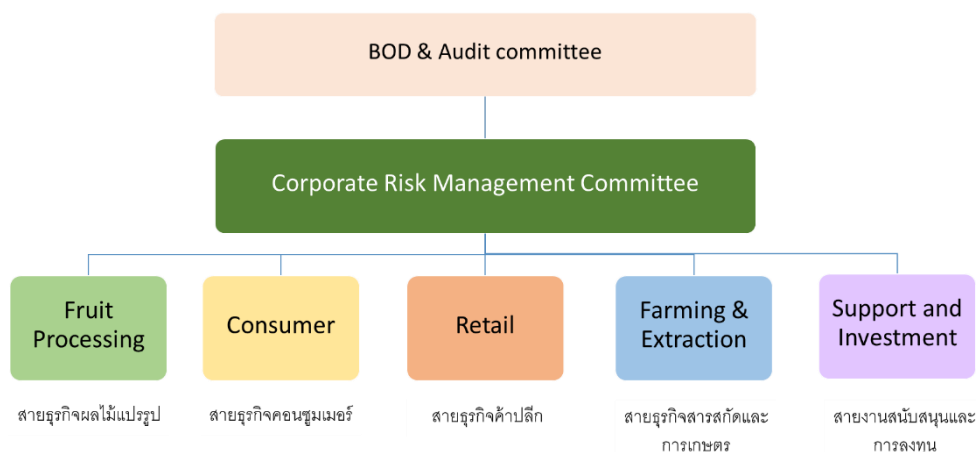
1. ธุรกิจสารสกัดจะให้ความสำคัญกับการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ธุรกิจสารสกัดจะมุ่งเน้นพัฒนาสารสกัดที่มีมูลค่าสูง (High Value Ingredient) เพื่อใช้เป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท
2. ธุรกิจการเกษตรจะให้ความสำคัญกับการพัฒนา รักษา ควบคุมคุณภาพของสับปะรดพันธุ์หอมสุวรรณ รวมทั้งควบคุมต้นทุนการผลิต และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อรองรับพื้นที่เพาะปลูกที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

3.การบริหารความเสี่ยง

บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM) อย่างต่อเนื่องครอบคลุมทุกกิจการในกลุ่มธุรกิจ เพื่อความเป็นมาตรฐานเดียวกัน และเพื่อให้สอดคล้องกับการขยายธุรกิจ สร้างการเจริญเติบโตของบริษัทในเครือธุรกิจ

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Corporate Risk Management Committee: RMC) ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อช่วยกำกับดูแล สนับสนุนและพัฒนาการบริหารความเสี่ยงในองค์กรทุกระดับ ประกอบด้วย กรรมการผู้จัดการกลุ่มธุรกิจอาหาร ผู้บริหารระดับสูงของแต่ละธุรกิจ ผู้อำนวยการสายบริหารการเงิน ผู้อำนวยการฝ่ายงานสนับสนุน ได้แก่ ฝ่ายบัญชีและควบคุมภายใน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล และฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

สายงานการบริหารความเสี่ยง



การประเมินความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ได้วิเคราะห์ให้ครอบคลุมทั้ง 6 ด้านดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)
2. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operation Risk)
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)
4. ความเสี่ยงด้านกฎหมายและกฎระเบียบ (Compliance Risk)
5. ความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยี (Information System Risk)

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ประเมินความเสี่ยงสำคัญๆ ขององค์กร และมีมาตรการบริหารความเสี่ยงที่ได้นำเสนอคณะกรรมการบริษัทพิจารณา รวม 6 เรื่องดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการเติบโตของธุรกิจน้ำผลไม้

