



รายงานความยั่งยืนประจำปี

2565



ชีวิตที่มีความสุขอย่างยั่งยืน

Life of Wellness



เป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

GRI 103-2

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้มุ่งมั่นในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดี และมีความสุขอย่างยั่งยืน



รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565

สารจากประธานกรรมการ

GRI 102-14

ปี 2565 นับเป็นการก้าวเข้าสู่ปีที่ 4 ที่กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปีนี้เป็นอีกปีที่มีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงองค์กร เพื่อให้ธุรกิจยังดำเนินต่อไปอย่างมั่นคงและต่อเนื่องท่ามกลางสถานการณ์โลกที่ยังคงได้รับผลกระทบของโรคโควิด-19 และสภาวะสงครามระหว่างประเทศ กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ยังคงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงมิติที่สำคัญทั้งสามมิติ ได้แก่ มิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมซึ่งในการจัดทำกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนจากการประเมินด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality) กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ได้แก่ ผู้บริโภค คู่ค้า ผู้จัดการจำหน่าย พันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์ และหน่วยงานราชการ โดยประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในปี 2565 ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ มีดังนี้

“ การสร้างองค์กรแห่งความยั่งยืนต้องอาศัยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่จะช่วยผลักดันให้เกิดความยั่งยืนในทุกมิติไปพร้อมๆ กัน ”

ลักษณะ ทรัพย์สาคร

ประธานกรรมการ
บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด
(มหาชน)



มิติด้านสังคม

ซึ่งเป็นมิติการดำเนินงานที่กระทบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอีโคซิสเต็ม โดยมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือ และความไว้วางใจ ให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรและ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกที่เกี่ยวข้อง ผ่านความเป็นมืออาชพของบุคลากรในองค์กรที่ร่วมกันสร้างความมั่นใจในการเปลี่ยนแปลง รวมถึงได้รับการสนับสนุนในการบรรลุเป้าหมายที่สามารถตรวจวัดผลได้อย่างเปิดเผย และมีการติดตามอย่างสม่ำเสมอ ในส่วนของพนักงานกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ยังคงดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการปรับแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงในบริบททางสังคมและเศรษฐกิจ อีกทั้งมุ่งเน้นการเสริมสร้างและพัฒนารูปแบบการทำงาน สร้างโอกาสความก้าวหน้าของงาน ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์ค่าจ้างผลตอบแทน และสวัสดิการต่างๆ ของพนักงานอย่างเป็นธรรม เท่าเทียม และไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงสร้างเสริมความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในโรงงาน โดยมีเป้าหมายลดอุบัติเหตุอันเนื่องมาจากการทำงานให้เป็น "0" ซึ่งทั้งหมดนี้ เพื่อให้พนักงานได้ใช้ศักยภาพของตนทุ่มเทให้กับการทำงาน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ เพื่อยกระดับการใช้ชีวิตของผู้บริโภค ผ่านการมีสุขภาพที่ดี สมบูรณ์แข็งแรงและดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข

มิติด้านเศรษฐกิจ

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้คำนึงถึงการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงมีแผนในระยะยาวที่จะลด ละ เลิกการใช้พลังงานและทรัพยากรต่างๆ อันที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการลดการใช้พลังงาน อย่างการดำเนินการโครงการเปลี่ยนฉนวนหุ้มผนังของหม้อไอน้ำ เพื่อลดการสูญเสียความร้อน และลดพลังงานที่สูญเสียเปล่า, โครงการลดการใช้พลังงานของระบบแสงสว่างโดยการเปลี่ยนหลอดไฟเป็นแบบ LED, โครงการลดการใช้พลังงานของระบบบำบัดน้ำเสีย โดยใช้เครื่องเติมอากาศกังหันตีน้ำจากพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งสามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึงปีละ 390,290 kGCO₂eq นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ยังดำเนินการจัดหาพลังงานทดแทนจากรัฐมนตรี อย่างเป็นโครงการผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาขนาด 999.90 กิโลวัตต์ เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอันเป็นสาเหตุของภาวะโลกร้อนได้ถึง 542,797 kGCO₂eq ต่อปีอีกด้วย อีกทั้งยังมีการลดปริมาณของเสียและผลกระทบจากการผลิตในด้านสิ่งแวดล้อม โดยการนำของเสียจากกระบวนการผลิตในโรงงาน เช่น เปลือกสับปะรด ของเสียจากการผลิตผลไม้แปรรูปกลับมาสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการแปรรูปทำเป็นผลิตภัณฑ์อื่น เช่น ภาชนะใส่อาหาร หรือปุ๋ย ซึ่งนับเป็นอีกก้าวหนึ่งในการปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่ความยั่งยืนต่อไป

มิติด้านสิ่งแวดล้อม

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ไม่หยุดที่จะพัฒนาและสร้างผลิตภัณฑ์ภายใต้นวัตกรรมใหม่ๆ ควบคู่ไปกับการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมอย่างสร้างสรรค์ ผ่านการรับฟังข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย ตอบโจทย์ผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมาย ตามวิสัยทัศน์ "เราจะผลิตสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ เพื่อนำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม" รวมไปถึงสนับสนุนสินค้าทางการเกษตรของชุมชนและคู่ค้าทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ที่ตรงตามมาตรฐานการคัดสรรวัตถุดิบที่กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้กำหนด เพื่อสร้างรายได้อันจะก่อให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและสังคม สุดท้ายนี้ จากการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีความเป็นดิจิทัลมากยิ่งขึ้น กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ก็ไม่ล้าที่จะให้ความสำคัญกับความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ จึงมีแผนดำเนินการปรับปรุงระบบการจัดการและวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจหรือ ERP (Enterprise Resource Planning) ให้มีความทันสมัย ปลอดภัย เพื่อให้ระบบ ERP เป็นแกนหลักสำคัญต่อกระบวนการทำงาน การผลิต และการดำเนินธุรกิจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังดำเนินการบังคับใช้ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 โดยการจัดตั้งคณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การพัฒนานโยบายการเก็บ รวบรวม การใช้ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และการดำเนินการต่างๆ ที่มีมาตรฐานที่สามารถป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ให้ได้ครอบคลุมทุกรูปแบบอีกด้วย



รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565



- 04 สารจากประธานกรรมการ
- 08 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

10 กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

- 12 ธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้
- 16 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร
- 18 กลยุทธ์องค์กรปี 2565
- 20 ห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน
- 22 ความยืดหยุ่นเพื่อสร้างคุณค่า
- 24 การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 29 เป้าหมายและผลงานสำคัญ ปี 2565
- 30 รางวัลแห่งความภูมิใจ

32 กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้กับความยั่งยืน

- 35 การปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน
- 36 กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน / ทิศทางและกลยุทธ์ในอนาคต
- 44 การบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน
- 50 การบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่
- 54 การดำเนินธุรกิจขององค์กรภายใต้ความเสี่ยง
- 58 ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
- 62 การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 68 การกำกับดูแลกิจการ ธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และจริยธรรม เพื่อเป็นพื้นฐานของความยั่งยืน
- 70 ความมั่นคงทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

74 การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

- 76 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
- 78 การบริหารจัดการด้านการวิจัย นวัตกรรมและเทคโนโลยี
- 82 ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการ เพื่อสุขภาวะที่ดี
- 86 ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ

88 การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม

- 90 การบริหารจัดการพลังงาน
- 91 การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
- 94 การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 96 การบริหารจัดการน้ำ
- 97 การบริหารจัดการขยะและของเสีย

98 การพัฒนาด้านสังคม

- 100 ความมุ่งมั่นตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค
- 104 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล
- 108 ความเป็นอยู่ที่ดี อาชีวอนามัย สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน
- 110 การพัฒนาและสนับสนุนชุมชน

114 ผลการดำเนินการด้านความยั่งยืน

- 116 GRI Content Index, UN SDGs Content Index and UNGC COP



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

GRI 102-10

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565 เป็นฉบับที่ 4 เป็นการรายงานตามแผนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ โดยกลุ่มธุรกิจอาหารฯ จัดทำรายงานประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ด้วยการกำหนดกรอบคำถามให้สอดคล้องกับแนวทางการรายงานมาตรฐานสากลด้านความยั่งยืน (Global Report Initiative: GRI) เพื่อยกระดับการดำเนินงานและการรายงานความยั่งยืน รวมทั้งวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และขยายขอบเขตการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ตลอดจน การกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนใน 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสิ่งแวดล้อม และมิติด้านสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนของ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ อย่างไรก็ตามกลุ่มฯ ดำเนินงานตามหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Code) ของสำนักงานคณะกรรมการหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด รวมทั้งส่งเสริมการปฏิบัติงานที่มีธรรมาภิบาลกับพนักงานทุกระดับ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายเชื่อมั่นว่ากลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติ (CAC) เพื่อรักษามาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดีในระยะยาว

โดยในฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาด้านความยั่งยืนภายในองค์กร เพื่อศึกษาและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทการพัฒนาด้านความยั่งยืน โดยฉบับที่ 3 มีการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ทางธุรกิจ อันเกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ซึ่งในปี 2565 เป็นปีที่กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ให้ความสำคัญในแผนงานด้านความยั่งยืน การกำหนดแผนงาน กำหนดนโยบาย และเป้าหมายในการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน รวมถึงกระบวนการขับเคลื่อนองค์กรตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้มีความชัดเจนขึ้น ซึ่งในฉบับที่ 4 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้รวบรวมและเปิดเผยข้อมูลการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนมากขึ้น

ขอบเขตการรายงาน

รายงานฉบับนี้นำเสนอผลการดำเนินธุรกิจสู่ความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เปิดเผยภาพรวมรายได้และผลประกอบการของทุกธุรกิจ รวมทั้งนำเสนอกลยุทธ์ แผนการขับเคลื่อนความยั่งยืน การบริหารจัดการความเสี่ยงภายในและภายนอกองค์กร และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ การเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม นำเสนอนโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งในส่วนของบริหารจัดการน้ำ ก๊าซเรือนกระจก และพลังงาน การบริหารจัดการขยะ และของเสียจากการผลิต รวมทั้งการพัฒนาโครงการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากการจัดหาวัตถุดิบ และกระบวนการผลิต โดยสำหรับด้านสังคมกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ให้ความสำคัญและเปิดเผยผลการดำเนินงานทั้งในส่วนของผู้บริหารและพนักงานผ่านนโยบายการบริหารจัดการพนักงาน การฝึกอบรมพนักงาน ความปลอดภัยในการทำงาน และเป้าหมายในต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาและสนับสนุนชุมชนและการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ครอบคลุมระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยมีนโยบายเผยแพร่รายงานการพัฒนาคความยั่งยืนฉบับนี้ภายใต้หลักการพิจารณาแบบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน การประเมินประเด็นที่สำคัญ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทกลุ่มธุรกิจอาหารฯ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้รับข้อมูล ผลการดำเนินงาน และแผนงานในมิติด้านพัฒนาอย่างยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผู้อ่านจะได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ

เนื้อหาและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้มีการเปิดเผยรายงานความยั่งยืนต่อยอดเนื้อหาจากในปี 2562-2564 โดยการกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนในการพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ตลอดจนวิเคราะห์และกำหนดแผนบริหารจัดการความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ให้ครอบคลุมทุกธุรกิจ ในบริษัทฯ ในขณะที่เดียวกันบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการนำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต การขนส่ง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ผู้บริโภคได้รับคุณค่าทางอาหารสูงและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมซึ่งมีความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กรและสอดคล้องกับการขยายธุรกิจได้อย่างยั่งยืน โดยทางบริษัทฯ มีเป้าหมายให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต ซึ่งการขับเคลื่อนองค์กรต้องอาศัยทรัพยากรบุคคล ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการปฏิบัติตามสัญญาจ้างแรงงานอย่างเคร่งครัด รวมทั้งการเคารพสิทธิมนุษยชน เสรีภาพ ความเสมอภาค และแจ้งให้พนักงานทุกคนทราบแนวทางการปฏิบัติด้านจรรยาบรรณเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน ซึ่งมีส่วนช่วยในการสร้างให้พนักงานทุกคนมีความตระหนักถึงข้อกำหนดและนโยบายการรับแจ้งเบาะแสการร้องเรียน เพื่อให้การบริหารจัดการเรื่องสิทธิมนุษยชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

กรอบการรายงานสากล (Global Reporting Initiative: GRI)

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้น โดยมีกรอบการรายงานตามมาตรฐานรายงานสากล GRI Standards : Global Reporting initiative Standards ซึ่งเป็นมาตรฐานระดับโลกสำหรับการรายงานความยั่งยืน และมีโครงสร้างแบบแยกส่วนที่มีความสัมพันธ์กัน โดยจะเป็นการรายงานเกี่ยวกับผลกระทบของกิจกรรมของแต่ละองค์กรที่มีต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ซึ่งเป็นหลักที่สำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกส่วนของบริษัทฯ

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ขอร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมโลกในการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการนำเป้าหมายดังกล่าวไปปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ ตลอดจนพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับคุณค่าทางโภชนาการ นอกจากนี้เป้าหมายนี้ยังมีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเกษตรอย่างยั่งยืน การปรับปรุงคุณภาพชีวิตของเกษตรกรเพื่อสร้างเสริมและส่งมอบคุณค่าสู่ชุมชนและสังคม รวมทั้งการพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

แบบสอบถามความคิดเห็น

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ยินดีรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565 ฉบับนี้

ทุกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ เพื่อการปรับปรุงรายงานนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นในปีต่อ ๆ ไป

โปรดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในแบบสอบถาม โดยสแกน QR Code ที่นี้



หรือส่งตามช่องทางต่างๆ ดังนี้

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่:



บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

118/1 อาคารทิปโก้ 1 ชั้น 28 ถนนพระราม 6
แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทร: +662 273 6000

โทรสาร: +662 271 4304, 02 271 1600

อีเมล: sustainability@tipco.net

www.tipco.net





รู้จักกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้





ธุรกิจที่เกิดจากความมุ่งมั่น...ในทุกสิ่งที่ทำ

GRI 102-1 / GRI 102-4 / GRI 102-13 / GRI 102-3 / GRI 102-6

เริ่มจากการคิดช่วยเหลือเกษตรกร

เมื่อเริ่มต้นทำปืมน้ำมันสามทหาร (ปัจจุบันคือ ปตท.) แห่งแรกในต่างจังหวัด ที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นที่ตั้งหลักปั๊กฐานของคุณประสิทธิ์ ทรัพย์สาคร ผู้ก่อตั้งกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ โดยมีลูกค้ากว่าครึ่งที่อุดหนุนเต็ม น้ำมันเป็นเกษตรกรชาวไร่สับปะรดที่ไม่เพียงแต่เต็มน้ำมันเท่านั้น แต่ยังสามารถให้บริการล้างรถ อวนน้ำ ที่เจ้าของปืมน้ำมันไว้ เพราะเห็นว่าการขับรถขนส่งนั้นทั้งเหนื่อย ทั้งร้อน หากได้พักให้สบายสักครู่ก็จะเดินทางต่อได้อย่างปลอดภัย

ทั้งนี้ พืชผลเกษตรมีความไม่แน่นอนเพราะขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ เมื่อต้องประสบกับความเดือดร้อนเนื่องจากผลผลิตมากเกินไป ทำให้ราคาตกต่ำ ชาวไร่สับปะรดส่วนหนึ่งเคยเอ่ยปากว่าถ้านายห้างช่วยตั้งโรงงานสับปะรดแล้วรับซื้อสับปะรดของพวกชาวไร่หน่อยก็คงดีทำให้คุณประสิทธิ์คิดว่าถ้าจะต้องทำเมื่อมีเงินทองมากพอ

สู่โรงงานสับปะรดกระป๋องแห่งแรก ที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เมื่อวันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2519 โรงงานสับปะรดกระป๋องเพื่อส่งออกถูกสร้างขึ้นด้วยเงินทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ภายใต้ชื่อ บริษัท สับปะรดไทย จำกัด นับเป็นจุดเริ่มต้นการเป็นนักอุตสาหกรรมของคุณประสิทธิ์ ที่ต้องพบกับอุปสรรคมากมาย ไม่ว่าจะเป็น วัตถุดิบ เครื่องจักร พนักงาน ลูกค้า แต่เพราะความมุ่งมั่น ตั้งใจช่วยเหลือเกษตรกร ทำให้สามารถฝ่าฟัน แก้ไขปัญหาต่าง ๆ จนประสบความสำเร็จ และไม่เพียงเพราะต้องการผลิตของดีเท่านั้น แต่ต้องการให้ต่างประเทศเห็นคุณค่าของผลผลิตไทย บริษัท สับปะรดไทย จำกัด จึงเป็นโรงงานสับปะรดกระป๋องแห่งแรกของโลกที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9002

นอกเหนือจากความมุ่งมั่นช่วยเหลือเกษตรกรด้วยการนำผลผลิตมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้นแล้ว ยังได้คิดค้นนำผลผลิตเกษตรอื่น ๆ มาแปรรูปด้วย เช่น เงาะ มะละกอ ฝรั่ง เป็นต้น เพื่อการส่งออก 100 เปอร์เซ็นต์ และยังขยายไปจนถึงการผลิตผัก ผลไม้กรอบขายในประเทศอีกด้วย การขยายกำลังการผลิตยังช่วยให้เกิดพื้นที่เพาะปลูกไม่ต่ำกว่า 35,000 ไร่ ครอบคลุมครอบครัวเกษตรกรกว่า 1,800 ครอบครัว และยังสร้างงานให้กับลูกหลานเกษตรกรได้ทำงานในโรงงานมากกว่า 3,000 คน (ข้อมูลเมื่อ พ.ศ.2542) ปัจจุบันบริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 500 ล้านบาท

พัฒนาต่อเนื่องจนมาเป็น บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน)

จากความเชี่ยวชาญและความรู้ในการผลิตสับปะรดกระป๋องส่งออก ซึ่งเป็นรากฐานจากการก่อตั้ง บริษัท สับปะรดไทย จำกัด ใน พ.ศ.2532 ได้ผลิตน้ำผลไม้แท้ 100 เปอร์เซ็นต์ เป็นบริษัทแรกในประเทศไทยภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ทิปโก้” หลากหลายรสชาติ เช่น น้ำสับปะรด น้ำจุ่นขาว น้ำจุ่นแดง น้ำแอปเปิ้ล น้ำแครอท น้ำส้ม เป็นต้น และบริษัทฯ ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปีเดียวกัน ภายใต้ชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า **“TIPCO”** ก่อนจะเปลี่ยนชื่อเป็น **บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบัน**

บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) นับเป็นหนึ่งในบริษัทผู้นำผลิตภัณฑ์สับปะรดแปรรูปเพื่อการส่งออกในประเทศไทย รวมทั้งขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ขยายการลงทุนเข้าสู่ธุรกิจน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ภายใต้บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด และธุรกิจค้าปลีกน้ำผลไม้ปั่นสด ภายใต้บริษัท ทิปโก้ รีเทล จำกัด รวมไปถึงบริษัทยังให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนาปรับปรุงผลผลิตทางการเกษตร โดยได้ลงทุนในบริษัท ทิปโก้ ไบโอเทค จำกัด ซึ่งได้ดำเนินการวิจัยและพัฒนาขยายสายพันธุ์พืช และโรงงานสารสกัดพืช ตลอดจนพัฒนาสับปะรดสายพันธุ์ทิปโก้หอมสุวรรณ ซึ่งเป็นสิทธิบัตรของทิปโก้โดยเฉพาะ



คุณประสิทธิ์ ทรัพย์สาคร
ผู้ก่อตั้งกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

2519



ก่อตั้งบริษัท

ภายใต้ชื่อ บริษัท สับปะรดไทย จำกัด และตั้งโรงงานสับปะรด บนเนื้อที่ 150 ไร่

2532-2535



จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท สับปะรดไทย จำกัด (มหาชน) ในปี 2535

2536



จัดตั้งบริษัท ทีปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด ขยายธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจน้ำผลไม้พร้อมดื่ม

2546



เปลี่ยนชื่อบริษัท

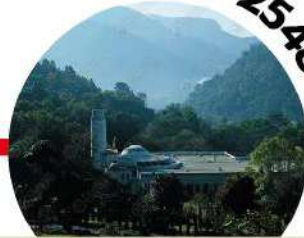
จากบริษัท สับปะรดไทย จำกัด(มหาชน) เป็น บริษัท ทีปโก้ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

2547-2550



จัดตั้งบริษัท ทีปโก้ รีเทล จำกัด ขยายธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีก ภายใต้แบรนด์ "Squeeze by Tipco"

2548



ลงทุนซื้อโรงงานผลิตน้ำแร่ ออรา จากบริษัท แร่ดิวพิพัฒน์ จำกัด

2550



จัดตั้งบริษัท ทีปโก้ ไบโอฟรุต จำกัด ทำการวิจัยและพัฒนาขยายสายพันธุ์พืช

2552



บริษัท ทีปโก้ ไบโอฟรุต จำกัด เริ่มจำหน่ายสับปะรดพันธุ์ทีปโก้หอมสุวรรณ

2552



เปลี่ยนชื่อบริษัท

จากบริษัท ทีปโก้ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท ทีปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

2557



ขยายกำลังการผลิตน้ำแร่ออรา เป็น 120 ล้านขวดต่อปี

2560



จัดตั้งบริษัท ทีปโก้ ไลน์แอปเปิล จำกัด เพื่อรับโอนธุรกิจผลไม้แปรรูป

2561



เปิดตัวแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ "ภูน้ำหยด" มีกำลังการผลิต 140 ล้านขวดต่อปี



3 ธุรกิจหลักของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

GRI 102-2

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์พืช ผัก และผลไม้ Product of vegetable and fruit Business Group

ธุรกิจผลไม้แปรรูป ธุรกิจผลิต และส่งออกในต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศอเมริกา และทวีปยุโรป คัดสรรวัตถุดิบคุณภาพสูงตามมาตรฐานส่งออก ส่วนหนึ่งกลุ่มธุรกิจอาหารฯ เพาะปลูกเองและอีกส่วนหนึ่งรับซื้อวัตถุดิบจากเกษตรกรในชุมชนในลักษณะ Contract Farming และผ่านกระบวนการผลิตที่ได้รับรองมาตรฐานระดับโลก เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โดยกลุ่มธุรกิจอาหารฯ สามารถผลิตผลไม้แปรรูปได้หลากหลายรูปแบบ อาทิ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรดเข้มข้น สับปะรดบรรจุในถ้วยพลาสติก ผลไม้รวมบรรจุในถ้วยพลาสติก และผลิตภัณฑ์กึ่งกึ่ง และน้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋อง เป็นต้น

ธุรกิจการเกษตร ดำเนินการวิจัยและพัฒนาสายพันธุ์พืชและเพาะปลูกเองด้วยความพิถีพิถันเป็นพิเศษภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญและเกษตรกรที่มีประสบการณ์ จึงทำให้สับปะรดพันธุ์ **"ทิปโก้หอมสุวรรณ"** ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและได้รับสิทธิบัตร ทั้งด้านรสชาติที่มีความหอม หวาน ไม่กัดลิ้น เปลือกบาง และมีคุณค่าทางอาหารสูง จำหน่ายในหลากหลายรูปแบบ ทั้งสับปะรดผลสดทั้งลูกและแบบตัดแต่ง รวมทั้งผลิตภัณฑ์แปรรูปใหม่ โดยนำผลสดไปกวนเป็นไส้สับปะรด ผลิตเป็นแครกเกอร์ชีส และแครกเกอร์ไส้สับปะรดหอมสุวรรณ จัดจำหน่ายทั้งในประเทศ และส่งออกในต่างประเทศ

ธุรกิจสารสกัด ธุรกิจรับจ้างผลิตสารสกัดจากพืชและสมุนไพรขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ด้วยตัวทำลายซึ่งมีประสิทธิภาพในการสกัด และมีระบบความปลอดภัยในระดับสูง โดยธุรกิจสารสกัด ครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ อบแห้ง บดผงและผลิตเป็นสารสกัด เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบของอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยา จัดจำหน่ายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

ธุรกิจเพื่อสุขภาพ ดำเนินการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเสริมอาหาร และยา ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้ได้สารสำคัญที่เป็นจุดเด่นของสมุนไพรแต่ละชนิด อาทิ **กระชายดำสกัด** ขมิ้นชัน บ้านตาขุน ที่ช่วยขับลม แก้ท้องอืดท้องเฟ้อ โรคนกระเพาะ กรดไหลย้อน เสริมสร้างภูมิคุ้มกันต้านทาน ต้านอนุมูลอิสระ และฟ้าทะลายโจร แคปซูลสกัด ตราทิปโก้ ช่วยรักษาโรคหวัด ลดอาการเจ็บคอ จากต่อมทอนซิลอักเสบ เป็นต้น จัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์และที่ร้านขายยาชั้นนำ

กลุ่มธุรกิจเครื่องดื่ม Beverage Business Group

ธุรกิจน้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่ม คัดสรรวัตถุดิบคุณภาพสูงจากธรรมชาติ ด้วยกรรมวิธีการผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน คุณค่าประโยชน์ของความเป็นน้ำผลไม้ได้อย่างครบถ้วน มีวิตามินสูง ไม่มีวัตถุกันเสีย บรรจุด้วยระบบปลอดเชื้อ พร้อมนำนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้ในกระบวนการผลิต รวมถึงดำเนินการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น อาทิ น้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่ม 100% น้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่ม Less Sweet จำหน่ายทั้งในประเทศ และส่งออกไปต่างประเทศทั่วโลก

ธุรกิจน้ำแร่ธรรมชาติ "ออร่า" ผลิตจากแหล่งเทือกเขาสูง 2,700 ฟุต ที่อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแหล่ง **"น้ำพุเย็น"** ขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ทำให้น้ำแร่มีรสชาติดี และได้รับการรับรองมาตรฐานจากนานาชาติ บรรจุขวด ในขนาด 330 มิลลิลิตร 500 มิลลิลิตร และ 1.5 ลิตร

ธุรกิจเครื่องดื่มอื่น ค้นคว้าวิจัยและพัฒนา (R&D) โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในรูปแบบใหม่ที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความหลากหลาย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่ม



150+

รายการสินค้าที่จำหน่ายภายใต้แบรนด์ของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้และรับจ้างผลิต

2,800+

ยอดขายจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ และรับจ้างผลิต (ล้านบาท)

10+

ตราสินค้าที่กลุ่มบริษัทผลิต / จำหน่าย

กลุ่มธุรกิจอื่นๆ

Other Business Group

ธุรกิจค้าปลีก เป็นธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้แบรนด์ **"Squeeze by Tipco"** เน้นวัตถุดิบที่มีคุณภาพ รสชาติอร่อย และมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก โดยมีผลิตภัณฑ์หลักคือสมูทตี้แบบพรีเมียม ไม่มีน้ำตาล สร้างความแตกต่างจากผู้ผลิตน้ำผลไม้ปั่นทั่วไป ด้วยการนำผลไม้สดตั้งแต่ 2-4 ชนิด มาปั่นรวมกัน ด้วยสูตรลับเฉพาะของ SQUEEZE โดยไม่ได้เติมน้ำตาลหรือน้ำเชื่อมแต่อย่างใด ผลที่ได้คือผลไม้เต็มๆ แก้วพร้อมเนื้อละเอียด เย็น นุ่ม เช่น สมูทตี้จากผลไม้แท้หลากหลายชนิด ผลิตภัณฑ์ใหม่เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของใบกัญชา นอกจากนี้ ธุรกิจค้าปลีก ยังเป็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ เช่น น้ำผลไม้และน้ำอัดลมพร้อมดื่ม สับปะรดสดพินสุทิปโก้หอมสุวรรณ น้ำแร่ธรรมชาติออรา เป็นต้น

ธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีความหลากหลาย ดังนี้

1. สั่งซื้อโดยตรงบนช่องทางเว็บไซต์ของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ www.auramove.net, www.tipcoherb.com, www.tipcoshop.com
2. ช่องทางออนไลน์อื่นๆ ได้แก่ LAZADA, SHOPEE, JD Central, Lineman
3. ช่องทาง Media Partner ได้แก่ Amado, RS Mall

ซึ่งทางกลุ่มธุรกิจอาหารฯ อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าด้วยบริการจัดส่งสินค้าในลักษณะ Delivery ให้กับลูกค้าสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มทำสด จัดส่งสินค้าในรูปแบบ Express ภายใน 30 นาที สำหรับน้ำผลไม้ และน้ำแร่ธรรมชาติออรา จัดส่งสินค้าภายใน 1 วัน ไม่เกิน 3 วัน นับจากวันสั่งซื้อสินค้า



Tipco 100% Fruit



รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565

วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

GRI 102-16

ก้าวสู่อนาคตที่มั่นคงด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านอาหาร/เครื่องดื่มที่ปลอดภัย ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมก้าวสู่ธุรกิจใหม่ที่มีศักยภาพสนับสนุนการมีสุขภาวะที่ดีในการดำเนินชีวิต และมีระบบการผลิต ส่งเสริมการเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

วิสัยทัศน์

เป็นบริษัทที่ขับเคลื่อนชั้นนำตลาด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้มีส่วนร่วมทางธุรกิจ

เพื่อให้พันธกิจของบริษัทเป็นจริง ทิปโก้ไม่สามารถเป็นเพียงแค่ผู้สนองตอบความต้องการของผู้บริโภคเท่านั้น แต่ต้องเป็นผู้ที่ชี้นำและขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงรูปแบบการใช้ชีวิตด้วย และการขับเคลื่อนชั้นนำตลาดดังกล่าวจะต้องนำมาซึ่งมูลค่าเพิ่มแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า พันธมิตร ผู้ถือหุ้น ผู้สนับสนุนทางการเงิน ตลอดจนชุมชนและสังคม กล่าวคือต้องนำมาซึ่งชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของทุกฝ่าย

พันธกิจ

นำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม

ความหมายของสุขภาวะที่ดี คือ การมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี ซึ่งต้องได้มาจากการดำเนินชีวิตโดยรวม มิใช่จากการเน้นทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ต้องใช้ทั้งวินัยและเวลาไม่มีทางลัด ดังนั้น ทิปโก้จึงไม่ใช่บริษัทที่มุ่งขายผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวแต่เป็นบริษัทที่เกิดมาเพื่อเรียนรู้เข้าใจการใช้ชีวิตของผู้คน และคิดค้นเพื่อนำเสนอรูปแบบการใช้ชีวิตที่นำมาซึ่งสุขภาวะที่ดี โดยใช้ผลิตภัณฑ์และบริการเป็นตัวแทนตอบโจทย์ของการนำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม

“
มุ่งเน้นอาหาร/เครื่องดื่ม
ที่ส่งเสริมสุขภาพ
และธุรกิจใหม่ที่มีศักยภาพ
ในการเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืน
”



ความมุ่งมั่นของพนักงานในการสร้างประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมสำหรับลูกค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง มีความสำคัญต่อความสำเร็จของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ของเรา เพื่อช่วยสร้างแรงบันดาลใจและรักษาค่านิยมสัญญานั้น เราได้กำหนดค่านิยมองค์กร **TIPCO** เพื่อให้พนักงานทุกคนได้เข้าใจวิถีการทำงานที่สามารถช่วยให้มีแนวทางทำงานร่วมกันในการมุ่งสู่จุดมุ่งหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการรักษาวัตถุธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นคุณค่าพนักงานที่เข้มแข็ง ซึ่งพนักงานของเราจะรู้สึกถึงคุณค่าของตัวเองและให้การสนับสนุนองค์กร โดยได้รับการปฏิบัติด้วยความเคารพ และมีโอกาสเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ความสามารถ เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพการงาน

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้มุ่งมั่นพัฒนาเพื่อรักษาความสำเร็จในฐานะผู้นำตลาด ด้วยการพัฒนานวัตกรรมที่มีคุณภาพ ขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจที่แข็งแกร่ง และปรับปรุงสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปพร้อม ๆ กัน พร้อมปลูกฝังการทำงานตามค่านิยมองค์กรซึ่งเป็นความคาดหวังที่จะพาพนักงานทุกคนให้ก้าวเดินไปด้วยกันอย่างมั่นคงและยั่งยืน

T	Teamwork	<p>เป้าหมายเดียวกัน การร่วมมือร่วมใจเป็นหนึ่งเดียวโดยไม่แบ่งแยก คำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและองค์กร การสร้างความไว้วางใจนี้จะทำให้พนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เพื่อฝ่าทุกวิกฤตสถานการณ์สู่เป้าหมายร่วมกัน</p>
I	Innovation	<p>สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทุกวันคือการพัฒนา การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น รวมถึงสินค้าและบริการ จากเรื่องเล็กที่ไม่มองข้าม ก้าวไปสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อทุกสิ่งที่ดีกว่า สร้างวิถีการทำงานที่เปิดรับ การเปลี่ยนแปลงด้วยใจที่เปิดกว้าง ยอมรับความคิดที่แตกต่างโดยมีการคิดพัฒนา ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง</p>
P	Passion	<p>ด้วยใจเต็มร้อย การเต็มและการรักษา “แรงบันดาลใจ” เพื่อสร้างแรงผลักดันในการขับเคลื่อนการทำงานด้วยความกระตือรือร้น เป็นเสมือน “ไฟ” ที่ขับเคลื่อนให้พนักงานสร้างสรรค์งานเด่นหน้าอย่างเปี่ยมพลัง โดยการรักษาความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับชีวิตทำงาน ด้วยระบบและวัฒนธรรมการทำงาน</p>
C	Commitment	<p>ไม่ถอยมุ่งมั่น ยึดมั่นในคำสัญญา คุณธรรม และความซื่อสัตย์ ในการดำเนินธุรกิจขององค์กร ส่งต่อไปถึงการทำงานของพนักงานที่มุ่งมั่นในการส่งมอบคุณค่าเหนือความคาดหมาย โดยกำหนดทิศทางเป้าหมายที่ชัดเจนและให้พนักงานเห็นอนาคตของการทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามกำหนดอย่างมุ่งมั่น ไม่ถอย</p>
O	Openness	<p>สื่อสารจริงใจ สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งพลัง (Energy) มาที่พนักงาน สร้างบรรยากาศแง่บวก (Good vibes) และผ่อนคลาย เพื่อการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ที่อาจไม่คุ้นเคย ปรับกฎเกณฑ์ให้มีความยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ เพื่อให้เกิดวัฒนธรรมความไว้วางใจ ยอมรับความแตกต่าง และสื่อสารอย่างซื่อตรงจากใจ</p>





ขับเคลื่อนด้วย 3 กลยุทธ์ และทิศทางองค์กรในก้าวสำคัญต่อไป

GRI 102-16

TRUST

ยึดถือและสร้างความยอมรับในตลาด
ด้วยมาตรฐานคุณภาพแบบทศปโก้

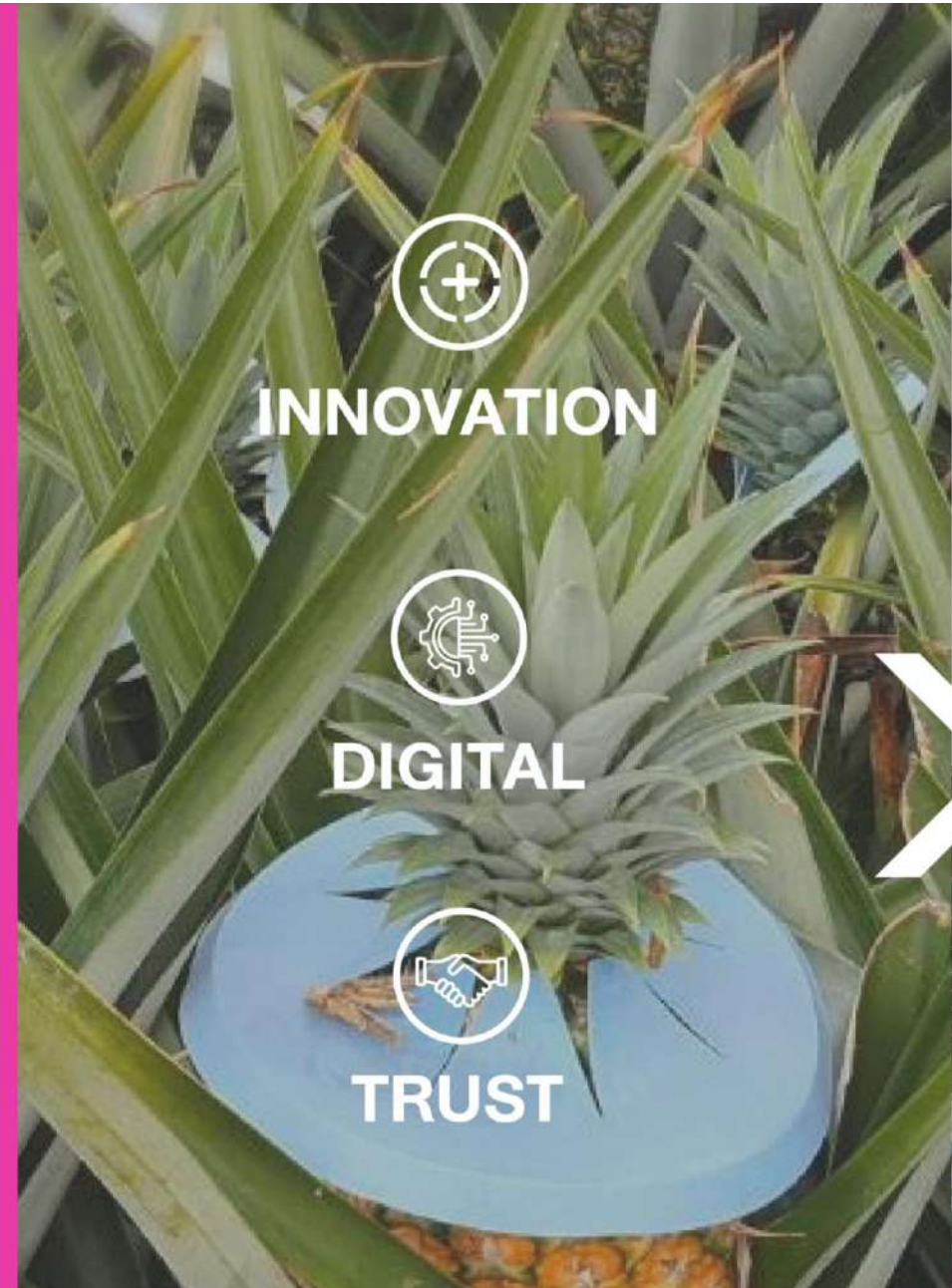


INNOVATION

การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรมใหม่
และหลากหลายอย่างต่อเนื่อง

DIGITAL

เปลี่ยนแปลงองค์กรและธุรกิจ
ในทิศทางดิจิทัลอย่างเต็มที่



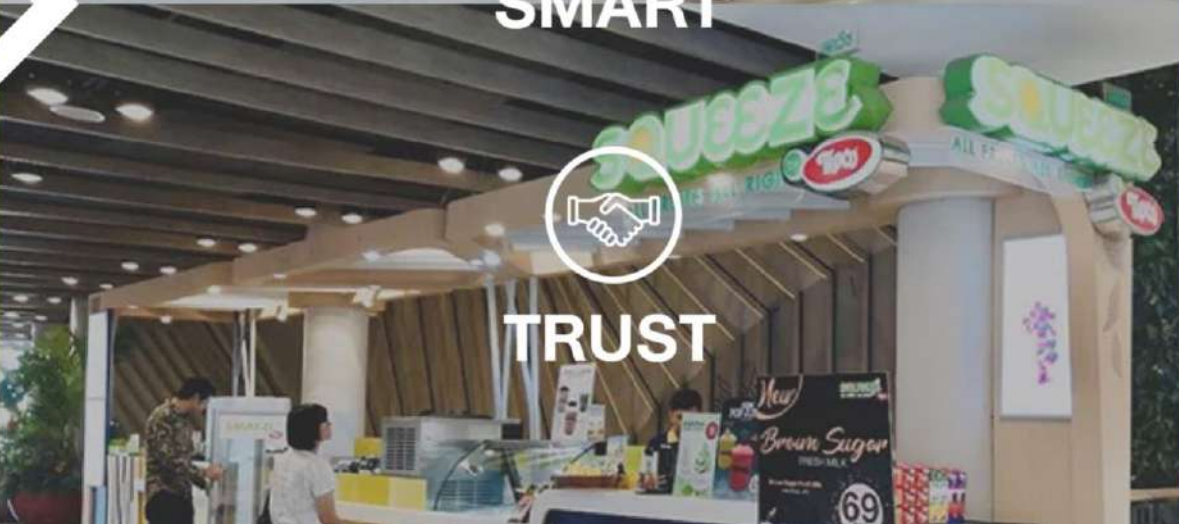
“สับปะรดใส่หมวก” สับปะรดทศปโก้หอมสุวรรณ “ใส่หมวก” เมื่อสับปะรดออกผลได้
อายุ 2 เดือนครึ่ง – 3 เดือน เพื่อป้องกันแสงแดดมาสัมผัสผิวของสับปะรดมาก
เกินไป ซึ่งจะทำให้ผลผลิตมีความเสียหายได้ โดยนวัตกรรม “หมวก” ที่นำมาใส่ให้ผล
สับปะรดนั้น ทำมาจากพลาสติกรีไซเคิล ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม และยังสามารถนำ
กลับมาใช้ใหม่ได้ **สับปะรดทศปโก้หอมสุวรรณสายพันธุ์ไทย-คุณภาพระดับโลก**



INNOVATION



SMART



TRUST

“ธุรกิจสารสกัดและสมุนไพร” บริษัท ทีปโก้ ไบโอเทค จำกัด มีความเชี่ยวชาญด้านสารสกัดพืชและสมุนไพรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ Good Manufacturing Practice (GMP) มีทีมงานวิจัยและพัฒนาที่สามารถตรวจสอบมาตรฐานสารสำคัญในเชิงปริมาณ (Standardization) โดยใช้เครื่องมือขั้นสูง **มีบริการครบวงจรแก่ลูกค้า** ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การอบแห้ง บดเป็นผง และผลิตเป็นสารสกัด รวมทั้งมีการพัฒนาระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

นำสุขภาพที่ดีสู่สังคม
ด้วยนวัตกรรมด้านอาหาร/เครื่องดื่ม
ที่ไว้วางใจได้

ความมุ่งมั่น

ดำเนินธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม
เพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดี ผ่านกระบวนการทางธุรกิจ

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้นวัตกรรมและ
เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดสุขภาพที่ดีในสังคม



ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจของ กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

GRI 102-9, GRI 102-10 / GRI 201-1



1 การตลาด/การพัฒนาธุรกิจ
ขับเคลื่อนกลยุทธ์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และธุรกิจใหม่ รวมถึงวางแผนงานในทุกส่วนของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การตลาด การขนส่ง และช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม พร้อมทั้งวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจและพัฒนาแผนงานเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนทางธุรกิจและวางแผนงานเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนทางธุรกิจ **การตลาด (Marketing)** บริหารจัดการรูปแบบทางการตลาดระดับองค์กร (Master Branding) และการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ (Products Branding) รวมถึงแผนงานเกี่ยวกับ Marketing Campaign เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค ทุกกลุ่มเป้าหมาย

2 การเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์
มุ่งเน้นการพัฒนาและสร้างคุณค่าในด้านความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีมาก่อนในท้องตลาด ยกกระดับคุณภาพของสินค้าใหม่ตามมาตรฐานด้วยการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ ถึงจุดเด่นและสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ มีคุณค่าด้านราคาที่เหมาะสมตามความต้องการของตลาด รวมทั้งพัฒนาและรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์เดิมอย่างสร้างสรรค์และต่อเนื่อง

3 การจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ
ธุรกิจการเกษตรและสินค้าวัตถุดิบจากภายในองค์กร (Internal) พัฒนาระบบการเพาะปลูก และนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการเพาะปลูก เพื่อให้ได้สินค้าและวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การสนับสนุนสินค้าทางการเกษตรของชุมชน และ **ผู้ค้าจากภายนอก (External)** คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากเกษตรกรในชุมชน และผู้ค้าจากภายนอก เพื่อเป็นการสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้กับคนในชุมชน

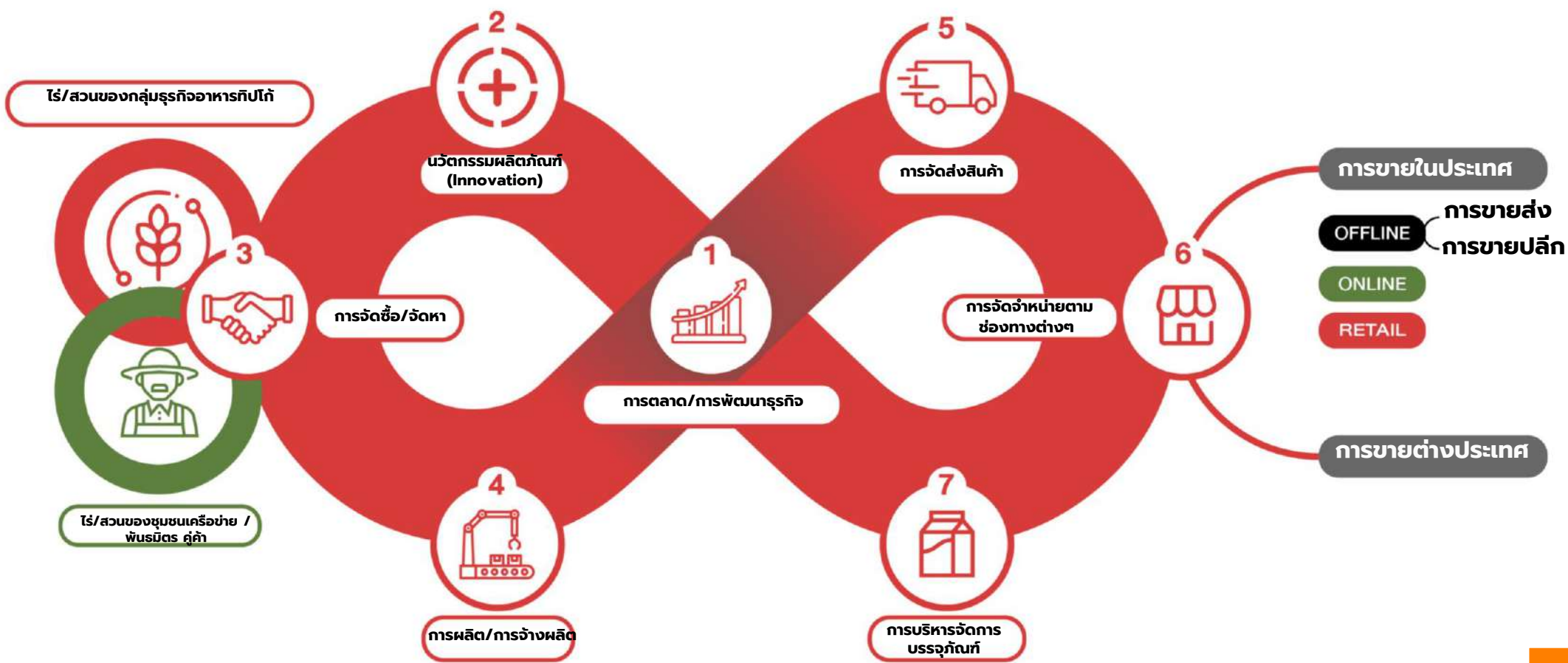
4 การผลิตภายใน / การส่งผลิตภายนอก
การผลิตภายใน (Production) สืบค้าที่ผลิตจากโรงงานกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ทั้ง 5 แห่ง อาทิ โรงงานผลิตผลไม้แปรรูป โรงงานผลิตสารสกัดสมุนไพร โรงงานผลิตน้ำผลไม้ โรงงานผลิตน้ำแร่ธรรมชาติแมรี่ และ โรงงานผลิตน้ำแร่ธรรมชาติภูน้ำหุยด **การส่งผลิต/รับจ้างผลิตจากภายนอก (OEM In/Out)** เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจด้วยการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย รวมทั้งการรับจ้างสั่งทำ และการส่งผลิตสินค้าพิเศษจากแหล่งคุณภาพที่มีมาตรฐานสากล

5 การจัดส่งสินค้า
ในประเทศไทย กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้สร้างระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย ด้วยการวางระบบการกระจายสินค้าจากโรงงานผลิตไปยังศูนย์กระจายสินค้าตามภูมิภาค และทำการกระจายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายรายย่อยไปยังห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และร้านค้าในต่างจังหวัด สำหรับ **ในต่างประเทศ** จัดส่งสินค้าไปยังประเทศคู่ค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการคัดเลือกรูปแบบการจัดส่งสินค้าที่เหมาะสมกับตัวสินค้าและประเทศคู่ค้า รวมทั้งการติดต่อและคัดเลือกบริษัทขนส่งที่มีคุณภาพ

6 การขายตามช่องทางต่างๆ
กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ ทั้งช่องทาง **ออฟไลน์** จำหน่ายสินค้าผ่านผู้แทนจำหน่าย (Distributor) และกลุ่มธุรกิจอาหารฯ จัดจำหน่ายสินค้าเอง (Self-Distribution) ไปยังห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพฯ และร้านค้าในต่างจังหวัด ช่องทาง **ออนไลน์** จัดจำหน่ายสินค้าผ่านการขายออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ที่มีความหลากหลาย มีบริการขนส่งสินค้าในรูปแบบ Delivery ช่องทาง **Sina** จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ผ่านหน้าร้านภายใต้แบรนด์ "Squeeze by Tipco" เน้นอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีรสชาติอร่อย

7 การบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค
กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ดำเนินการธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ด้วยการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดแผนงานตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบของบรรจุภัณฑ์ การผลิตบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการจัดการเก็บบรรจุภัณฑ์ขวดน้ำพลาสติกที่ใช้แล้วจากผู้บริโภค และนำกลับมาผ่านกระบวนการรีไซเคิล

ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้






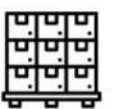







ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

GRI 102-9

ความต้องการ ลูกค้า/ผู้บริโภค INPUT	1 การตลาด / พัฒนาธุรกิจ BUSINESS UNIT'S DEVELOPMENT & MARKETING	2 การเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ การผลิต และการดำเนินงาน VALUE-ADDED PRODUCTS, PRODUCTION & OPERATION PROCESSES	3 การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ / การขนส่ง INPUTS: HARVESTING & RAW MATERIALS / TRANSPORTATION
วัยเด็ก 	ฝ่ายธุรกิจองค์กร 	การเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ 	ธุรกิจเกษตรและ สินค้าขององค์กร 
วัยรุ่น 	การตลาดของ คู่ค้าพันธมิตรธุรกิจ 	การเพิ่มคุณค่าในการผลิต และการดำเนินงาน 	สนับสนุนเกษตรกรของชุมชน และคู่ค้าภายนอก 
วัยผู้ใหญ่ 			
วัยสูงอายุ 			
ครอบครัว 			ใช้เทคโนโลยี / นวัตกรรม TECHNOLOGY

<p>4</p> <p>การผลิต ผลิตใช้เอง / รับจ้างผลิต / การสั่งผลิตภายนอก PRODUCTION / OEM</p>	<p>5</p> <p>บรรจุกินท์ / การจัดส่ง และการกระจายสินค้า DISTRIBUTION / PACKAGING / LOGISTICS</p>	<p>6</p> <p>การขายตามช่องทางต่าง ๆ SALES VIA OMNI CHANNEL</p>	<p>7</p> <p>การบริหารจัดการ บรรจุกินท์หลังการบริโภค POST-CONSUMPTION PACKAGING MANAGEMENT</p>	<p>ผลลัพธ์/ ความคาดหวัง OUTPUT/ OUTCOME</p>
<p>โรงงานลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้</p>  <p>โรงงานคู่ค้าพันธมิตร</p> 	<p>Home Delivery / รถบรรทุก / เรือบรรทุกสินค้า / เครื่องบิน</p>    	<p>ร้านกลุ่ม</p> <p>การขายปลีก </p> <p>การขายส่ง </p> <p>ช่องทางออนไลน์ </p> <p>การขายต่างประเทศ </p>		<p>สร้างผลกำไร ด้านเศรษฐกิจ โดยไม่รบกวน สิ่งแวดล้อม และ ร่วมพัฒนาสังคม/ชุมชน</p> <p>สินค้า/บริการสร้างความไว้วางใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย "BUILD TRUST"</p> 
<p>นวัตกรรม / ระบบดิจิทัล ตลอดห่วงโซ่คุณค่า INNOVATION / INNOVATION / DIGITAL</p>				

ความคาดหวังจากการสร้างคุณค่าสู่ความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

GR 201-1 / GR 201-2 / GR 201-3



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร (Internal Stakeholder) ความคาดหวังของผู้บริหารและพนักงาน

1. ผลตอบแทน และสวัสดิการที่เหมาะสม
2. ความมั่นคงและความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน
3. การพัฒนาศักยภาพ ความรู้ความสามารถในการทำงานของพนักงาน
4. พัฒนารูปแบบการทำงาน สร้างเสริมสุขภาพที่ดี และมีความปลอดภัยในการทำงาน

ผู้บริหารและพนักงาน (Executive & Employee) การตอบสนองความคาดหวังของผู้บริหารและพนักงาน

1. จัดสรรผลตอบแทนและสวัสดิการที่มีความเหมาะสมสำหรับพนักงานทุกภาคส่วน
2. กำหนดแผนการทำงาน เป้าหมาย และกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ชัดเจน และดำเนินธุรกิจตามแผนงานที่กำหนดไว้
3. กำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเพื่อประเมินผลงานอย่างโปร่งใส
4. จัดอบรมพัฒนาศักยภาพในทุกด้าน รวมทั้งกำหนดมาตรการ และแรงจูงใจให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร (External Stakeholder)

ผู้บริโภค (Consumer)



ความคาดหวังของผู้บริโภค

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ สร้างความหลากหลายและทันสมัย
2. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองมาตรฐานในด้านคุณภาพ
3. ใส่ใจสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค
4. สื่อสารและเปิดเผยข้อมูลของสินค้าอย่างครบถ้วน
5. มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย และมีบริการขนส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า
6. กำหนดราคาขายที่มีความเหมาะสมกับมูลค่าสินค้า

การตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภค

1. ค้นหาความต้องการของผู้บริโภค และนำนวัตกรรมใหม่เข้ามาปรับใช้ ในกระบวนการผลิต
2. คัดสรรวัตถุดิบในการผลิตที่มีคุณภาพ
3. เน้นกระบวนการในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ และได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล จากสถาบันต่าง ๆ ในระดับโลก
4. สื่อสารข้อมูลที่ครบถ้วน เลือกช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลได้
5. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์และจัดส่งสินค้าในรูปแบบ Home Delivery
6. สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าด้วยการพัฒนาสินค้าใหม่

ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์ (Stockholders & Analysts)



ความคาดหวังของผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์

1. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีผลการดำเนินงานในส่วนของยอดขายและกำไรจากการดำเนินงานเติบโตอย่างต่อเนื่อง
2. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จ่ายเงินปันผลอย่างสม่ำเสมอ
3. ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ในส่วนของแผนธุรกิจ การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน และการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

การตอบสนองความคาดหวังของผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์

1. บริหารธุรกิจ และจัดการความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกองค์กร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. กำหนดและประกาศนโยบายเงินปันผลที่ชัดเจน รวมทั้งสร้างความเติบโตของผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
3. จัดทำและนำเสนอข้อมูลที่สำคัญของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ที่ถูกต้องและครบถ้วน ผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ และเอกสารรายงานประจำปี

ความคาดหวังจากการสร้างคุณค่าสู่ความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

GR 201-1 / GR 201-2 / GR 201-3

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร (External Stakeholder)

คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ (Business partner)



ความคาดหวังของคู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ

1. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ สนับสนุนและยกระดับการดำเนินงานของคู่ค้า เพื่อให้เกิดความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพสูงสุด
2. สร้างรายได้ให้กับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่เติบโตอย่างสม่ำเสมอ
3. การคัดเลือกคู่ค้าอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม

การตอบสนองความคาดหวังของคู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ

1. จัดประชุมร่วมกันระหว่างกลุ่มธุรกิจอาหารฯ และคู่ค้า เพื่อยกระดับการดำเนินงานของคู่ค้า
2. กำหนดแผนงานระหว่างกลุ่มธุรกิจอาหารฯ อย่างชัดเจน และชำระเงินค่าสินค้าตรงตามระยะเวลาที่กำหนด
3. กำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้าอย่างเป็นธรรม รวมทั้งรักษาและป้องกันข้อมูลระหว่างกลุ่มธุรกิจอาหารฯ กับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ

ผู้จัดจำหน่าย(Distributor)



ความคาดหวังของผู้จัดจำหน่าย

1. การกำหนดราคาขายสินค้าอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม
2. สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด
3. ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างสม่ำเสมอ
4. ได้รับสินค้าในปริมาณที่เหมาะสมและตรงต่อเวลา
5. มีการทำการตลาด ส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

การตอบสนองความคาดหวังของผู้จัดจำหน่าย

1. กำหนดราคาขายสินค้าที่มีความเหมาะสมและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย
2. ผลิตสินค้าตามมาตรฐานที่กำหนดและตรวจสอบคุณภาพของสินค้า
3. กำหนดแผนการพัฒนาสินค้าและช่วงเวลาในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่
4. วางแผนการจัดหาวัตถุดิบ การผลิตสินค้า และการส่งมอบสินค้าที่มีความชัดเจน

หน่วยงานภาครัฐ (Government agencies)



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข



ความคาดหวังของหน่วยงานภาครัฐ

1. ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม
2. ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ และนำเสนอแนวทางที่ดีเพื่อมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

การตอบสนองความคาดหวังของหน่วยงานภาครัฐ

1. ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ข้อบังคับด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม
2. ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้งจัดกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ

ชุมชน สังคม (Social community)



ความคาดหวังของชุมชน สังคม

1. พัฒนาคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างประโยชน์ในด้านต่างๆ ของชุมชนและสังคม
2. กระบวนการผลิตที่ลดผลกระทบต่อด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม
3. ช่วยดูแลพื้นที่ภายในชุมชนใกล้เคียง
4. เคารพสิทธิมนุษยชนของชุมชนใกล้เคียง

การตอบสนองความคาดหวังของชุมชน สังคม

1. การทำสัญญากับเกษตรกร(Contract Farming) เพื่อจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากชุมชนใกล้เคียง
2. บริหารจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3. รักษาและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ
4. ประเมินความพึงพอใจและรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชน

สื่อมวลชน (Mass media)



ความคาดหวังของสื่อมวลชน

1. สื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อสถานการณ์
2. การมีส่วนร่วมและสานสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน
3. นำเสนอและรับฟังความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์กับบริษัทฯ

การตอบสนองความคาดหวังของสื่อมวลชน

1. บริหารธุรกิจและจัดการความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. กำหนดและประกาศนโยบายเงินปันผลที่ชัดเจน รวมทั้งสร้างความเติบโตของผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
3. จัดทำและนำเสนอข้อมูลที่สำคัญของบริษัทที่ถูกต้องและครบถ้วน ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ และเอกสารรายงานประจำปี

นักวิจัย นักวิชาการ (Wellness Specialist, Researcher)



ความคาดหวังของหน่วยงานภาครัฐ

1. ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม
2. ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ และนำเสนอแนวทางที่ดีเพื่อมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน
3. การสร้างประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการวิจัย

การตอบสนองความคาดหวังของหน่วยงานภาครัฐ

1. ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ข้อบังคับด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม
2. ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้งจัดกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ
3. ส่งเสริมให้พนักงานผู้เชี่ยวชาญภายในองค์กรทำวิจัยร่วมกับนักวิจัย/ ผู้เชี่ยวชาญภายนอกในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อสร้างเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างพนักงานและนักวิจัยจากภายนอก



การจัดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามบทบาทที่มีผลกระทบ

GRI 102-40, GRI 102-42



กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้



ได้รับผลกระทบโดยตรง
การบริหารงานเป็นไปอย่างใกล้ชิด



ได้รับผลกระทบโดยอ้อม
การบริหารงานเป็นแบบติดตามผล



เป้าหมายและผลงานสำคัญในรอบปี 2565

GRI 103-2, GRI 201-1

จัดระบบและวางมาตรการในการดูแล
คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลใน
ระบบงานต่าง ๆ ของกลุ่มธุรกิจ
อาหารฯ รวมถึงข้อมูลของลูกค้า ลด
ความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัย
ไซเบอร์ และเสริมสร้างความ
ปลอดภัยของข้อมูลนำเทคโนโลยีและ
นวัตกรรมที่หลากหลายมาพัฒนา
ผลิตภัณฑ์

พัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยนำเทคโนโลยี
และนวัตกรรมที่หลากหลายมาใช้เพื่อ
แปรรูปและถนอมอาหาร เพื่อตอบ
สนองความต้องการของลูกค้า
รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการ
บริหารจัดการข้อมูลและกระบวนการ
ต่างๆ ในการพัฒนาและผลิตภัณฑ์

บริหารจัดการพลังงานไฟฟ้า และ
เชื้อเพลิงได้อย่างมีประสิทธิภาพมาก
ยิ่งขึ้น ใช้พลังงานทดแทนจาก
ธรรมชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
และสามารถลดมลพิษที่ทำลายชั้น
บรรยากาศของโลกลดการใช้
พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือน
กระจก



รางวัลแห่งความภูมิใจด้านความยั่งยืน

GR 102-12/ GR 102-13



6 ตัวอย่างต่อเนื่อง

ได้รับรางวัล Marketeer No.1 Brand Thailand 2021-2022 ตอกย้ำความสำเร็จแบรนด์น้ำผลไม้ยอดนิยมอันดับ 1 ที่ครองใจผู้บริโภคทั่วประเทศยาวนานถึง 11 ปีซ้อน เป็นรางวัลที่เกิดจากความร่วมมือระหว่าง Marketeer Group กับ บริษัท เคเดียน อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยการตลาดชั้นนำแห่งประเทศไทย และบริษัท มาร์เก็ตติ้ง มูฟ จำกัด



6 ตัวอย่างต่อเนื่อง

ได้รับรางวัลเกียรติยศสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานประจำปี 2565 จากสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



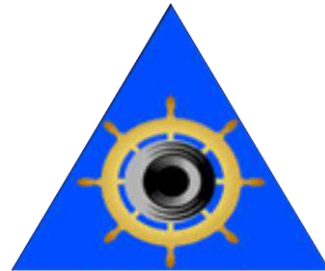
5 ตัวอย่างต่อเนื่อง

ได้รับรางวัล The Most Powerful Brands of Thailand ซึ่งเป็นการจัดอันดับให้เป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่งและทรงพลังที่สุดในหมวดเครื่องดื่มน้ำผลไม้ จากภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



3 ปีอย่างต่อเนื่อง

ได้รับโล่เกียรติคุณในฐานะบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน ประจำปี 2564-2565 “THSI” ที่สะท้อนผลการดำเนินงานในด้าน ESG (Environmental, Social and Governance) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)



บริษัทภิบาลแห่งชาติ
National CG Committee

3 ปีอย่างต่อเนื่อง

ผลการประเมินคะแนนการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ประจำปี 2565 ในระดับ “ดีเลิศ” (Excellent) แสดงถึงคุณภาพของการบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)



1 ครั้งที่

ได้รับรางวัลประเภท “ดีเด่น” องค์กรต้นแบบความยั่งยืนในตลาดทุนไทยด้านสนับสนุนคนพิการปี 2565 จัดโดยสำนักงาน ก.ล.ต.ร่วมกับกระทรวงแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน



1 ครั้งที่

ได้รับมอบใบรับรองมาตรฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบการ (มยส.) จากแรงงาน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา





**กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้
กับความยั่งยืน**



Tipco

บมจ. ทีพีโก้ฟู้ดส์
TIPCO FOODS PCL.



กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ กับความยั่งยืนของ องค์กร



ความมุ่งมั่นของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ การปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน

GRI 201-1

ปรับแนวคิด สู่การลงมือปฏิบัติ



INNOVATIVE F&B FOR WELLNESS LIFE

ส่งเสริมสุขภาพและความสุขในการใช้
ชีวิตของทุกคนผ่านนวัตกรรมด้าน
อาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้เทคโนโลยี
การผลิตที่ทันสมัย



REDUCING IMPACT TO ENVIRONMENT

ลดการใช้พลังงาน ที่สร้างภาวะโลกร้อนและผลกระทบต่อ
สิ่งแวดล้อม ปรับเปลี่ยนใช้พลังงานทดแทน และบรรจุภัณฑ์ที่
เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



CREATING SUSTAINABLE COMMUNITY

สร้างความร่วมมือและไว้วางใจเพื่อ
สอดประสานในการทำงานร่วมกันอย่าง
มืออาชีพทั้งภายในและภายนอกองค์กร
เพื่อสรรสร้างองค์กรและชุมชนที่ยั่งยืน



กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

GR 102-31 / SDG 16, G1.1C

การดำเนินธุรกิจเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน คือ ความมุ่งมั่นของเรา

ในปัจจุบัน ธุรกิจจะต้องเผชิญกับความท้าทายหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จึงต้องปรับตัวและพัฒนาการดำเนินธุรกิจอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอด และสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จึงมีความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนองค์กร ด้วยการบูรณาการด้านการผลิตและให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตด้วยนวัตกรรมใหม่ รวมทั้งตระหนักถึงความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน สังคมโดยรวม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

คณะผู้บริหารกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน (Sustainability Development Strategy) ใน 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสิ่งแวดล้อม และมิติด้านสังคม โดยมิติดังกล่าวเพื่อยกระดับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ

กรอบแนวคิดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน



“ผู้นำด้านนวัตกรรม” Innovation Leader

การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรมใหม่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ



“บริหารทรัพยากรอย่างชาญฉลาด”

Smart Resource Management

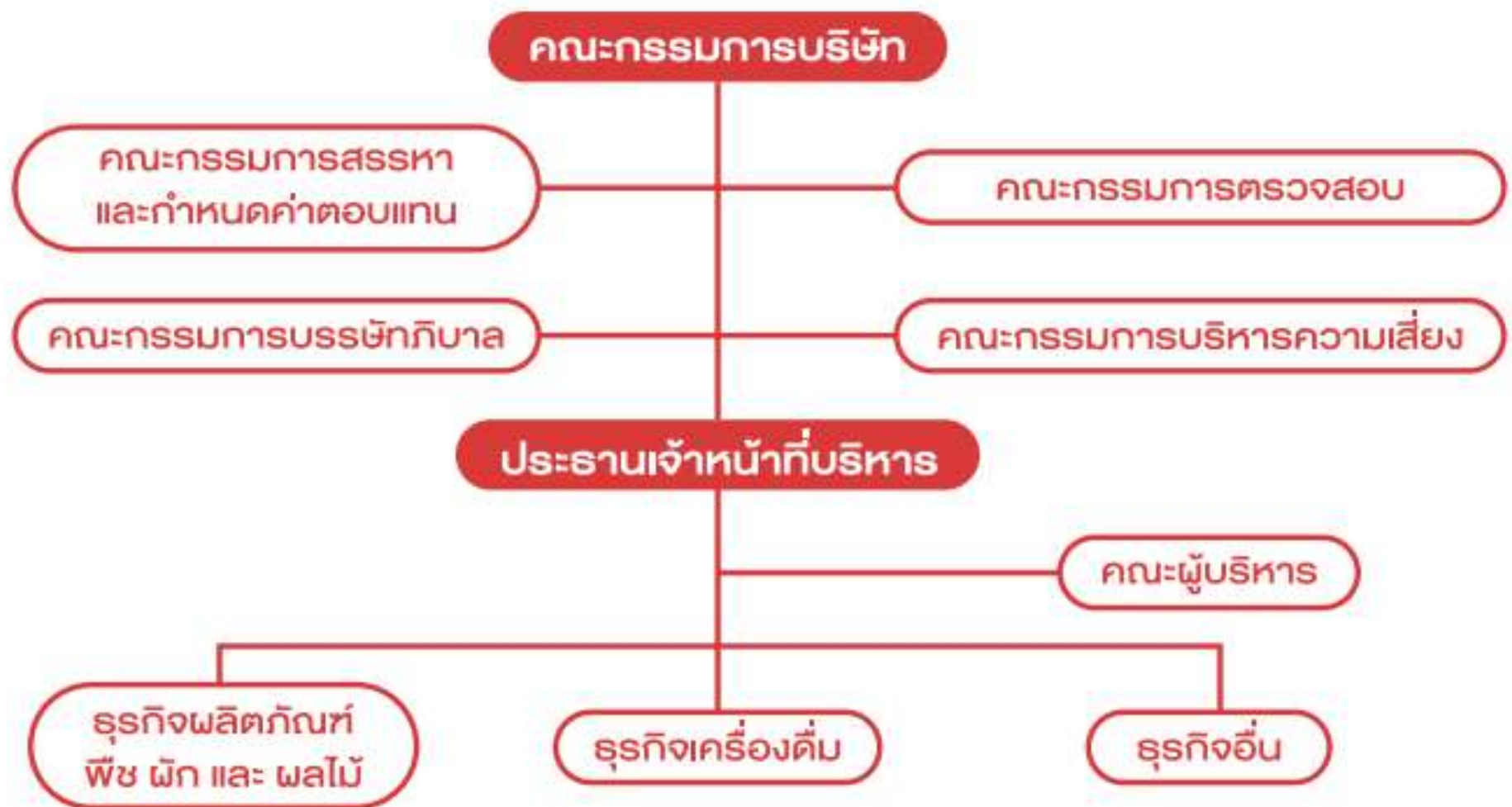
สร้างการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและประโยชน์สูงสุด



“ส่งเสริมด้านคุณภาพ” Quality Trust

ยึดถือและสร้างความยอมรับในตลาด ด้วยมาตรฐานคุณภาพในระดับท็อปโก้

โครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

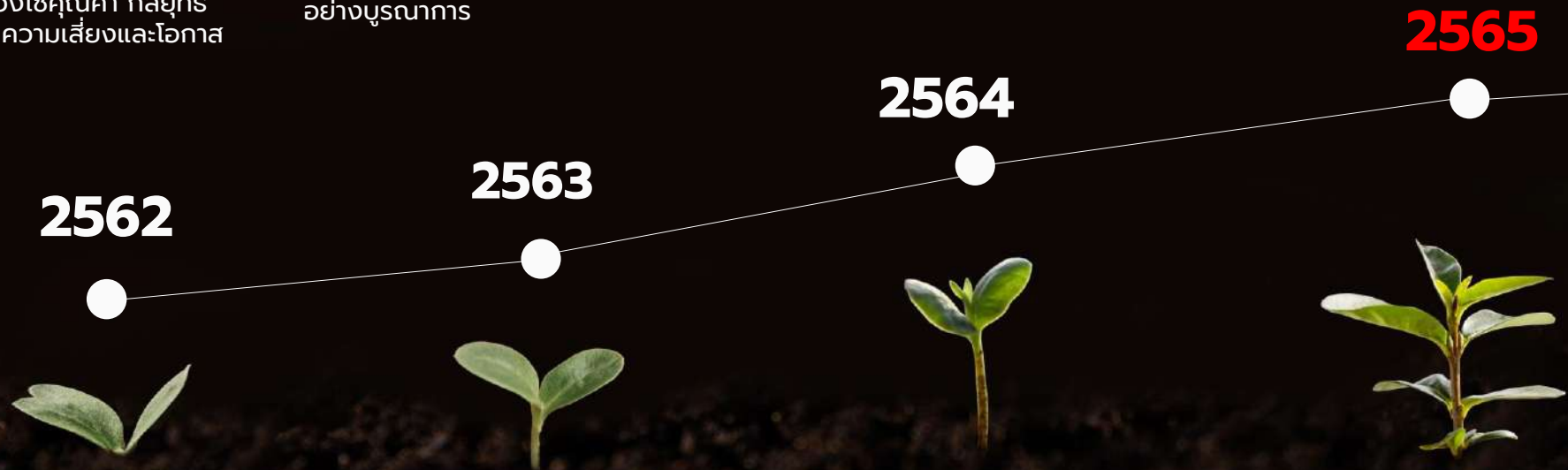


จุดเริ่มต้นการพัฒนาความยั่งยืน
ศึกษาหลักการและแนวคิดการ
พัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนเพื่อ
การบูรณาการและนำมาปรับใช้ใน
กระบวนการทางธุรกิจในอนาคต
โดยการศึกษาและวิเคราะห์จาก
วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรม
องค์กร ห่วงโซ่คุณค่า กลยุทธ์
ทางธุรกิจ ความเสี่ยงและโอกาส
ของธุรกิจ

**กำหนดผู้รับผิดชอบในส่วนงานการ
ขับเคลื่อนการดำเนินงาน**
จัดตั้งฝ่ายงานด้านความยั่งยืน เพื่อทำ
หน้าที่ดูแลภาพรวมของการขับเคลื่อน
ธุรกิจสู่ความยั่งยืนและเป็นศูนย์กลาง
ในการประสานงานร่วมกับฝ่ายงาน
ต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงาน
อย่างบูรณาการ

**กำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจด้าน
ความยั่งยืน**
วิเคราะห์บริบทและประเด็นสำคัญ
ด้านความยั่งยืนขององค์กร
กำหนดกลยุทธ์และกรอบแนว
ทางการบริหารจัดการองค์กรใน
ภาพรวมเพื่อมุ่งสู่การพัฒนาและ
ขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนเพื่อ
พัฒนา

**พัฒนาแผนงานด้านความ
ยั่งยืน**
กำหนดแผนงานนโยบายและ
เป้าหมายในการบริหารจัดการ
ด้านความยั่งยืนและกระบวนการ
ขับเคลื่อนองค์กรตามแนว
ทางการพัฒนารายอย่างยั่งยืนใน
ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว



ปฏิบัติการตามแผนงานด้านความยั่งยืน

บูรณาการแผนงานด้านความยั่งยืนให้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการดำเนินงานธุรกิจโดยปกติ

พัฒนาและปรับปรุงผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
วิเคราะห์และประเมินผลเพื่อทบทวนแผนงานนโยบาย และเป้าหมายพัฒนาแผนงานด้านความยั่งยืนและรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

นำไปสู่ห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืน
เชื่อมโยงข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเข้ากับทรัพยากรของธุรกิจสะท้อนให้เห็นถึงผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเป็นไปตามเป้าหมายและสามารถเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ขยายผลด้านความยั่งยืนไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขยายธุรกิจและสามารถเชื่อมโยงกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนระหว่างบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าตลอดจนสร้างความเข้มแข็งทางการเงินภายใต้กรอบแนวคิดด้านความยั่งยืน

2566

2567

2568

2569



Sustainability.

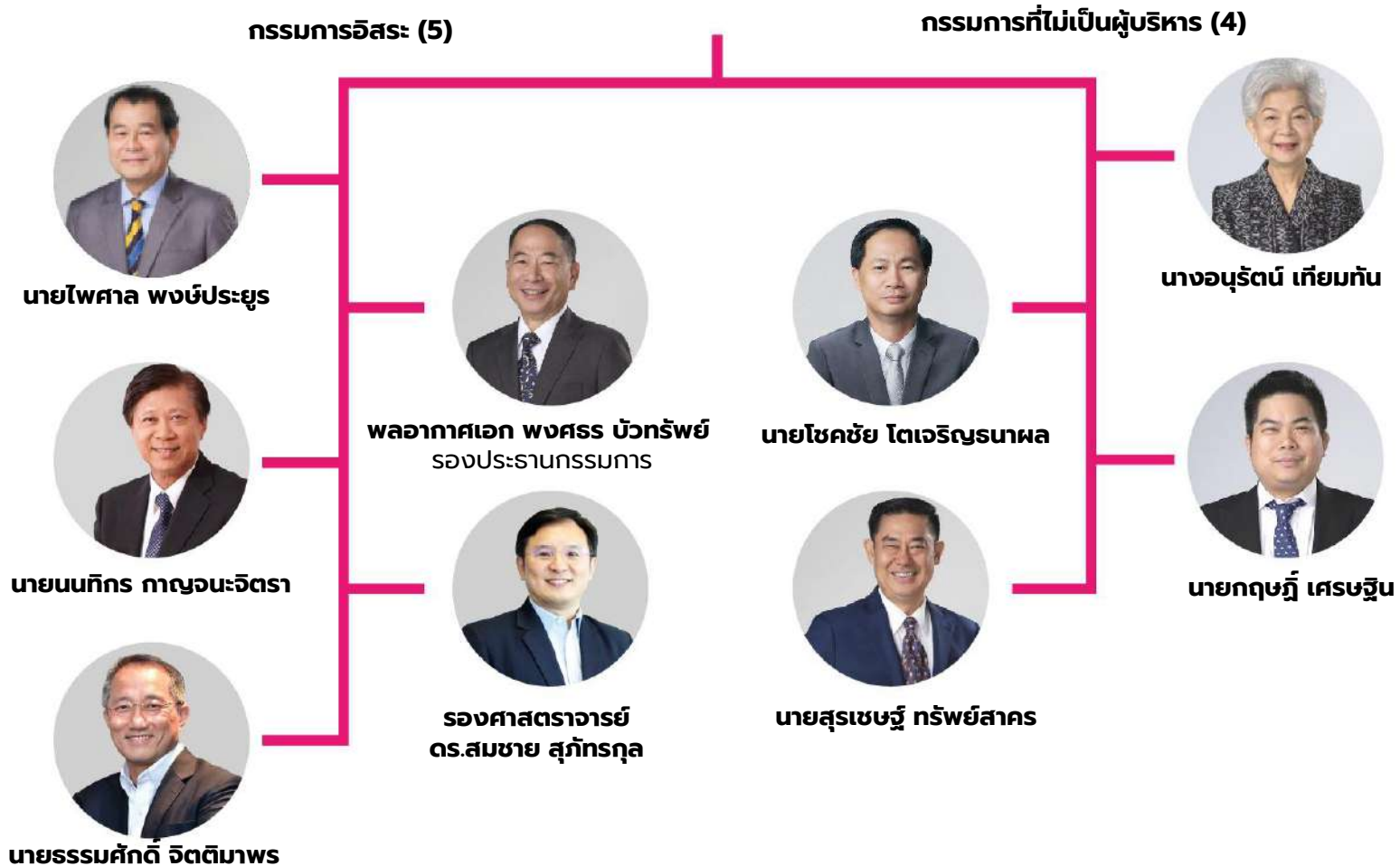
แนวทางสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้มีจุดเริ่มต้นจากค่านิยมองค์กรทั้งห้า " T I P C O " และประกอบด้วยปัจจัยหลัก คือ การกำหนดเป้าหมายการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน การสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยนวัตกรรม การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อให้พนักงานทำงานด้วยใจเต็มร้อย และมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจ รวมทั้งการพัฒนารูปแบบการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกด้วยความจริงใจ นอกจากนี้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ยังส่งเสริมการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า การพัฒนาความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับพันธมิตร การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการที่ดีในองค์กร สร้างเสริมให้เกิดจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม

โครงสร้างของคณะกรรมการบริษัทในการสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

GRI 102-18 / SDG 16, G2.1C / G2.2C / G2.2O / G2.3C



นางสาวลักขณา ทรัพย์สาคร
ประธานกรรมการ
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร



การสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ คือ การที่กลุ่มธุรกิจอาหารฯ สามารถดำรงอยู่ได้ในระยะยาว ไม่ใช่แค่เพียงรูปแบบ แต่โดยแก่นแท้ที่สร้างขึ้นจากผลการดำเนินงาน บุคลากร และวัฒนธรรมองค์กร นอกจากนี้ธุรกิจจะยืนหยัดอยู่ได้ในระยะยาวแล้วกลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างการเติบโตและการพัฒนาที่ยั่งยืนแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายด้วย นอกจากนี้ ในการที่กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะก้าวไปสู่การเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมอาหารและเครื่องดื่มตามวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ ดำเนินธุรกิจทำงานในเชิงรุก เพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านคุณภาพ การมีแผนการปฏิบัติงานที่เป็นสากล และมีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับสถานการณ์ จะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะสร้างแนวทางการเติบโตอย่างยั่งยืน

การสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการกลุ่มธุรกิจอาหารฯ เป็นผู้มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายและทิศทางของการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนให้สอดคล้องกับแนวนโยบายของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ตลอดจนให้การสนับสนุนในการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของคณะผู้บริหาร โดยเข้าร่วมประชุมให้แนวทางในการดำเนินงาน มาตรการเพื่อบริหารจัดการ ลดความเสี่ยงทางธุรกิจ รวมทั้งพิจารณาประเมินผลการดำเนินการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ให้คำแนะนำเพื่อพัฒนา ติดตามงานในระยะเวลาที่กำหนด และให้ความเห็นชอบรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเปิดเผยต่อสาธารณชน แต่งตั้งคณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามที่เห็นสมควร

บทบาทหน้าที่ของคณะผู้บริหารในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กำหนดแนวทางและแผนการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เหมาะสม สอดคล้องกับนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี และกลยุทธ์ทางธุรกิจ รวมทั้งติดตามและกบฏวนการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนธุรกิจอย่างยั่งยืน สร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการด้านความยั่งยืนต่าง ๆ ภายใต้กรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืนกับทั้งภายในและภายนอกองค์กร อีกทั้งการสร้างเสริมวัฒนธรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งสื่อสารให้คณะกรรมการ พนักงานทุกระดับ คู่ค้า และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนได้รับทราบ เข้าใจ และตระหนักในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และรายงานผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และจัดทำรายงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนนำเสนอต่อคณะกรรมการ



จรรยาบรรณธุรกิจ

GRI 102-18, SDG 16, G2.1C, G2.2C

จริยธรรมในการประกอบธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งมีรากฐานมาจากอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ เป็นแนวทางและข้อพึงปฏิบัติ ซึ่งประกอบด้วย อุดมการณ์ อันได้แก่ เชื้อมั่นในการกำกับดูแลกิจการที่ดี มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ และถ่อมในความรับผิดชอบต่อสังคม พร้อมทั้งสื่อสารให้กรรมการและพนักงานทุกคนทราบอย่างต่อเนื่อง และให้ผู้ที่เกี่ยวข้องลงนามรับทราบทุก 1 ปี โดยให้ถือปฏิบัติ นอกจากนี้ ฝ่ายจัดการต้องรับผิดชอบในการดูแลให้พนักงานที่อยู่ใต้บังคับบัญชาทุกคน ปฏิบัติตามข้อกำหนดต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด ในกรณีที่พนักงานไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณฯ จะถูกพิจารณาลงโทษตามระเบียบของบริษัท

ข้อพึงปฏิบัติของฝ่ายจัดการต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณทางธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ จึงกำหนดข้อพึงประพฤติปฏิบัติสำหรับฝ่ายจัดการสำหรับนำไปปฏิบัติใช้ในการทำงาน โดยถือเอาคุณธรรมและความสุจริตเป็นที่ตั้ง ดังต่อไปนี้

ฝ่ายจัดการต่อผู้ถือหุ้น

1. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนตัดสินใจดำเนินการใด ๆ ด้วยจิตอันบริสุทธิ์ (good faith) และเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่และรายย่อยเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นโดยรวม
2. ไม่บริหารองค์กรอย่างขาดความระมัดระวัง หรือขาดความยั้งคิด
3. ปฏิบัติหน้าที่โดยการประยุกต์ความรู้ และทักษะการบริหารจัดการอย่างสุดความสามารถในทุกกรณี
4. จัดการดูแลมิให้สินทรัพย์ใด ๆ ของบริษัทฯ เสื่อมค่าหรือสูญหายโดยมิชอบ
5. รายงานสถานภาพของบริษัทฯ โดยสม่ำเสมอและครบถ้วนตามความจริง
6. แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทุกรายทราบอย่างเท่าเทียมกันถึงแนวโน้ม (prospects) ในอนาคตของบริษัทฯ ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้และมีข้อมูลสนับสนุนอย่างเพียงพอ
7. ไม่แสวงหาประโยชน์ให้ตนเองและผู้เกี่ยวข้องโดยใช้ข้อมูลใด ๆ ของบริษัทฯ ซึ่งยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชน ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม
8. ไม่นำข้อมูลทางการเงินของบริษัทฯ ไปแสวงหาผลประโยชน์จากข้อมูลดังกล่าวในระยะเวลา 1 เดือนก่อนเปิดเผยสู่สาธารณชน
9. หลีกเลี่ยงการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ในระยะเวลา 1 เดือนก่อนที่งบการเงินจะเปิดเผยสู่สาธารณะ
10. รายงานการถือครองหลักทรัพย์ในบริษัทฯ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ต่อเลขานุการบริษัท ตามมาตรา 59 และบทลงโทษตามมาตรา 275 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535

ฝ่ายจัดการต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค

1. ดำเนินการด้านการตลาดที่เป็นธรรม ให้ข้อมูลที่เป็นจริงและไม่เบี่ยงเบน รวมถึงการปฏิบัติตามสัญญาที่เป็นธรรมแก่ลูกค้า เช่น ไม่เข้าร่วมในการกระทำใด ๆ ที่เป็นการหลอกลวง ทำให้เข้าใจผิด หรือไม่เป็นธรรม รวมถึงปกปิดข้อมูลที่จำเป็น
2. ให้ความคุ้มครองด้านสุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้าหรือผู้บริโภค รวมถึงให้การดูแลกลุ่มผู้ที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ โดยการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัย
3. สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน ด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์และการบริการที่เป็นประโยชน์ และลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น ผลกระทบทางเสียง และของเสีย รวมถึงการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
4. จัดมาตรการการป้องกันก่อนการเกิดข้อร้องเรียนของลูกค้าหรือผู้บริโภค รวมถึงการกำหนดระบบ การสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างดีที่สุดตามมาตรฐานของประเทศหรือสากล เพื่อให้ลูกค้าได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็ว
5. ปกป้องและรักษาข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าหรือผู้บริโภค ทั้งการได้มาซึ่งข้อมูลอย่างถูกต้องตามกฎหมายและเป็นธรรม การจัดเก็บข้อมูล การไม่เปิดเผยข้อมูลของลูกค้าที่มีอยู่หรือการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากที่กำหนด
6. ให้การบริการที่จำเป็นต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค เช่น ไม่ตัดการบริการที่จำเป็นในกรณีที่ลูกค้ายังไม่ได้จ่ายค่าใช้จ่ายโดยปราศจากการให้โอกาสก่อน ไม่กำหนดราคาและค่าธรรมเนียมที่ไม่เหมาะสม รวมถึงการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส โดยการเตรียมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการกำหนดราคาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

การให้ความรู้ด้านจรรยาบรรณ และการกำกับดูแลกิจการที่ดี

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้จัดกิจกรรมอบรมให้กับพนักงานในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับพนักงานใหม่ทุกคน จะได้รับทราบเรื่องจรรยาบรรณองค์กร พนักงานของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ร้อยละ 100 ของจำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมผ่านการประเมิน รับทราบจรรยาบรรณทางธุรกิจ และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์จรรยาบรรณทางธุรกิจอย่างเคร่งครัด

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ได้ดำเนินการสื่อสารให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน รับทราบนโยบายการกำกับกิจการที่ดีและจรรยาบรรณทางธุรกิจผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ โดยคณะผู้บริหาร และพนักงานได้ปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณอย่างเคร่งครัด จึงไม่มีกรณีการฝ่าฝืนจรรยาบรรณทางธุรกิจ

นโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ และผู้เกี่ยวข้องจะไม่ดำเนินการคอร์รัปชันทุกรูปแบบไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งทางตรงหรือทางอ้อมอย่างเคร่งครัด โดยกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ จะจัดให้มีมาตรการสอบทานและทบทวนการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจจะเทียบข้อบังคับ และข้อกำหนดของกฎหมาย หากมีการฝ่าฝืนกระทำผิดใด ๆ อันเป็นการสนับสนุนการคอร์รัปชันจะได้รับการพิจารณาโทษตามระเบียบของบริษัทฯ

นอกจากนี้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้มีการดำเนินการเพื่อป้องกันการมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตและคอร์รัปชัน ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้สื่อสารไปถึงระดับกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน โดยกำหนดให้การดำเนินการทุกระดับการอยู่ในขอบข่ายกฎหมายอย่างเคร่งครัด หรือถ้าเกิดข้อผิดพลาดในกระบวนการดำเนินงานอันเนื่องมาจากความประมาท รู้เท่าไม่ถึงการณ์ ต้องรับโทษจากภาครัฐโดยไม่มีทางเลือก
2. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จัดให้มีระเบียบการแจ้งเบาะแส หากมีการพบเห็นการฝ่าฝืนหรือพบเห็นการกระทำทุจริตหรือคอร์รัปชัน และมีมาตรการคุ้มครองให้กับผู้รายงาน ทั้งนี้ รายละเอียดของนโยบายและการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชันได้เปิดเผยไว้ในเว็บไซต์ของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ภายใต้หัวข้อการกำกับดูแลกิจการ
3. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จัดตั้งคณะทำงานต่อต้านการคอร์รัปชัน โดยมีหน้าที่กำหนดนโยบายและมาตรการการต่อต้านการคอร์รัปชันให้สอดคล้องและเป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรการการต่อต้านคอร์รัปชันของโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย จัดทำแนวทางและแผนงานเพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการป้องกันและดำเนินการในการต่อต้านการคอร์รัปชันภายในกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ทบทวนนโยบายและมาตรการการต่อต้านการคอร์รัปชัน และทำการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบาย และดำเนินการตรวจสอบอย่างอิสระตามมาตรการการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งในกรณีที่มีการร้องเรียนจากการไม่สอดคล้องกับนโยบายและมาตรการการต่อต้านการคอร์รัปชัน
4. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ห้ามฝ่ายจัดการและพนักงานทุกระดับกระทำการคอร์รัปชันและการติดสินบน ไม่ว่าในรูปแบบใด ๆ ก็ตาม และห้ามมอบหมายให้ผู้อื่นให้ หรือเรียกรับเงินหรือสิ่งจูงใจแทนตนเองเพื่อให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบทางธุรกิจ สิทธิพิเศษ หรือผลประโยชน์ด้านการเงินต่าง ๆ และห้ามไม่ให้สินบนทั้งโดยตรงและทางอ้อมแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือนักการเมือง เพื่อโน้มน้าวให้บุคคลเหล่านั้นใช้ดุลยพินิจในทางที่เอื้อประโยชน์แก่บริษัทฯ ซึ่งเป็นการดำเนินการที่ขัดต่อหลักจริยธรรมและผิดกฎหมาย

5. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ห้ามฝ่ายจัดการ และพนักงานทุกระดับ รับเงิน สิ่งของ การรับรอง หรือประโยชน์อื่นใดจากลูกค้า ผู้ขายสินค้าหรือบริการ ผู้รับเหมา รวมถึงการรับของขวัญเนื่องในเทศกาลต่าง ๆ ที่มีค่าเกินปกติวิสัยจากผู้ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจกับบริษัทฯ เช่น ผู้ขายสินค้าและบริการ ลูกค้า หากการรับนั้นอาจทำให้ผู้อื่นเข้าใจได้ว่าผู้รับมีใจเอื้อเอียง หรือมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจเป็นพิเศษกับผู้ให้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้ขายสินค้าหรือการบริการ และลูกค้ารายอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม การให้หรือการรับดังกล่าวอาจกระทำได้หากพฤติกรรมทำให้หรือการรับนั้นทำด้วยความโปร่งใส หรือทำในที่เปิดเผย หรือสามารถเปิดเผยได้ โดยให้รายงานต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อรับทราบ และในกรณีที่ได้รับของขวัญ หรือของรางวัลใด ๆ ที่มีมูลค่าเกินปกติวิสัยให้นำส่งต่อให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพื่อนำเข้าเป็นของส่วนกลาง
6. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จัดให้มีการฝึกอบรมและสร้างความตระหนักให้กับฝ่ายจัดการ พนักงาน และผู้แทนกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ในเรื่องการคอร์รัปชัน และการต่อต้านคอร์รัปชันควบคู่กับการให้ความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
7. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จัดให้มีช่องทางในการส่งข้อร้องเรียน แจ้งเบาะแส รายงานการละเมิด หรือฝ่าฝืนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ผ่านทางเว็บไซต์ : www.tipco.net (หัวข้อการแจ้งเบาะแสด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน) ผ่านทางอีเมล : anti-corruption@tipco.net หรือ ทางจดหมายส่งที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารหรือประธานกรรมการหรือผู้บังคับบัญชา หรือผ่านกล่องรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะไปยังประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้โดยตรง เพื่อการตรวจสอบข้อเท็จจริงได้ โดยเปิดเผยและไม่เปิดเผยชื่อผู้แจ้ง
8. ฝ่ายจัดการและพนักงานทุกระดับ รวมถึงผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจจะต้องปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้าน การคอร์รัปชันที่กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กำหนดอย่างเคร่งครัด รวมทั้งตอกย้ำให้เคารพต่อสิทธิในทรัพย์สินโดยการส่งเสริมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องให้ ความเคารพในทรัพย์สินและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงการไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือการบริการ และไม่เข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนกับองค์กรที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนอีกด้วย

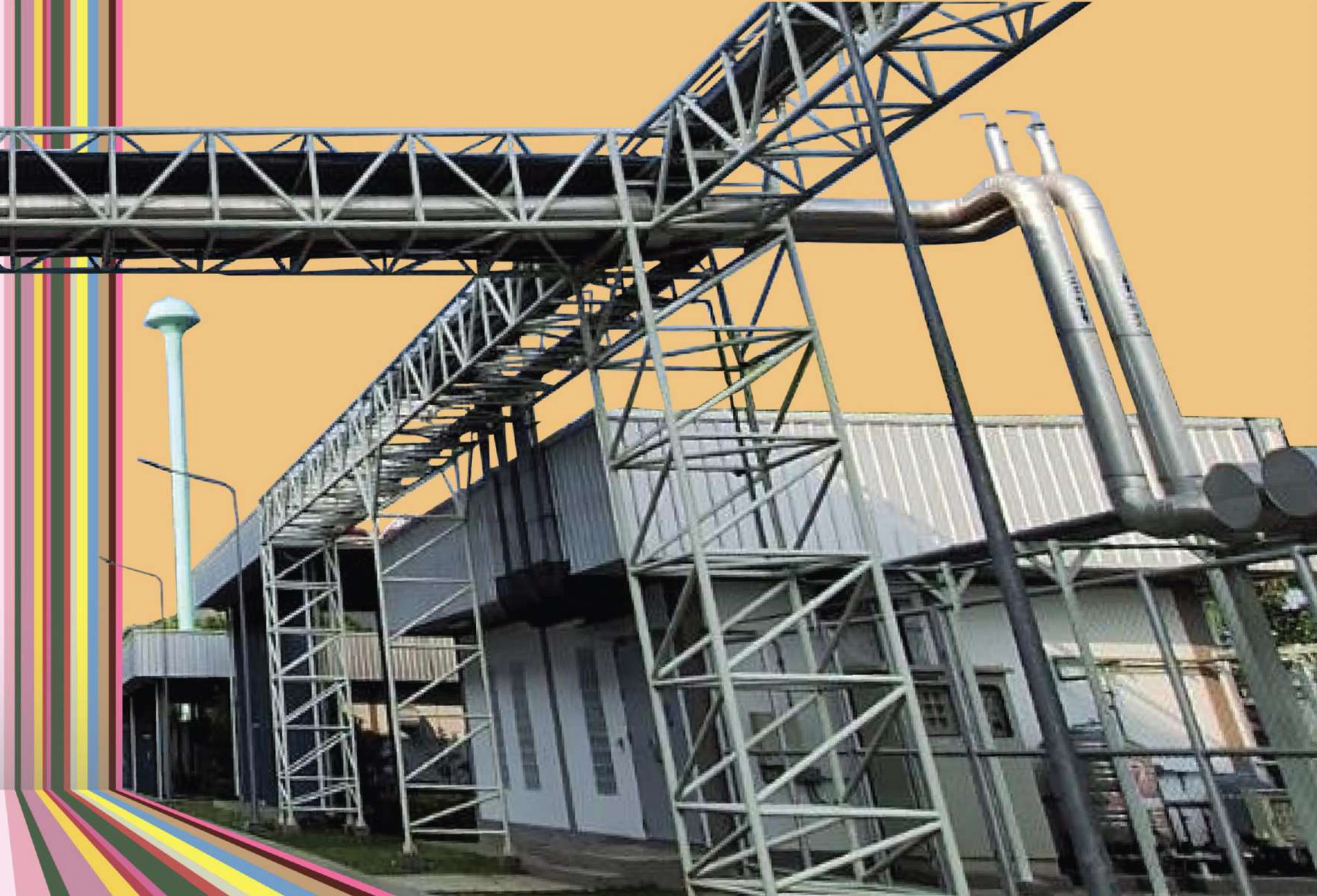
การเผยแพร่นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

เพื่อให้ทุกคนในองค์กรได้รับทราบนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน บริษัทฯ จะดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ตัดประกาศนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ณ บอร์ดประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ ในกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ทุกแห่ง
2. เผยแพร่นโยบายการต่อต้านการทุจริต ผ่านช่องทางการสื่อสารของบริษัทฯ เช่น จดหมาย-อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เว็บไซต์บริษัทฯ รายงานการเปิดเผยข้อมูลประจำปี แบบ 56-1 (One Report) และรายงานความยั่งยืน เป็นต้น
3. จัดให้มีการอบรมนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้แก่พนักงานใหม่และบรรจุลง ในคู่มือพนักงาน ทบทวนนโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชันทุกปี

A photograph of a multi-story industrial building with a grey facade. A metal walkway with railings extends across the upper part of the building. A red forklift is parked on the ground in front of the building. The sky is a clear, bright blue. The right side of the image features a vertical decorative border with multiple parallel lines in various colors including yellow, green, red, and blue.

การบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร กับความยั่งยืน



การบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน

GRI 102-15, SDG 1-17, G5.10

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ตระหนักถึงความสำคัญของความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ที่จะต้องเผชิญกับสภาพความไม่แน่นอนทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร ซึ่งก่อให้เกิดเหตุการณ์ทั้งที่เป็นความเสี่ยงและโอกาส (Risk and Opportunities) ทั้งนี้ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management ERM) อย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมทุกกิจการในกลุ่มธุรกิจฯ เพื่อความเป็นมาตรฐานเดียวกัน และเพื่อให้สอดคล้องกับการขยายธุรกิจ สร้างการเติบโตของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ในระยะยาว

การบริหารจัดการความเสี่ยงจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยป้องกัน รักษา และส่งเสริมให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายได้ อีกทั้งยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) โดยมุ่งเน้นให้ทุกกระบวนการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส มีประสิทธิภาพ ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

ทั้งนี้ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Corporate Risk Management Committee) อันประกอบด้วย

1. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
2. ประธานเจ้าหน้าที่สายบริหารการเงิน
3. ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล
4. ผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
5. ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและควบคุมภายในองค์กร



แนวปฏิบัติการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขององค์กรที่กลุ่มธุรกิจ อาหารฯ จัดตั้งทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ตลอดจนหา มาตรการเพื่อบริหารและลดความเสี่ยงดังกล่าวให้อยู่ในระดับที่ เหมาะสมหรือยอมรับได้ และเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กร สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ทั้งนี้ อาจมอบหมายให้ อนุกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่วางแผนดำเนินการย่อย โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กรดูแล ติดตามเป็น ระยะ ๆ และรายงานผลการดำเนินงานให้คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการฯ รับทราบ

กลยุทธ์องค์กรด้านการบริหารความเสี่ยง

การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ใหม่ ๆ และความผันผวนในเรื่องของวัตถุดิบหลัก ทำให้กลุ่มธุรกิจ อาหารทิปโก้ ต้องทบทวนกลยุทธ์ขององค์กรโดยคำนึงถึงปัจจัย ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถบริหารความเสี่ยงนั้นให้ ลดลงหรืออยู่ในระดับที่รับได้ รวมทั้งการส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรม การบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ทั้งนี้ เพื่อสร้างความ เจริญเติบโตทางธุรกิจ พร้อมกับการให้ความสำคัญด้านสังคมและ สิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับ องค์กร



หัวข้อความเสี่ยงหลักขององค์กรที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้ม และทิศทางของโลก ในปี 2565



**ความผันผวนของปริมาณและราคาวัตถุดิบ
(Raw material price and supplies uncertainty)**

ความผันผวนของปริมาณและราคาวัตถุดิบทางการเกษตรในปี 2565 ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตในแง่ของแนวโน้มราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้น โดยเฉพาะธัญพืชผลไม้แปรรูปและธัญพืชเครื่องดื่ม

**ภัยคุกคามทางไซเบอร์/ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยด้านไอที, ข้อมูลส่วนบุคคล
(IT Security, Personal Data Security)**

การดำเนินการใดๆ ผ่านระบบสารสนเทศหรือระบบเครือข่ายดิจิทัล ยังเป็นปัจจัยเสี่ยงที่จะถูกคุกคามทางไซเบอร์ ซึ่งส่งผลให้เกิดการละเมิดข้อมูล การขโมยข้อมูลส่วนบุคคลหรือการทำลายข้อมูลสำคัญของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กรและการดำเนินธุรกิจ

**ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำและโรคระบาด
(Economics Recessional, Pandemic)**

แนวโน้มเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจของประเทศไทยมีความผันผวน ท่ามกลางสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของโควิด-19 และแนวโน้มของสงครามระหว่างรัสเซียและยูเครนที่ยังคงมีความยืดเยื้อ ส่งผลกระทบต่อภาวะขาดแคลนวัตถุดิบ ต้นทุนราคา ภาวะเงินเฟ้อ และอัตราดอกเบี้ย

**พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
(Consumer Behavior)**

พฤติกรรมของผู้บริโภคมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องปรับตัวและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภคและให้ทันกับกระแสความนิยม ด้วยการสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ภายใต้การแข่งขันในตลาดโดยเฉพาะตลาดออนไลน์ที่มีแนวโน้มสูงขึ้น

การบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

GRI 102-29 ,SDG 1-17, G5.2C)

หัวข้อความเสี่ยงหลักขององค์กรในปี 2565

ประเด็นความเสี่ยงที่ถูกกำหนด

ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risks)

เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการไม่สามารถดำเนินธุรกิจตามแผนธุรกิจ หรือกลยุทธ์ที่กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้กำหนดไว้โดยความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ที่เกิดขึ้นนั้น อาจเกิดขึ้นได้ทั้งจากการไม่สามารถดำเนินการตามแผนธุรกิจที่ได้วางไว้ หรือปัจจัยและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ได้วางแผนไว้

- การสร้างการมองเห็นของแบรนด์ (Brand Visibility)
- การสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์และคุณภาพของแบรนด์ (Brand Awareness & Brand Quality)
- การพึ่งพิงลูกค้าน้อยรายในธุรกิจ OEM
- การขยายธุรกิจ (Business Expansion)

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risks)

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน คือความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหาย อันเนื่องมาจากกระบวนการควบคุมภายในไม่เพียงพอ โดยอาจเกี่ยวข้องกับกระบวนการปฏิบัติงาน บุคลากร ระบบงาน หรือเหตุการณ์ภายนอก

- การจัดหาวัตถุดิบ (Supply Chain - Material Procurement)
- การขนส่ง (Logistics - Transportation and Shipment)
- การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resources Management)
- การบริหารจัดการด้านการปฏิบัติงาน (Operation Management)

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสี่ยง

- สภาพตลาดปัจจุบันและกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว
- มีสินค้าคล้ายกัน/ทดแทนกัน เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา
- ปริมาณลูกค้าน้อยรายในธุรกิจ OEM หากมีการปรับเปลี่ยนข้อตกลงอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ

- การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก จากการระบาดของโควิด 19 และสงครามระหว่างประเทศ
- แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาเพิ่มขึ้น
- การขาดแคลนวัตถุดิบจากสภาพการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ ภัยธรรมชาติ
- ความผันผวนของราคาน้ำมัน มีผลต่อการทำธุรกิจ Online หรือ การขนส่งภายในประเทศ
- การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์จากผลพวงของการระบาดของโควิด 19
- ค่าขนส่งมีแนวโน้มสูงขึ้น
- ตลาดแรงงานและสภาพแวดล้อมในการแข่งขันด้านการสรรหาบุคลากรมีการแข่งขันสูงขึ้น

การบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

GRI 102-29 ,SDG 1-17, G5.2C)

หัวข้อความเสี่ยงหลักขององค์กรในปี 2565

ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risks)

ความเสี่ยงทางด้านการเงิน เป็นความเสี่ยงที่มีปัจจัยส่งผลกระทบต่อทางด้านการเงินของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ

หัวข้อความเสี่ยง

- ความผันผวนของต้นทุนสินค้าทางตรง (Fluctuation in key materials)
- การปรับขึ้นของค่าแรงขั้นต่ำ (Minimum wage increment)
- ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ความเสี่ยงด้านกฎหมายและข้อกำหนดผูกพันองค์กร (Compliance Risks)

ความเสี่ยงที่เกิดจากการไม่สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้ หรือกฎระเบียบ หรือกฎหมายที่มีอยู่ไม่เหมาะสม หรือเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน

- กฎหมาย พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA-Personal Data Protection Act) (บังคับใช้ 1 มิถุนายน 2565)

ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information System Risks)

ความเสี่ยงจากผู้นุกรุกข้อมูล เพื่อการโจรกรรมข้อมูลที่สำคัญ การลักลอบเข้ามาแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูล ทำให้เกิดความเสียหาย ขาดความน่าเชื่อถือและสร้างความเสื่อมเสียแก่องค์กร

- ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Information System: HRIS)
- ERP ที่ใช้ปัจจุบันอาจไม่รองรับการเติบโตของธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล (Legacy ERP System)
- ภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Attack)

ปัจจัยความเสี่ยง

- ภาวะขาดแคลนวัตถุดิบ ทำให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้นส่งผลต่อต้นทุนสินค้า และทำให้ผลประกอบการของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ไม่เป็นไปตามแผน
 - การขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19
 - การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำตามนโยบายของรัฐบาล ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรสูงขึ้น
 - ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจโลก
 - ผลกระทบจากความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครน
 - การปรับอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลาง และอัตราเงินเฟ้อ
-
- แนวโน้มในการจัดเก็บข้อมูลอยู่ในรูปแบบของ อิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลต่อการเก็บรักษา และดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล
-
- แนวโน้มเทคโนโลยีมีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ต้องสรรหาระบบซอฟต์แวร์ที่เหมาะสม (ERP-Enterprise Resource Planning) และระบบปฏิบัติการด้านสารสนเทศด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อตอบสนองต่อกลยุทธ์ของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ และสอดคล้องกับการเติบโตขององค์กร
 - ความรุนแรงและรูปแบบที่หลากหลายจากการโจมตีและภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Attack) มีมากขึ้น

การดำเนินธุรกิจขององค์กรภายใต้ความเสี่ยงในระยะสั้นและระยะยาว



จากการแพร่ระบาดของโควิด-19 และสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนยังคงเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเนื่องกับธุรกิจทั่วโลก ทั้งในแง่ของอุปสงค์และอุปทาน ต้นทุนสินค้าและบริการปรับตัวเพิ่มขึ้น กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้บริหารจัดการความเสี่ยงทั้งด้านต้นทุน ราคา ภาวะการขาดแคลนวัตถุดิบและบรรจุกภัณฑ์ การวางแผนการสั่งซื้อล่วงหน้า การนำระบบ Contract Farming เข้ามาบริหารจัดการ เพื่อควบคุมคุณภาพ ความต่อเนื่องของปริมาณ รวมถึงราคาวัตถุดิบและบรรจุกภัณฑ์ให้อยู่ในระดับราคาที่รับได้



- เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก การทำตลาดในรูปแบบเดิมอาจไม่ตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพตลาดปัจจุบันและกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ต้องสร้างการมองเห็นแบรนด์ (Brand Visibility) ด้วยการจัดกิจกรรมผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น
- ในปัจจุบันการแข่งขันสูงขึ้นและมีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความหลากหลายเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อรักษาฐานลูกค้าและส่วนแบ่งการตลาด กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ต้องเน้นย้ำในคุณภาพของแบรนด์ (Brand Quality) ให้แก่ผู้บริโภคเดิมและผู้บริโภคใหม่ มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และปรับแต่งตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุกภัณฑ์ให้มีความทันสมัยมากขึ้น รวมถึงการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ เป็นต้น

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้ร่วมกับหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาแนวทางป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ยังมีการกำหนดนโยบาย แนวทางการปฏิบัติ เพื่อสร้างระบบป้องกันความปลอดภัย การเข้าถึงข้อมูลในระบบต่าง ๆ และสื่อสารให้พนักงานของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้รับทราบและปฏิบัติ



ในกระบวนการผลิตสินค้าอาจจะทำให้เกิดขยะและของเสียที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เช่น การนำขวดพลาสติกที่ใช้แล้วมา “รีไซเคิล” เป็นเสื้อและผ้าห่ม รวมถึงนำเปลือกสับปะรดมาเพิ่มมูลค่าโดยการทำเป็นภาชนะบรรจุอาหารซึ่งเป็นการลดการทิ้งขยะและลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีการนำพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งเป็นพลังงานสะอาดมาใช้ในการผลิตกระแสไฟฟ้า และมีระบบจัดการบำบัดน้ำเสียจากการผลิต เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่และก่อนปล่อยสู่ภายนอก



การดำเนินธุรกิจขององค์กรภายใต้ความเสี่ยงในระยะสั้นและระยะยาว



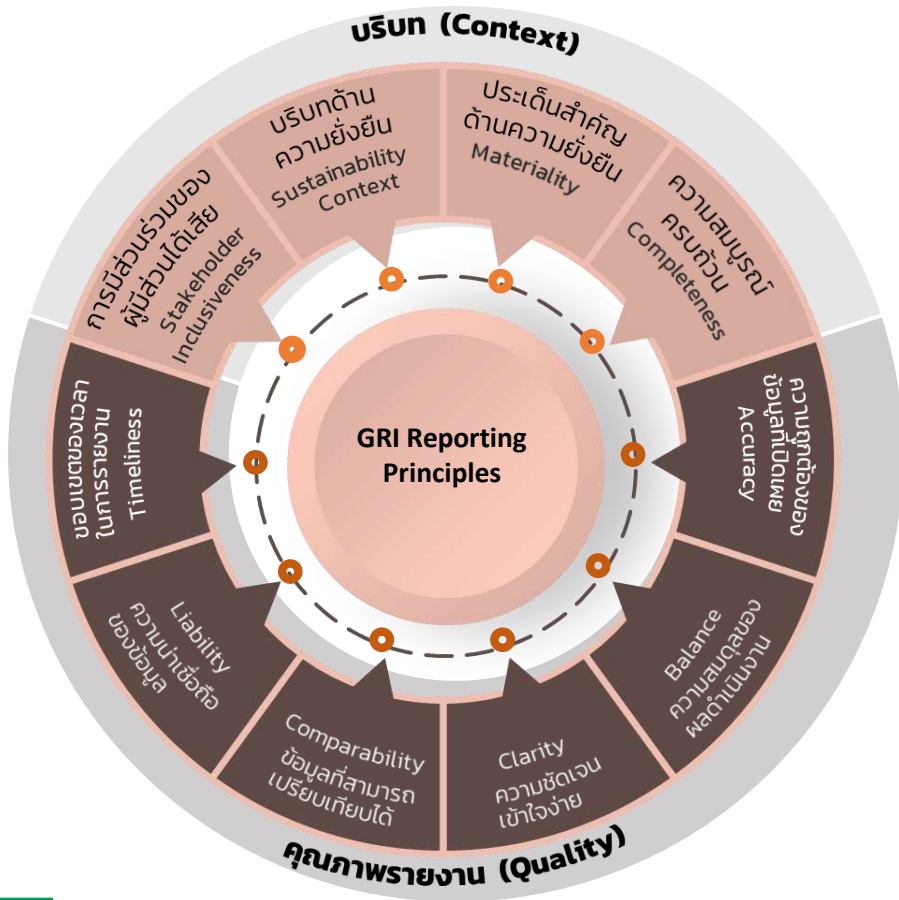
- ในปี 2565 ราคาของวัตถุดิบและบรรจุกภัณฑ์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และมีการปรับราคาสูงขึ้น เช่น ราคาเม็ดพลาสติก ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง และรวมถึงการปรับอัตราค่าจ้างขึ้นต่ำเช่นกัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ดังนั้น กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จึงได้วางแผนการผลิตเพื่อให้มีอัตรากำไรสุทธิเกิดขึ้นน้อยที่สุด มีการปรับเปลี่ยนบรรจุกภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่มีคุณภาพภายใต้มาตรฐานที่กำหนดแต่มีต้นทุนที่ต่ำลง มีการนำพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้เพื่อทดแทนพลังงานไฟฟ้าและเชื้อเพลิง และมีการนำเครื่องจักรและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ลดของเสีย และประหยัดต้นทุนแรงงาน



- จากปัจจัยความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจโลก การปรับอัตราดอกเบี้ยและเงินเฟ้อส่งผลกระทบต่อความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ดังนั้น กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้ป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นต่อผลการดำเนินงาน โดยทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าบางส่วนในการทำธุรกรรมเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น
- กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาว เพื่อนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและขยายธุรกิจ โดยกลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะพิจารณาเงื่อนไขและอัตราดอกเบี้ยของแต่ละสถาบันการเงินก่อนการตัดสินใจทำธุรกรรมใด ๆ เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุด



“รายงานเนื้อหาถูกต้อง ตรวจสอบได้เพื่อการพัฒนาบริษัท”



กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จัดทำรายงานความยั่งยืน หรือ Sustainability Report ถือเป็น การจัดทำเครื่องมือสำคัญในการกำหนดทิศทางของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ และสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งยังเป็น เครื่องยืนยันความมั่นคงและยั่งยืนที่จะสามารถสื่อสารถึงนักลงทุน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด และสาธารณชนที่สนใจธุรกิจของบริษัทฯ ให้ ได้เห็นประเด็นสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ โดย พิจารณาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน โดยทำ การประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญตามกระบวนการภายใต้หลักสำคัญ 10 ประการของ Global Reporting Initiative Standards (GRI)

กระบวนการกำหนดเนื้อหาของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ กำหนดจากการประเมินประเด็น สำคัญด้านความยั่งยืนของธุรกิจ ทั้ง 3 ด้านคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และ ด้านสิ่งแวดล้อม โดยเนื้อหาของรายงานฉบับนี้จะเป็นรายงานเฉพาะประเด็นสำคัญ ระดับสูงที่มีผลต่อการดำเนินการของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Materiality Topics) และใช้มาตรฐานการรายงาน GRI (GRI Standards 2016)

คณะทำงานได้กำหนดกระบวนการตั้งแต่การสัมภาษณ์ การสอบถามข้อมูลจาก ผู้บริหารและพนักงาน รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีการดำเนิน ธุรกิจร่วมโดยตรง และสามารถให้ข้อคิดเห็นที่สะท้อนถึงการทำงานที่ดี และปัญหา ที่เกิดขึ้น เพื่อสามารถนำไปพัฒนาให้ดีขึ้น

สุดท้ายเนื้อหาทั้งหมดจะมีการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลให้ฝ่ายบริหารอนุมัติข้อมูลสำหรับเผยแพร่ต่อ สาธารณะ เพื่อเป็นกรอบดำเนินการธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้และประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

“ เรามุ่งจัดทำรายงานเพื่อการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเข้าใจ ก้าวสำคัญในการพัฒนากลุ่มธุรกิจอาหารฯ ในสิ่งที่กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้ดำเนินการและ จะดำเนินการในอนาคต เพื่อการทำงานที่ สอดประสานไปในทิศทางเดียวกันอย่าง ราบรื่น ”







วิธีและกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ได้ทำการประเมินประเด็นสำคัญและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียเป็นครั้งที่ 3 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในปี 2564 และปี 2565 เป็นปีที่มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องกลยุทธ์หลักองค์กรในการขับเคลื่อนจากปี 2563-2568 และได้สร้างแบบสอบถามในการประเมินประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่เปลี่ยนแปลง ตลอดจนหัวข้อที่เชื่อว่าจะมีความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ เป็นการมุ่งวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเพื่อช่วยให้ระบุได้ว่าประเด็นใดที่สามารถทำให้เกิดคุณค่าสูงสุดและเป็นการขับเคลื่อนกลยุทธ์และการกำหนดเป้าหมายที่ควรมุ่งมั่น เพื่อสามารถจัดสรรทรัพยากร รวมทั้งทำกับการปฏิบัติงานตามแผนให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดทำรายงานเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องได้

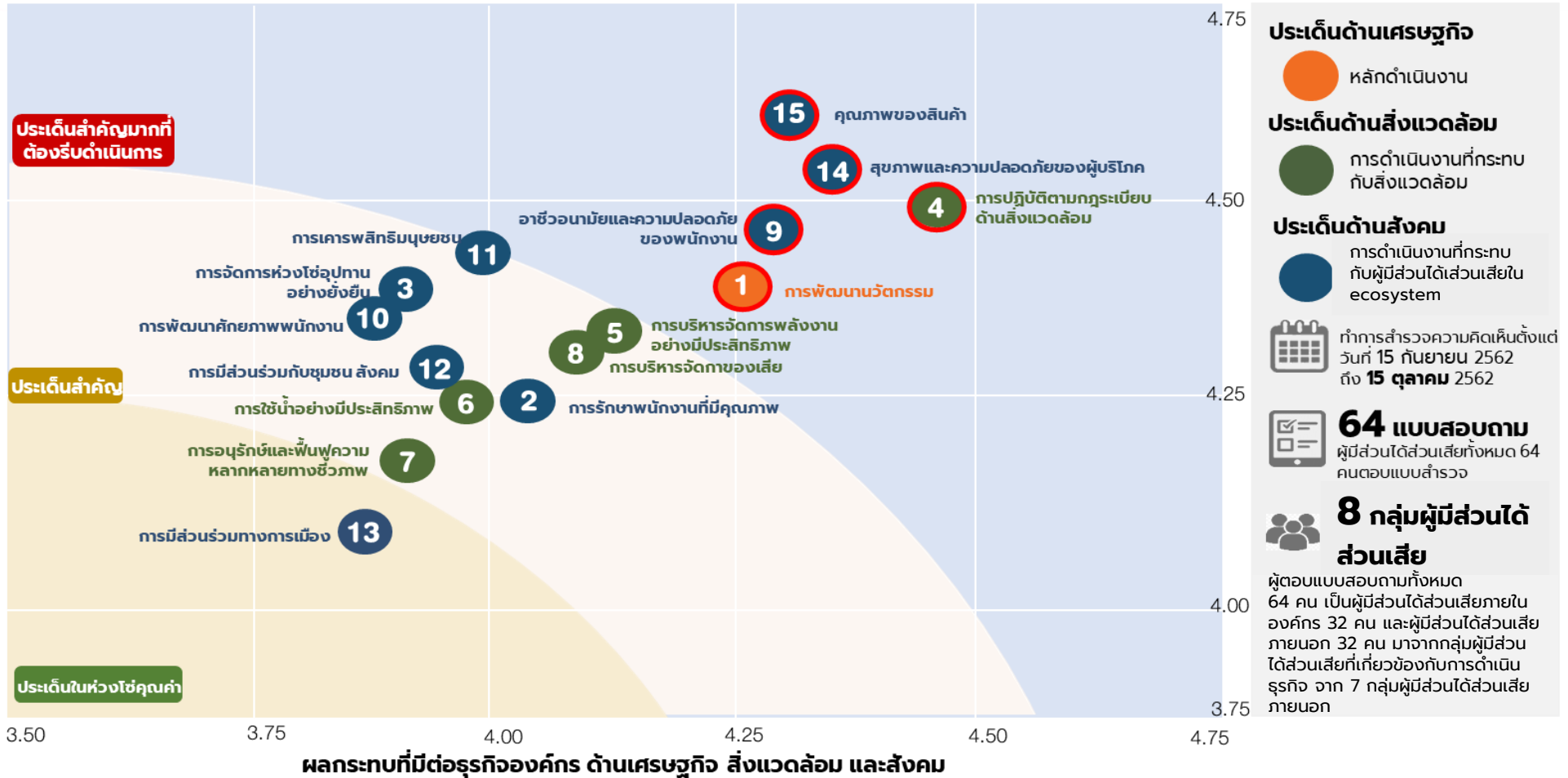
ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้ทำการตรวจสอบตารางที่มีสาระสำคัญที่เผยแพร่ในรายงานธุรกิจที่ยั่งยืนประจำปี 2562 2563 และ 2564 เอกสารที่แก้ไขเนื้อหาอธิบายวิธีการของการประเมินดั้งเดิมและการทบทวนในปี 2565 การเปลี่ยนแปลงในเวอร์ชันก่อนหน้าจะระบุไว้ในเอกสารนี้

แนวทางในการระบุหัวข้อเนื้อหาของทางกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้รับการออกแบบโดยใช้แนวทางที่มีอยู่และความเป็นผู้นำทางความคิด 2 ตัวอย่าง แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดจากบริษัทชั้นนำและบทเรียนที่เรียนรู้จากการประเมินความมีสาระสำคัญในอดีต นอกจากนี้ยังได้รับการปรับแต่งให้สะท้อนถึงบริบทที่กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ดำเนินการและวัฒนธรรมองค์กร

ดำเนินการ 4 ขั้นตอนต่อไปนี้

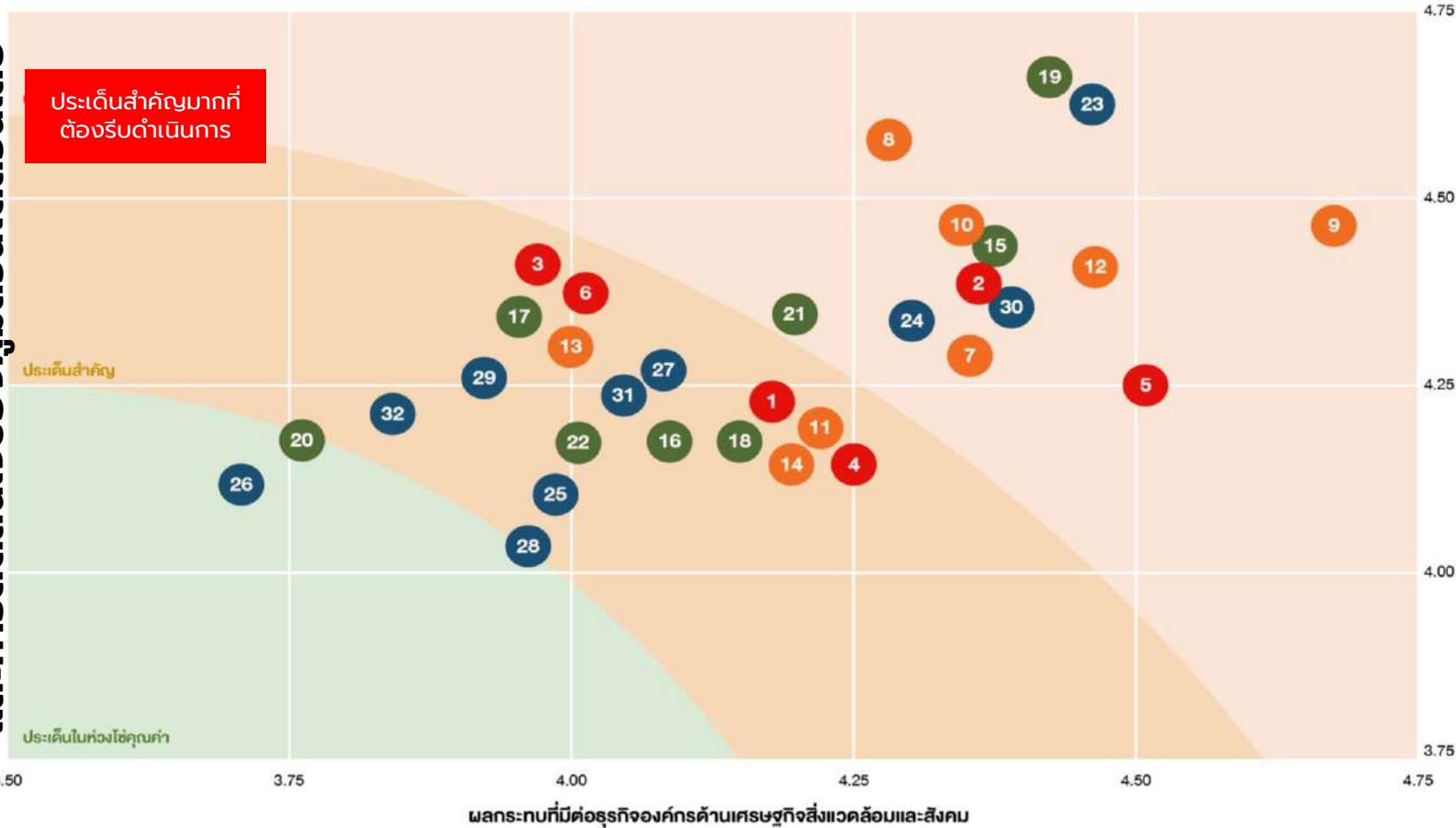
1 การระบุหัวข้อที่เกี่ยวข้อง ที่อาจเกิดขึ้น ในการทำงานตามห่วงโซ่คุณค่า และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง	2 การจัดลำดับความสำคัญของประเด็น สำคัญต่อกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้จากแบบสอบถาม	3 การระบุประเด็นสำคัญ/ความเร่งด่วน ของประเด็นตามความเกี่ยวข้อง กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน	4 การจำแนกประเด็นสำคัญเป็นเนื้อหา เป้าหมายและแผนงานเพื่อใช้ในการ บริหารและติดตามประสิทธิภาพ
<p>การวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่สำคัญและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ในมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมีสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ยึดหลักตามมาตรฐานระดับสากล</p> <ol style="list-style-type: none"> GRI Standard The UN Sustainable Development Goals 	<p>จัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน โดยการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผ่านการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเชิงลึกทางโทรศัพท์ และการตอบแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์</p> 	<p>ทำการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ และจัดลำดับความเร่งด่วนของประเด็นการพัฒนาความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยพิจารณาผลกระทบ และความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ</p> 	<p>ผู้บริหารในแต่ละส่วนที่เกี่ยวข้อง กำหนดเป้าหมาย และแผนงานด้านความยั่งยืน และพัฒนากระบวนการดำเนินงานภายใต้กรอบด้านความยั่งยืน ตลอดจนติดตามผลการดำเนินงาน และปรับแผนงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว</p> 

ความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย



ในปี 2562 กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality) และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นครั้งแรก และวิเคราะห์ผลการประเมินประเด็นสำคัญมากที่ต้องรับดำเนินการมี 5 ประเด็นสำคัญจากทั้งหมด 15 ประเด็นสำคัญ และนำผลการประเมินดังกล่าวกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ในปี 2562-2563 สำหรับ ในปี 2564-2565 เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ทั้งในส่วนของกลยุทธ์ทางธุรกิจ และสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทางกลุ่มธุรกิจอาหารฯ จึงได้ดำเนินการจัดทำประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในครั้งที่ 2 โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรแสดงความคิดเห็นในประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้สรุปและกำหนดประเด็นสำคัญสำหรับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Materiality Issues) มีประเด็นสำคัญเพิ่มเติม 17 ข้อจากแบบประเมินความยั่งยืนในปี 2562 เพื่อให้ครอบคลุมประเด็นสำคัญต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วน

ความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการประเมิน และการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ประเด็นด้านเศรษฐกิจ

- การทำกับ/บริหารงาน
- หลักดำเนินงาน

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม

- การดำเนินงานที่กระทบกับสิ่งแวดล้อม

ประเด็นด้านสังคม

- การดำเนินงานที่กระทบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน ecosystem

ทำการสำรวจความคิดเห็นตั้งแต่วันที่ 14 มกราคม 2564 ถึง 3 กุมภาพันธ์ 2564

64 แบบสอบถาม

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด 64 คนตอบแบบสำรวจ

8 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 64 คน เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร 32 คน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก 32 คน มาจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ จาก 7 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

- | | | | | | |
|---|---|---|---|--|----------------------------|
| 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี | 7 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ | 13 การพัฒนาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก | 19 การบริหารภาษีเงินได้ | 25 การบริหารจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนเคารพความเสมอภาคและยอมรับความหลากหลาย | 31 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ |
| 2 การบริหารจัดการความเสี่ยง/สภาวะวิกฤติ | 8 การบริหารจัดการวิจัย นวัตกรรมและเทคโนโลยี | 14 ประสิทธิภาพเครื่องจักรและกระบวนการผลิต | 20 ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศน์และการอนุรักษ์ระบบนิเวศน์ | 26 การพัฒนาและสนับสนุนชุมชน | 32 การสร้างผลกระทบต่อสังคม |
| 3 การป้องกันและต่อต้านการทุจริต | 9 ผลประกอบการดีและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ | 15 การจัดการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | 21 การจัดการบรรจุภัณฑ์ | 27 การส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาพนักงาน | |
| 4 การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล | 10 มลพิษด้านที่ส่งเสริมสุขภาพ และโภชนาการ สุภาพะที่ดี | 16 การจัดการน้ำ | 22 การรักษาสีสิ่งแวดล้อมและไม่รุกล้ำป่าในการเพาะปลูก | 28 การปฏิบัติด้านแรงงาน และการส่งเสริมแรงงานสตรี | |
| 5 ความมั่นคงปลอดภัยด้านไซเบอร์ | 11 การตลาดอย่างรับผิดชอบ (ความไว้วางใจต่อแบรนด์) | 17 การบริหารจัดการสูญเสียอาหารขยะอาหารและของเสีย | 23 คุณภาพ ชุมชนสัมพันธ์ และความปลอดภัยของผู้บริโภค | 29 การจัดการข้อมูลย้อนกลับและสร้างการยอมรับจากชุมชน | |
| 6 การปฏิบัติตามกฎหมาย | 12 มุ่งตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค | 18 การจัดการพลังงาน | 24 ความเป็นอยู่ที่ดี อาชีวอนามัย สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน | 30 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล | |

ประเด็นการพัฒนาความยั่งยืนที่สำคัญในปี 2565 ของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ (Materiality Issue) ครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งประเด็นที่เป็นความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร สามารถแสดงความคิดเห็นได้ว่าประเด็นสำคัญต่าง ๆ มีความสำคัญและมีผลกระทบต่อธุรกิจสูง เพื่อใช้ในการพิจารณาแผนธุรกิจและเป้าหมายในระยะสั้น-ระยะยาว

ด้านเศรษฐกิจ



การบริหารจัดการการวิจัย นวัตกรรมและเทคโนโลยี

เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน สร้างความแตกต่างทางธุรกิจหรือสร้างโอกาสใหม่ ๆ



ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพ โภชนาการ และ สุขภาวะที่ดี

พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม และ สมุนไพร เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภค



ผลประกอบการดี และความสามารถใน การเติบโตทางธุรกิจ

สร้างการเติบโตและความมั่นคงทางธุรกิจ เพื่อสร้างผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นที่สม่ำเสมอ



มุ่งตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน สร้างความแตกต่างทางธุรกิจหรือสร้างโอกาสใหม่ ๆ



การบริหารจัดการความเสี่ยง/ สภาวะวิกฤติ

ประเมินผลกระทบ และบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อสร้างสมดุลทางธุรกิจ



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่าง รับผิดชอบ

มุ่งสู่ความเป็นเลิศในการจัดหาวัตถุดิบ
บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มั่นคง และยั่งยืน



ความมั่นคงปลอดภัยด้านไซเบอร์

กำกับดูแลการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ
เพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงที่ขยายตัวขึ้น

ด้านสังคม



คุณภาพ สุขอนามัย และความ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค

มีคุณภาพสินค้า ได้ประโยชน์ด้านสุขภาพ
รวมทั้งรับผิดชอบต่อผลกระทบจากการใช้



ความเป็นอยู่ที่ดี อาชีวอนามัย สุขภาพ และความปลอดภัยของพนักงาน

พัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการ
ดำเนินงานด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง



การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

ส่งเสริมบทบาทการบริหารทรัพยากรบุคคล
ของผู้บริหารระดับต่าง ๆ และปรับปรุง
กระบวนการและระบบงานทรัพยากรบุคคล

ด้านสิ่งแวดล้อม



การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

พัฒนาโครงการและมุ่งมั่นที่จะลดผลกระทบ
ต่อสิ่งแวดล้อมจากการปล่อยก๊าซเรือน
กระจก



การจัดการตอบสนองต่อการ เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริหารจัดการกระบวนการทำงานที่ระบุ
ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ เพื่อจัดทำแผนรับมือ



พัฒนาแผนงานการบริหารจัดการ
บรรจุภัณฑ์ และดำเนินการในอนาคต





ประเด็นสำคัญมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs

GRI 102-47

ประเด็นสำคัญ		GRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
ด้านเศรษฐกิจ	การบริหารจัดการการวิจัย นวัตกรรมและเทคโนโลยี	102-1			●					●	●									●
	ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพ โภชนาการ และสุขภาวะที่ดี	416		●	●						●		●							
	ผลประกอบการดี และสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ	201	●		●					●		●								●
	มุ่งตอบสนองต่อ พฤติกรรมผู้บริโภค	203		●	●					●	●			●						●
	การบริหารจัดการความเสี่ยง/ สภาวะวิกฤติ	202								●	●			●						●
	การบริหารจัดการห่วงโซ่ อุปทานอย่างรับผิดชอบ	204					●			●				●			●	●		●
	ความมั่นคงปลอดภัยด้านไซเบอร์	410-1										●		●						●
ด้านสังคม	คุณภาพ สุขอนามัย และ ความปลอดภัยต่อผู้บริโภค	416-2		●	●						●		●	●					●	
	ความเป็นอยู่ที่ดี อาชีวอนามัย สุขภาพ และความปลอดภัยของพนักงาน	403-1	●	●	●	●						●	●						●	
	การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล	401				●	●					●								
ด้านสิ่งแวดล้อม	การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก	305				●			●		●		●	●	●				●	
	การจัดการตอบสนองต่อการ เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	305							●				●	●	●				●	
	การจัดการบรรจุภัณฑ์	307				●				●	●			●		●	●		●	







































ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

GRI 102-47

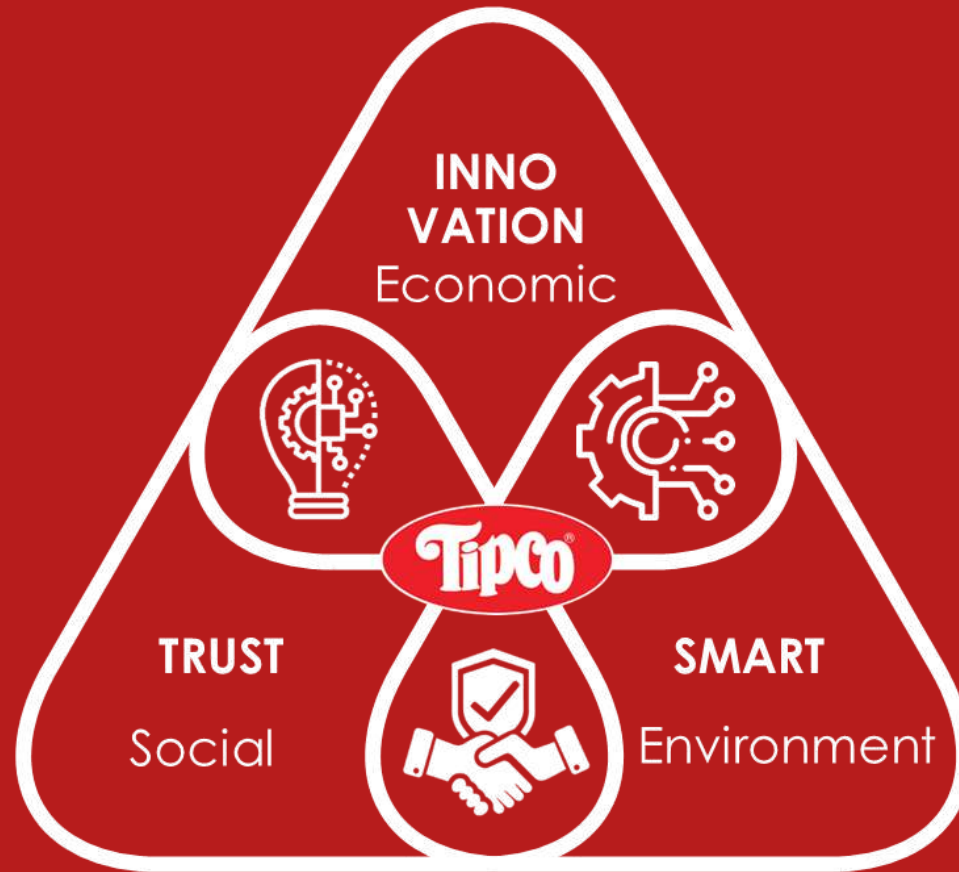
ประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อ	ผลกระทบเชิงการดำเนินการ	ผลกระทบเชิงชื่อเสียง
ผลกระทบเชิงการเงิน	ผลกระทบเชิงกลยุทธ์	ผลกระทบเชิงกฎหมาย

ประเด็นสำคัญ	ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐาน GRI	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบ		ผลกระทบที่บริษัทได้รับ
		ภายในบริษัท	ภายนอกบริษัท	
ด้านเศรษฐกิจ				
การบริหารจัดการ การวิจัยนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Research, Innovation & Technology)	GRI 102: Research, Innovation & Technology			
ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพ โภชนาการ และสุขภาวะที่ดี (Customer Health & Safety)	GRI 416: Customer Health & Safety			
ผลประกอบการดี และความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ (Economic Performance)	GRI 201: Economic Performance			
มุ่งตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Indirect Economic Impacts)	GRI 203: Indirect Economic Impacts			
การบริหารจัดการความเสี่ยง/สภาวะวิกฤติ (Risk Management)	GRI 202: Market Presence			
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (Procurement Practices)	GRI 204: Procurement Practices			
ความมั่นคงปลอดภัยด้านไซเบอร์ (Cyber Security)	GRI 410: Security Practices			

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	 ผู้บริหาร / พนักงาน	 ผู้จัดจำหน่าย	 พนักงานภาครัฐ	 คู่ค้า/พันธมิตรธุรกิจ
	 ผู้บริโภค	 สื่อมวลชน/นักวิชาการ	 ชุมชน / สังคม	 ผู้ถือหุ้น/นักวิเคราะห์

ประเด็นสำคัญ	ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐาน GRI	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบ		ผลกระทบที่บริษัทได้รับ
		ภายในบริษัท	ภายนอกบริษัท	
ด้านสังคม				
คุณภาพ สุขอนามัย และความปลอดภัยต่อผู้บริโภค (Customer health and safety)	GRI 416: Customer health and safety			    
ความเป็นอยู่ที่ดี อาชีวอนามัย สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน (Occupational health and safety)	GRI 403: Occupational health and safety			  
การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล (Employee Management)	GRI 401: Employment			  
ด้านสิ่งแวดล้อม				
การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (Climate Change Crisis)	GRI 305: Emission		  	   
การจัดการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Emissions)	GRI 305: Emission		  	   
การจัดการบรรจุภัณฑ์ (Packaging Management)	GRI 307: Environmental Compliance		 	   

กรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืน



เป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน



เพิ่มรายได้จากสินค้า บริการ กระบวนการทำงาน และ ธุรกิจ ใหม่ ที่ได้จากการพัฒนานวัตกรรม 20% ภายในปี 2568 จากปีฐาน 2562



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่าลง 25% ภายในปี 2568 จากปีฐาน 2562 ใช้ระบบดิจิทัลช่วยในการบริหารจัดการ และมีการวัดผลแบบ SMART



สร้างความไว้วางใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีผลสำรวจ ความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 90% ในทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Tier 1 และการร้องเรียนต่อองค์กรเป็น 0



“

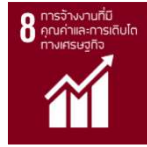
องค์กรที่มีการเติบโต
อย่างยั่งยืน ควรจะต้อง
มีการดำเนินงานและการ
บริหารจัดการที่ดีมี
ประสิทธิภาพ ยึดมั่นใน
หลักธรรมาภิบาล และมี
จริยธรรมในการดำเนิน
ธุรกิจเป็นพื้นฐาน

”

ลักษณะ ทรัพย์สิน ประธานกรรมการ



การกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเป็นพื้นฐานของความยั่งยืนที่มั่นคง



แนวทางการบริหารจัดการ

นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้นำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2555 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี2560 ของสำนักงาน ก.ล.ต. (Corporate Governance Code for Listed Companies 2017) กำหนดเป็นนโยบายการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณทางธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ที่เป็นลายลักษณ์อักษรและให้มีการทบทวนเป็นประจำทุกปี

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กำหนดแนวปฏิบัติทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อส่งเสริมการปฏิบัติงานที่มีธรรมาภิบาลให้กับพนักงานทุกระดับชั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เชื่อมั่นว่ากลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ที่มุ่งให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่องสามารถแข่งขันได้ และเป็นที่ยอมรับไว้วางใจจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ สร้างความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ สร้างความโปร่งใสบนพื้นฐานของความซื่อสัตย์ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกิจการอย่างยั่งยืน และเพิ่มความเชื่อมั่นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) คณะกรรมการบริษัทฯ จึงมีนโยบายให้ดำเนินการตามบรรษัทภิบาล ดังต่อไปนี้

1. ดูแลให้คณะกรรมการบริษัทฯ ปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทและความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
2. จัดให้มีระบบการควบคุม และการบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ
3. ให้นโยบายและทบทวนแผนยุทธศาสตร์/แผนธุรกิจกับฝ่ายบริหาร
4. ดูแลไม่ให้เกิดปัญหาการขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)
5. ปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย
6. ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรม สามารถตรวจสอบได้
7. เปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะเรื่องผลประโยชน์และการเงิน
8. จัดให้มีคู่มือจรรยาบรรณของบริษัทฯ เพื่อให้กรรมการ ฝ่ายบริหาร และพนักงานทุกคนถือปฏิบัติ
9. ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างโปร่งใสและเป็นรูปธรรมและฝ่ายบริหารได้นำนโยบายดังกล่าวไปใช้ปฏิบัติพร้อมทั้งสื่อสารให้พนักงานในองค์กรเข้าใจและปฏิบัติตามอย่างทั่วถึง

ผลการดำเนินงาน ปี 2561-2565

ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัท ประจำปี 2565 โดยบริษัทภิบาลแห่งชาติ บริษัทได้คะแนนรวม 91% อยู่ในระดับ“ดีเลิศ” ต่ำกว่าปี 2564 ซึ่งได้คะแนนรวม 92% และสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมของบริษัทจดทะเบียนที่มีค่าคะแนนอยู่ที่ 85% โดยมีรายละเอียดคะแนน ดังนี้

ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการ	2561	2562	2563	2564	2565
สิทธิของผู้ถือหุ้น	95%	99%	99%	99%	95%
การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม	96%	96%	96%	96%	96%
สิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	88%	88%	91%	91%	92%
การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส	88%	90%	95%	95%	97%
ความรับผิดชอบต่อสังคม	81%	84%	86%	87%	84%
คะแนนรวม (ระดับคะแนน)	87% (ดีมาก)	89% (ดีมาก)	91% (ดีเลิศ)	92% (ดีเลิศ)	91% (ดีเลิศ)



“

นโยบายทางด้าน
ความมั่นคงปลอดภัย
ทางไซเบอร์ มีการ
ทบทวนและปรับปรุง
เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง
เพื่อลดความเสี่ยงด้าน
เทคโนโลยีสารสนเทศ

”

กานต์สุดา พรนิมิตร

ผู้อำนวยการฝ่าย
เทคโนโลยีสารสนเทศ



ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



แนวทางการบริหารจัดการ

นโยบายการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ให้ความสำคัญในปกป้องข้อมูลสารสนเทศขององค์กรและความเป็นส่วนตัวของพนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย และได้กำหนดแนวทางป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายในอย่างเคร่งครัด โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการและคณะทำงาน ด้านกำกับดูแลการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีหน้าที่และความรับผิดชอบครอบคลุมถึงการดูแลรักษา ความเป็นส่วนตัว และการป้องกันไม่ให้มีการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลภายในใด ๆ ในทางมิชอบโดยเด็ดขาด ตามที่ได้ระบุไว้ในจรรยาบรรณทางธุรกิจและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมีการกำหนดระบบควบคุมข้อมูลภายในเพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลข่าวสารอย่างเคร่งครัด มิให้ถูกเปิดเผยสู่ภายนอกก่อนการเผยแพร่อย่างเป็นทางการ โดยให้ถือเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชาที่จำเป็นต้องควบคุมดูแลและให้การรักษาข้อมูลภายในของบริษัทเป็นไปตามหลักการ หากมีพนักงานใช้ข้อมูลภายในที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือผู้อื่น อาทิ การซื้อขายหลักทรัพย์ เป็นต้น จะถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดจรรยาบรรณของบริษัทและจะได้รับบทลงโทษตามระเบียบข้อบังคับที่ได้ระบุไว้

โลกดิจิทัลเชื่อมต่อกับทุกสิ่งและทุกคนเข้ากับแอปพลิเคชัน ข้อมูล การซื้อ บริการ และการสื่อสาร การรักษาความปลอดภัยให้กับโลกนี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการปกป้องผู้คน องค์กร ที่อยู่อาศัย โครงสร้างพื้นฐาน และทุกสิ่งที่เราให้ความสำคัญและพึ่งพา เพื่อสุขภาพและความเจริญรุ่งเรือง ตั้งแต่ทางเลือกที่ชาญฉลาดไปจนถึงเมืองอัจฉริยะ ความเสี่ยงมีอยู่ทุกมุม ในขณะเดียวกันก็มีวิธีการแก้ปัญหาซึ่งรวมถึงโซลูชันที่อิงจากปัญญาประดิษฐ์และโมเดล "Zero Trust" ดังนั้นเมื่อภัยอันตรายจากโลกไซเบอร์มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ การตอบสนองของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ก็ต้องเช่นกัน ภัยคุกคามทางดิจิทัลต้องการความตื่นตัว ความมุ่งมั่น และแก้ไข เพื่อตอบสนองต่อวัฏจักรความเสี่ยงที่ขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ อย่างแม่นยำ โดยกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้กำหนดนโยบายการรักษาความปลอดภัยไซเบอร์ ของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ เอาไว้

วัตถุประสงค์ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์



เพื่อกำหนดหลักการและกรอบในการบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์



เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้พนักงานปฏิบัติตามกรอบและขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ รวมถึงการใช้หรือเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เข้ากับระบบคอมพิวเตอร์ขององค์กรได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย



เพื่อป้องกันไม่ให้ระบบคอมพิวเตอร์และข้อมูลสารสนเทศขององค์กรถูกบุกรุก ขโมย ทำลายในรูปแบบต่าง ๆ ที่อาจจะสร้างความเสียหายต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร



ขอบเขตด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

ตามที่นโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์มีขอบเขตครอบคลุมถึงบริษัทในกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ทั้งหมด ซึ่งได้รวมถึงพนักงานและบุคคลภายนอกที่ได้รับสิทธิให้เข้าถึงและใช้งานระบบคอมพิวเตอร์และข้อมูลสารสนเทศขององค์กร กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จึงได้กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบให้กับพนักงานทุกคนมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายมาตรฐาน การอบการดำเนินงาน ขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์โดยเคร่งครัด อีกทั้งยังต้องให้ความร่วมมือในการป้องกันระบบคอมพิวเตอร์และข้อมูลสารสนเทศขององค์กร และต้องแจ้งองค์กรทราบทันที เมื่อพบเห็นการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องหรือไม่เหมาะสมต่อระบบคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลสารสนเทศที่อาจสร้างความเสียหายต่อ องค์กร

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีนโยบายให้พนักงานใช้งานคอมพิวเตอร์อย่างระมัดระวัง ตามพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) ว่าด้วยการกระทำผิดทางคอมพิวเตอร์ ฉบับ พ.ศ. 2550 และ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 มีการเก็บรวบรวม การใช้ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 และมีการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ให้กับระบบคอมพิวเตอร์ขององค์กรตามแนวทางแห่ง พ.ร.บ. การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ.2562

การดำเนินงานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ ในปี 2565

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้ดำเนินการพ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act- PDPA) โดยทำการศึกษา การจัดอบรมในหัวข้อ "Personal Data Protection Act" เพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริหาร พนักงาน รวมถึงผู้ดูแลระบบที่เกี่ยวข้อง จัดระบบและวางมาตรการในการดูแลคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในระบบงานต่าง ๆ ของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ รวมถึงข้อมูลของลูกค้าด้วย

มีการดำเนินการเพิ่มเติมเพื่อ ลดความเสี่ยง ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ เช่น Multi-factor Authentication (MFA) เพื่อใช้ในการยืนยันตัวตนของพนักงาน อีกชั้นหนึ่งนอกเหนือจาก Username และ Password ปกติ

มีการลงทุนเพิ่มในการเสริมสร้างความปลอดภัยของข้อมูลด้วย Microsoft Azure Information Protection ในการจำแนก ตรวจสอบ ติดตามและควบคุมการเข้าถึงเอกสารและอีเมล ป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล รวมถึงการใช้งานจากสถานที่ที่ไม่ปกติ ลงทุนเพิ่มในส่วนของโซลูชันที่ช่วยในการบริหารจัดการแอปพลิเคชัน จัดการปลายทางด้วย Microsoft Intune สำหรับทั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในองค์กรและอุปกรณ์ BYOD

รวมถึงจัดให้มีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายในการใช้งานระบบคอมพิวเตอร์และระบบรักษาความปลอดภัยให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ



ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ระบบการบริหารจัดการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์

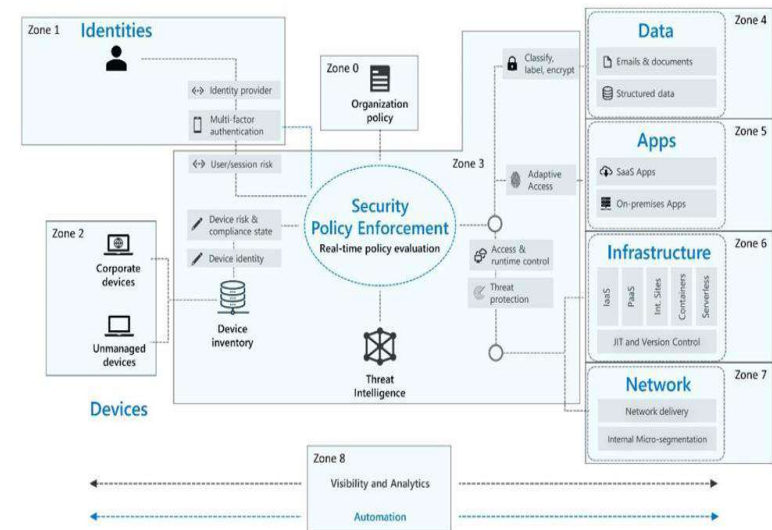
ระบบรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีความสามารถในการป้องกันข้อมูลสารสนเทศ หรือข้อมูลที่สำคัญของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ไม่ให้รั่วไหล ออกสู่สาธารณะ และยังสามารถป้องกันผู้เจาะระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ไม่ให้เข้าถึงข้อมูลภายในองค์กรได้ ซึ่งนอกจากจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับบริษัทฯ และคู่ค้าแล้ว ยังสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยทางข้อมูลให้กับลูกค้า โดย กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีพนักงานที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่เฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมระบบบริหารจัดการดังนี้

ด้านโครงสร้างการบริหาร ธุรกิจอาหารฯ มีการจัดให้มีการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร มีการจัดตั้งคณะทำงานร่วมกันในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ ทำงานร่วมกับ คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยด้านไซเบอร์ กำหนดทิศทางกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ กำกับดูแลให้มีทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการบริหาร ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จัดลำดับความสำคัญ ประเมินโครงการต่างๆ เพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้สอดคล้องกับการพัฒนาธุรกิจ และเพื่อให้การควบคุม การปฏิบัติงานและการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐานเดียวกัน

ด้านการควบคุมและมาตรการจัดการ องค์กรได้จัดทำนโยบายทางด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยเป็นแนวทาง ปฏิบัติ ซึ่งจะมีการทบทวนและปรับปรุงเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่องค์กรจะสามารถลดความเสี่ยง และส่งผลให้ ผลที่ได้รับจากการประเมินการควบคุมความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับที่ดียิ่งขึ้น โดยสาระสำคัญของแนวทาง ปฏิบัติประกอบไปด้วย

- นโยบายทั่วไปและระเบียบการใช้งานระบบคอมพิวเตอร์และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต
- นโยบายทั่วไปการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์, การสนทนา และการติดต่อสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์
- นโยบายทั่วไปการใช้เว็บไซต์ โซเชียลมีเดียขององค์กร และการเข้าใช้อินเทอร์เน็ต
- นโยบายทั่วไปการใช้งาน Application และ โปรแกรมต่างๆ
- นโยบายรหัสและระบบความปลอดภัย (Password Policy and Security)
- นโยบายการ Backup data and Recovery data
- นโยบายการขอใช้ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ (Software License Policy)
- นโยบายการปรับปรุงข้อมูลในระบบ (Data Correction)
- นโยบายการเข้าถึงข้อมูลจากภายในและภายนอกของพนักงานหรือบุคคลภายนอก
- นโยบายการจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือ อุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน IT
- นโยบายการเข้าใช้งาน Internet (Internet Access Policy)

นอกจากด้านการจัดหาเทคโนโลยี และกระบวนการในการควบคุมที่เหมาะสมแล้ว เพื่อให้แผนการ ป้องกันสัมฤทธิ์ผลที่ดี องค์กรได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักต่อภัยทางไซเบอร์แก่ พนักงาน โดยจัดให้มีการสื่อสารให้พนักงานถึงประเด็นความเสี่ยงทางไซเบอร์ที่เกิดขึ้น โดยจะมี ข่าวสารต่างๆ จะแจ้งพนักงานในองค์กรทางอีเมล และมีแผนงานที่จะจัดการอบรมพนักงานให้มีความรู้และทักษะในการรับมือกับภัยคุกคามได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง



เป้าหมายด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ ในปี 2565-2568

องค์กรมีเป้าหมายในการปรับปรุงด้านความปลอดภัยไซเบอร์ ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลของการบริหารจัดการความมั่นคง ปลอดภัยทางไซเบอร์ ครอบคลุมแกนหลักของความปลอดภัยทางไซเบอร์ ทั้งสามด้าน People , Process และ Technology ดังนั้นปี 2566 ได้มีการวางแผนงานในการประเมินความเสี่ยงด้านไซเบอร์ในทุกมิติ ครอบคลุมทุกส่วน ตามโมเดล zero-trust (Zero Trust Security Architecture - ZTA)

โดยการประเมินความเสี่ยงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อ้างอิงจากมาตรฐานสากล CIS Control v8 Framework เป็น benchmark แบ่งเป็น 18 ด้าน คือ

1. Inventory and Control of Enterprise Assets
2. Inventory and Control of Software Assets
3. Data Protection
4. Secure Configuration of Enterprise Assets and Software
5. Account Management
6. Access Control Management
7. Continuous Vulnerability Management
8. Audit Log Management
9. Email and Web Browser Protections
10. Malware Defenses
11. Data Recovery
12. Network Infrastructure Management
13. Network Monitoring and Defence
14. Security Awareness and Skills training
15. Service Provider Management
16. Application Software security
17. Incident Response Management
18. Penetration Testing

จุดประสงค์เพื่อจะหา maturity level ของการจัดการในแต่ละ หัวข้อขององค์กรว่ามี maturity level ระดับไหนเทียบกับ มาตรฐาน และในภาพรวมการจัดการขององค์กรมี maturity level อยู่ในระดับใดหากเทียบกับมาตรฐาน ซึ่งแบ่งเป็นทั้งหมด 4 ระดับ

(Basic, Standardized , Rationalized and Dynamic)

ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นไปตามตัวอย่างด้านล่าง



จากนั้นผลลัพธ์ที่ได้ของทั้ง 18 หัวข้อการประเมิน จะถูกนำมาจัดกลุ่ม และ จัดลำดับความสำคัญ ในการทำแผนงานในการเพิ่มประสิทธิภาพระบบการ จัดการความเสี่ยงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโซเบอร์ใน ในปี 2566-2568 โดยการประเมินจะมีการจัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อที่รักษา ระดับความปลอดภัยในหัวข้อที่ได้ทำตามมาตรฐาน และยกระดับการจัดการความเสี่ยงด้าน ความปลอดภัยในหัวข้อที่ต่ำกว่ามาตรฐานให้อยู่ในระดับที่ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ ระดับ maturity ในภาพรวมขององค์กรมีการยกระดับดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความยั่งยืน ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

CIS Controls Compliance | Heat Map

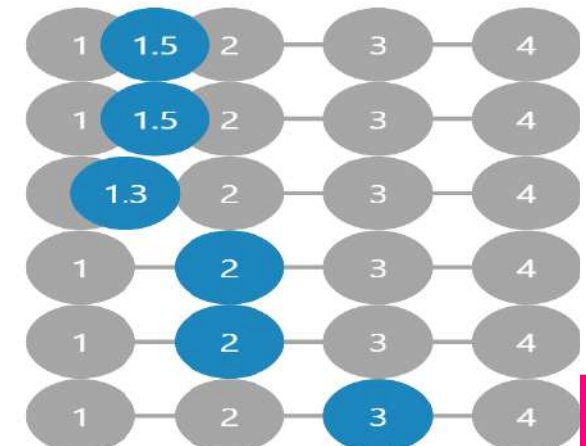
ILLUSTRATIVE



CISv7 Basic

1. Inventory and Control of Hardware Assets
2. Inventory and Control of Software Assets
3. Continuous Vulnerability Management
4. Controlled Use of Administrative Privileges
5. Secure Configuration for Hardware and Software on Mobiles Devices, Laptops, Workstations and Servers
6. Maintenance, Monitoring and Analysis of Audit Logs

Current Assessment



ปี 2568

ปี 2567

ปี 2565

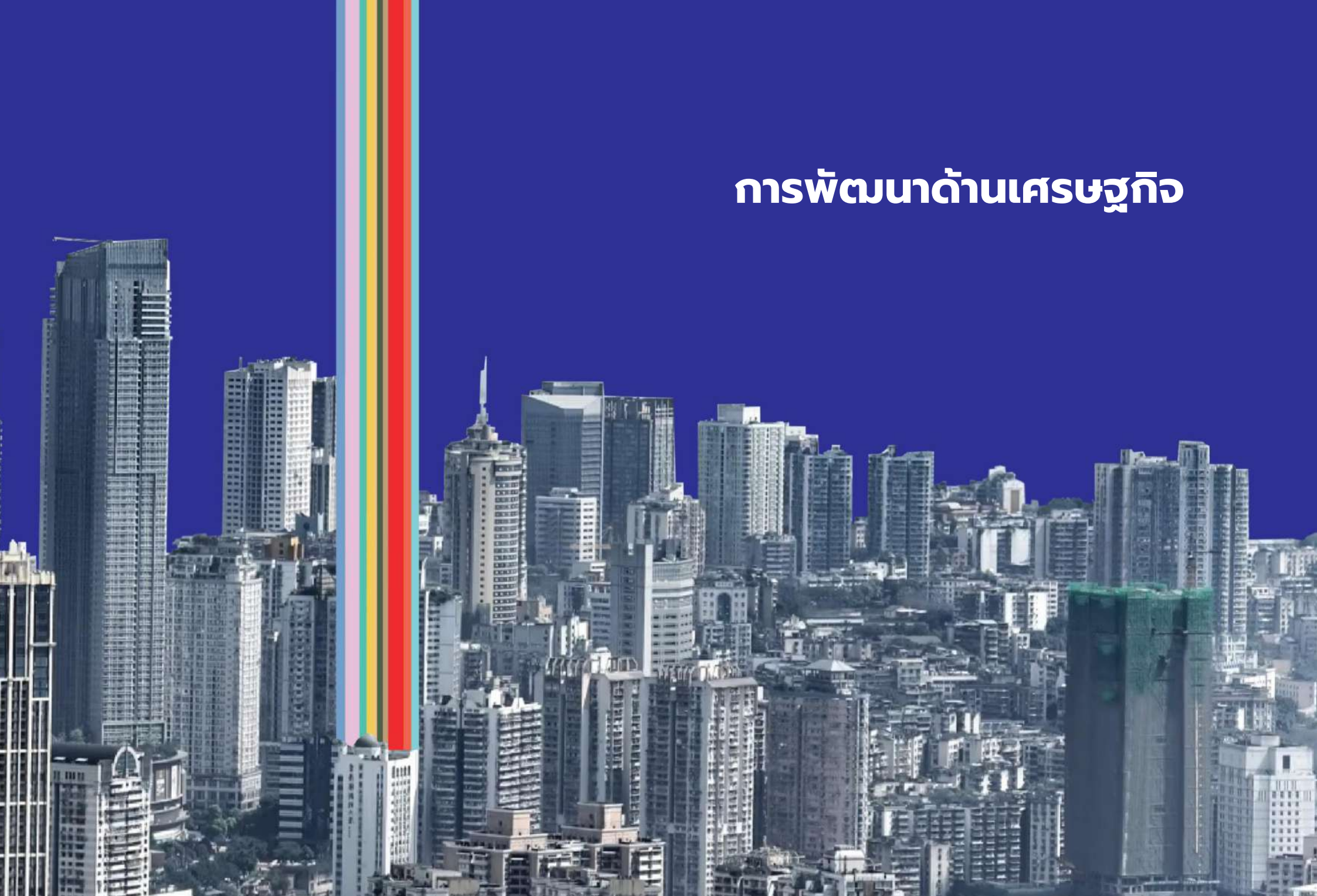
ปี 2566



รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565



การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ



“

บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ควบคู่กับการให้ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ สังคมและชุมชนใกล้เคียง พัฒนาสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความยั่งยืน ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

”

อนุสรณ์ กัยวิทย์กำเนิด

ผู้อำนวยการฝ่ายการจัดการห่วงโซ่อุปทาน



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ แนวทางการบริหารจัดการ

นโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ตระหนักถึงความสำคัญในความร่วมมือและการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน เพื่อร่วมสร้างสรรค์ความยั่งยืนตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จึงให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งหมายรวมถึงการจัดหาสินค้าและบริการที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ การประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน การไม่ซื้อสินค้าจากคู่ค้าที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการทำงานร่วมกับคู่ค้าเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการบริหารต้นทุนการผลิต การควบคุมคุณภาพสินค้า การบริหารการส่งมอบ รวมถึงการสนับสนุนให้คู่ค้าดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล และมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และที่สำคัญคือเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามนโยบายการจัดการห่วงโซ่อุปทาน กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จึงได้มีการกำหนดมาตรฐานการคัดเลือกและการประเมินคู่ค้า รวมถึงการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากคู่ค้าทั้งภายในและต่างประเทศ รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้มีการจัดทำระเบียบปฏิบัติและจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อจัดจ้างสำหรับเจ้าหน้าที่จัดซื้อ เพื่อให้เจ้าหน้าที่จัดซื้อปฏิบัติงานตามหน้าที่อย่างโปร่งใส มีความรับผิดชอบ รวมถึงได้จัดทำ ระเบียบปฏิบัติและจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า (คู่ค้าฯ Code of Conduct) เพื่อให้คู่ค้า ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติตามหลักการจัดการองค์กรที่ดี และสนับสนุนให้คู่ค้าปฏิบัติตามข้อกำหนดของตนเองในทำนองเดียวกัน ซึ่งถือเป็นกลไกส่วนหนึ่งที่สำคัญในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ

แหล่งที่มาของวัตถุดิบและมาตรฐานการผลิต

มุ่งเน้นการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มั่นคงและยั่งยืน โดยมีการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้าอย่างเคร่งครัด ซึ่งคู่ค้าต้องมีกระบวนการผลิตที่มีระบบควบคุมคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานสากล เช่น ระบบ GMP, HACCP, Food Safety, ฯลฯ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังดำเนินการประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบในแต่ละรอบการผลิตและคุณภาพการผลิตของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งเสนอคำแนะนำและแนวทางในการปรับปรุงระดับการประกันคุณภาพให้กับคู่ค้า เพื่อให้สามารถผลิตและส่งมอบวัตถุดิบที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ กันต่อความต้องการ สามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในด้านคุณภาพของสินค้า

คัดเลือกผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ

เพื่อให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จึงให้ความสำคัญอย่างสูงในกระบวนการคัดเลือก จัดซื้อ จัดหา เพื่อให้ได้วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยจะคำนึงถึงปัจจัยสำคัญต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านคุณภาพของวัตถุดิบ แหล่งที่มาที่เชื่อถือได้ ระบบบริหารคุณภาพของคู่ค้า ระยะเวลาในการผลิตและจัดส่ง ราคาที่เหมาะสม การบริการหลังการขาย ฯลฯ โดยการกำหนดมาตรฐานและกระบวนการในการตรวจสอบประเมินและคัดเลือกคู่ค้า ตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ ก่อนการจัดซื้อ โดยจะมีการคัดเลือกจัดหาวัตถุดิบที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากลจากผู้ผลิตที่เชื่อถือได้ จัดส่งให้ฝ่ายประกันคุณภาพและฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพในด้านต่าง ๆ ตามข้อกำหนดด้านคุณภาพของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ รวมทั้งร้องขอเอกสารรับรองคุณภาพต่าง ๆ จากผู้ผลิต เช่น Certificate of Analysis (COA) เอกสารมาตรฐานการบริหารงานคุณภาพ ISO9000, ระบบบริหารงานคุณภาพมาตรฐาน QS9000 หลักเกณฑ์ที่ดีในการผลิตอาหารอย่างปลอดภัย GMP และ มาตรฐานการผลิตที่มีมาตรการป้องกันอันตราย HACCP เป็นต้น

นอกจากนั้น กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะมีการตรวจสอบให้มั่นใจว่าผู้ผลิตมีกำลังการผลิตเพียงพอกับปริมาณความต้องการ มีระบบการจัดเก็บและการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามมาตรฐาน และระยะเวลาที่ได้ตกลงกันกับกลุ่มธุรกิจอาหารฯ นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ยังดำเนินการวิเคราะห์ความเสี่ยงในกรณีนี้ คู่ค้าไม่สามารถผลิตหรือส่งมอบวัตถุดิบหรือบรรจุก้อนที่ได้ตามที่ต้องการ และจัดทำแผนสำรอง เช่น การจัดหาคู่ค้าอื่น (2nd source suppliers) อย่างน้อย 2-3 ราย เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต เป็นต้น

เมื่อผ่านกระบวนการ ตรวจสอบ หรือทดสอบ ต่าง ๆ เพื่อยืนยันว่าวัตถุดิบ และบรรจุก้อนที่ต่าง ๆ เป็นไปตามข้อกำหนดหรือเกณฑ์มาตรฐานของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะมีขั้นตอนในการจัดทำบัญชีรายชื่อผู้ขายที่ได้รับการอนุมัติ (Approved Supplier List) และจะดำเนินการจัดซื้อวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์จากคู่ค้า ที่มีรายชื่ออยู่ในบัญชีรายชื่อนี้เท่านั้น ทั้งนี้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะมีการทวนสอบ (review) มาตรฐานของคู่ค้า อย่างสม่ำเสมอ ประกอบกับการประเมินผลคู่ค้า เป็นประจำทุกเดือน เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้า ยังคงรักษาระบบการผลิตที่มีคุณภาพ เป็นไปตามข้อกำหนดของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ อย่างต่อเนื่อง

การบริหารความเสี่ยงในระบบห่วงโซ่อุปทานและการกำหนดแผนการพัฒนาคู่ค้า

1. การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในแง่ของการจัดซื้อสินค้าและบริการ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะมีการวิเคราะห์ด้านต่าง ๆ คือ

1. การวิเคราะห์ยอดค่าใช้จ่าย หรือ spend analysis เพื่อให้ทราบถึงปริมาณการซื้อของสินค้าและบริการแต่ละชนิด
2. การวิเคราะห์ความสำคัญของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ต่อการผลิตของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ
3. วิเคราะห์ระดับของการพึ่งพาคู่ค้า และสินค้าทดแทน
4. วิเคราะห์ความเสี่ยงด้านอื่น ๆ เช่น แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ ความเสี่ยงด้านสถานะทางการเงินของคู่ค้า ปัจจัยด้านสภาพภูมิอากาศ ฯลฯ

ทั้งนี้ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะนำผลการวิเคราะห์มาบูรณาการเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

2. การประเมินความเสี่ยงคู่ค้า

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงคู่ค้าเป็นประจำตามเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงของบริษัทฯ เพื่อให้ทราบถึงระดับความเสี่ยงของคู่ค้าแต่ละรายที่อาจส่งผลกระทบต่อกรดำเนินการธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ โดยจะทำการประเมินทั้งในด้านศักยภาพในการผลิต ความสามารถในการส่งมอบ สถานะทางการเงิน การเมือง เศรษฐกิจ และความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ และด้านอื่น ๆ เช่น สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะใช้เกณฑ์ในการประเมินทั้งทางเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อประเมินความเสี่ยงดังกล่าว

3. การบริหารจัดการความเสี่ยง

เพื่อลดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะการจัดซื้อจัดจ้างวัตถุดิบ บรรจุก้อนหรือบริการสำหรับกลุ่มสินค้าควบคุม กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีการกำหนดมาตรการในการตรวจสอบประเมินคุณภาพ และความสามารถในการผลิตและจัดส่ง รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมาย และมาตรฐานคุณภาพต่าง ๆ ก่อนการจัดซื้อ โดยจะมีการจัดทำบัญชีรายชื่อผู้ขายที่ได้รับการอนุมัติ (Approved Supplier List) ตามขั้นตอนการประเมินและอนุมัติคู่ค้าของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ซึ่งกลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะดำเนินการจัดซื้อวัตถุดิบหรือบรรจุก้อนที่จาก คู่ค้า ที่มีรายชื่ออยู่ในบัญชีรายชื่อนี้เท่านั้น เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้สินค้าและบริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน หรือข้อกำหนดของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ นอกจากนี้บริษัทฯ มีการจัดทำตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ คู่ค้า จะมีการตรวจสอบและประเมินผล คู่ค้า หรือคู่ค้าแต่ละราย (Supplier Rating) พร้อมส่งผลการประเมินให้คู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้คู่ค้ารับทราบผลการประเมินและนำไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพและบริการให้เป็นไปตามข้อกำหนด

4. การจัดทำแผนพัฒนาคู่ค้า

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาคู่ค้าเพื่อให้สามารถบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างยั่งยืน โดยกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier code of conduct) และแจ้งให้คู่ค้าทราบและปฏิบัติตามข้อกำหนดของ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ยังได้บูรณาการระบบการประเมินผลคู่ค้าซึ่งมีการจัดทำและแจ้งผลการประเมินให้คู่ค้าเป็นประจำ และหากคู่ค้ารายใดมีผลคะแนนไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ทางกลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะมีการแจ้งเตือน ให้คำแนะนำหรือวางแผนการปรับปรุงคุณภาพร่วมกันระหว่าง กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กับคู่ค้า และหากคู่ค้าไม่สามารถปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการได้ตามข้อกำหนดของบริษัทฯ บริษัทฯ จะนำรายชื่อคู่ค้าดังกล่าวออกจากบัญชีรายชื่อผู้ขายที่ได้รับการอนุมัติ (Approved Supplier List) และหยุดซื้อสินค้าจากคู่ค้ารายนั้น ๆ ทั้งนี้ หากคู่ค้ายังมีความประสงค์จะนำเสนอขายสินค้าต่าง ๆ ให้แก่กลุ่มธุรกิจอาหารฯ คู่ค้าจะต้องปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้เรียบร้อย โดยผ่านกระบวนการคัดเลือกและตรวจสอบประเมินใหม่ เพื่อรับเข้าในบัญชีรายชื่อผู้ขายที่ได้รับการอนุมัติใหม่อีกครั้งตามระเบียบของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ



“

สร้างและรักษาความ
เชี่ยวชาญด้านการ วิจัย
และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่
คุณภาพสูง โดดเด่นใน