ด้วยการเติบโตของตลาดน้ำผลไม้มีแนวโน้มถดถอยจากความกังวลของผู้บริโภคเรื่องน้ำตาลและความหวาน ผู้บริโภคมีทางเลือกในการบริโภคน้ำผลไม้คั้นสดหรือบริโภคเครื่องดื่มอื่นทดแทน การแข่งขันด้านราคามีมากขึ้นบริษัทจึงต้องปรับตัวในการพัฒนาสินค้าโดยลดปริมาณน้ำตาลและความหวานเพื่อ ตอบโจทย์ผู้บริโภคในปัจจุบัน

2. ความเสี่ยงในการเติบโตของธุรกิจค้าปลีก

อิทธิพลความก้าวหน้าของระบบ internet ความเร็วสูงของโทรศัพท์ การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ล้วนมีผลกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจค้าปลีก บริษัทฯ จึงต้องเร่งปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยการเพิ่มยอดขายผ่านระบบ E-Commerce ให้มากขึ้น ปรับปรุงระบบ infrastructure ให้ใช้งานที่ง่ายขึ้น เข้าถึงผู้บริโภคได้เร็ว หาพันธมิตรด้าน Platform มากขึ้น

3. ความเสี่ยงด้านผลตอบแทนโครงการลงทุนในธุรกิจใหม่ไม่เป็นไปตามคาด

ด้วยสถานการณ์และสภาพแวดล้อม การแข่งขันที่สูงขึ้น รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจใหม่อาจไม่ได้รับผลตอบแทนตามเป้าหมายที่วางไว้ บริษัทฯ จึงต้องมีกระบวนการติดตามผลเปรียบเทียบกับแผนอย่างสม่ำเสมอ เสนอคณะกรรมการพิจารณาการลงทุน (Investment Committee) อย่างต่อเนื่องเพื่อหามาตรการป้องกันผลกระทบได้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

4. ความเสี่ยงจากความไม่พร้อมของผู้สืบทอดตำแหน่งงานสำคัญ

บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบาย แนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อกำหนดกรอบและหลักเกณฑ์ผู้สืบทอดตำแหน่งของผู้บริหารระดับสูงไว้ล่วงหน้าแล้ว ส่วนผู้บริหารระดับกลางและระดับต้นได้มีคณะกรรมการพัฒนาผู้บริหารระดับกลาง (Middle Development Committee) พิจารณาลั่นกรองและคัดเลือกผู้ที่เหมาะสมเพื่อวางแผนพัฒนารายบุคคลต่อไป

5. ความเสี่ยงจากการทำกำไรในธุรกิจแปรรูปผลไม้ ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

สับปะรดเป็นพืชหลักในธุรกิจแปรรูปซึ่งเป็นพืชเกษตร สภาพดินฟ้าอากาศ ประกอบกับการใช้ปุ๋ย ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพที่ไม่คงที่ ในปีที่ผ่านมาราคาซื้อสับปะรดสดในประเทศค่อนข้างผันผวน ส่งผลต่อราคาขายในตลาดโลกแผนดำเนินการเพื่อลดต้นทุนการผลิตไม่ทันต่อราคาขายที่ลดลง บริษัทจึงต้องหามาตรการด้านอื่นๆเพื่อลดปัจจัยความเสี่ยง เช่น เพิ่มกำลังการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการใช้เครื่องจักร เลือกผลิตสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น

6. ความเสี่ยงด้านระบบข้อมูลเสียหายจากภัยคุกคามทาง Cyber

เมื่อเทคโนโลยีเจริญมากขึ้น ภัยคุกคามด้าน Cyber จึงมีมากขึ้นด้วย นโยบายการควบคุมข้อมูลบริษัทที่มีอยู่เดิมอาจไม่ครอบคลุม หรือ update ไม่ทัน บริษัทจึงต้องเร่งปรับตัวหามาตรการป้องกันข้อมูลในด้านต่างๆมากขึ้น เช่น การป้องกันการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญ การใช้ share point แทนการเก็บไว้ที่เครื่องคอมพิวเตอร์ การป้องกันการส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (email) เป็นต้น

4.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

สินทรัพย์ของบริษัท และบริษัทย่อย

สินทรัพย์ของบริษัทและ
บริษัทย่อย
ณ 31 ธันวาคม 2561






รายการ	สนนญ	ประจวบ	อยุธยา	เพชรบูรณ์	เชียงใหม่	
1.ที่ดิน	5.48	*** 119.30	41.29	16.67	101.42	***ติดจ้าง
2.ค่าพัฒนาที่ดิน	-	7.34	1.72	0.06	-	
3.อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	0.13	*** 154.40	286.73	289.25	46.65	***ติดจ้าง
4.เครื่องใช้สำนักงาน	2.73	2.72	3.00	0.84	1.00	
5.ยานพาหนะ	0.33	2.58	-	-	-	
6.เครื่องจักรและส่วนประกอบ	-	*** 154.46	827.97	148.75	103.65	***ติดจ้าง
7.เครื่องมือเครื่องใช้	28.75	29.45	18.29	1.96	8.06	
8.ทรัพย์สินไม่มีตัวตน	53.26	0.58	1.14	-	0.15	
9.งานระหว่างก่อสร้าง	2.28	42.73	15.17	-	17.92	
10.สำรองทรัพย์สินเสื่อมสภาพ	-	-20.69	-173.84	-	-0.22	
รวม	92.96	492.87	1,021.47	457.53	278.63	
					2,343.47	

***ติดจ้างมูลค่ารวม 747.71 ล้านบาท กับสถาบันการเงิน

หมายเหตุ 1. หมายเหตุ 1. อาคารสำนักงานที่สำนักงานใหญ่เป็นการเช่าพื้นที่ ชั้น 24,27-29 ของบริษัท ทิปโก้ทาวเวอร์ จำกัด โดยมี ค่าเช่าและค่าบริการรวม 32.04 ล้านบาท ต่อปี

รายงานแบบ 56-1 ของบริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2561

เครื่องหมายการค้าที่สำคัญ

รูปแบบเครื่องหมายการค้า	ชื่อเจ้าของ	ประเภทสินค้า/บริการ	เลขทะเบียน/ ประเทศ ที่จดทะเบียน	ระยะเวลา คุ้มครอง
	บมจ.ทิปโก้ฟู้ดส์	เครื่องดื่มน้ำแร่ธรรมชาติ น้ำเปล่า น้ำสมุนไพรที่ไม่ใช่ ในทางการแพทย์ เครื่องดื่มธัญอาหาร นำนมถั่วเหลือง เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มน้ำผลไม้ผสมวิตามินที่ไม่ใช่ ในทางการแพทย์	ค . 2 8 1 0 0 9 / ประเทศไทย	10 ปี
	บมจ.ทิปโก้ฟู้ดส์	<ul style="list-style-type: none"> • เครื่องดื่มน้ำผลไม้ น้ำผัก น้ำผักผสมน้ำผลไม้รวม น้ำ ผลไม้รวม เครื่องดื่มธัญอาหาร นำนมถั่วเหลือง น้ำ ข้าวโพด น้ำลูกเดือย น้ำสมุนไพรที่ใช้ในทางการแพทย์ เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มผสมวิตามิน น้ำแร่ น้ำดื่ม • ชาเขียวพร้อมดื่ม ชาเขียวพร้อมดื่มผสมน้ำผลไม้ กาแฟ ชา 	ค . 2 7 2 0 4 1 / ประเทศไทย ค . 2 7 2 7 8 9 / ประเทศไทย	10 ปี 10 ปี
	บมจ.ทิปโก้ฟู้ดส์	บริการขายอาหารและเครื่องดื่ม	บ . 6 1 0 7 0 / ประเทศไทย	10ปี
	บมจ.ทิปโก้ฟู้ดส์	ผลไม้สด	ค . 3 9 9 7 8 1 / ประเทศไทย	10 ปี
	บมจ.ทิปโก้ฟู้ดส์	บริการขายอาหารและเครื่องดื่ม	1 8 1 1 0 1 2 1 2 / ประเทศไทย	10 ปี

นโยบายการลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีเงินลงทุนตามราคาทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจต่าง ๆ คือ ธุรกิจผลไม้แปรรูป มูลค่ารวม 700 ล้านบาท ธุรกิจคอนซุมเมอร์ มูลค่ารวม 729.05 ล้านบาท ธุรกิจค้าปลีก มูลค่ารวม 175.50 ล้านบาท ธุรกิจสารสกัดและการเกษตร จำนวน 160.79 ล้านบาท และธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางมะตอย 644.93 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 34 ของสินทรัพย์รวม

เงินลงทุนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางมะตอย บริษัทมีวัตถุประสงค์ในการถือเป็นเงินลงทุนระยะยาว โดยที่อาจมีการขายในช่วงสั้นบ้างเมื่อได้กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุน อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายการถือเงินลงทุนดังกล่าว ในอัตราร้อยละ 20-25

5.ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 ข้อมูลบริษัท

บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) [เดิมชื่อ บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)]
ประกอบธุรกิจหลัก ผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด ผลไม้รวม (ภายหลังได้
โอนไปให้บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง) และ เครื่องดื่ม

ปัจจุบันมีทุนชำระแล้ว 482.58 ล้านบาท

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

เลขทะเบียนบริษัทบมจ.0107535000052 Home Page www.tipco.net

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

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงาน เลขที่ 205/1 หมู่ 2 ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ 50180

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงาน เลขที่ 999 หมู่ 7 ตำบลศรีเทพ อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ 67180

6.1.2 บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท ทิปโก้แอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจ ผลิตยางมะตอยและจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 23.50 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 1,574.82 ล้านบาท
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท

กรุงเทพมหานคร 10400

บริษัท ทิปโก้ ไลน์แอปเปิ้ล จำกัด

ประกอบธุรกิจ ผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรดและผลไม้รวม ปัจจุบันบริษัทฯ
ถือหุ้น ในอัตราร้อยละ 100 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 700 ล้านบาท

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท

กรุงเทพมหานคร 10400

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงาน เลขที่ 212 หมู่ 16 ตำบลอ่าวน้อย อำเภอมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210

บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด

ประกอบธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มพร้อมดื่มปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้น ในอัตราร้อยละ 100
มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 600 ล้านบาท

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท

กรุงเทพมหานคร 10400

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงาน เลขที่ 90/1 หมู่ 7 ตำบลสนับทึบ อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13170

บริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด

ประกอบธุรกิจ ผลิตสารสกัดจากสมุนไพรและการเกษตรปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 36.8 ล้านบาท

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

สถานที่ตั้งสำนักงานโรงงาน เลขที่ 504 ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210

บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด

ประกอบธุรกิจ กิจการค้าปลีกปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 87.25 และถือหุ้นผ่านบริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด ในอัตราร้อยละ 12.25 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 200 ล้านบาท

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

บริษัท ทีเอฟบี ดิสทริบิวชัน จำกัด

ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายขายปลีก ขายส่ง ปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นผ่านบริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด ในอัตราร้อยละ 100 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 0.25 ล้านบาท

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

6.1.3 บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้น: บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ข้างสถานทูตจีน) ชั้น 14

ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0-2009-9000

ผู้สอบบัญชี: นายสุกชัย ปัญญาวัฒโน ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทะเบียนเลขที่ 3930 และ/หรือ

นายณรงค์ พันดาวงษ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทะเบียนเลขที่ 3315 และ/หรือ

นางสาววราพร ประภาศิริกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทะเบียนเลขที่ 4579

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด : เลขที่ 193/136-137 ชั้น 33 อาคารเลครัชดา ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2264-9090

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย : นายรัชชัย จรณะกรณย์

สำนักงานทนายความ ช.ชนะสงคราม

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

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -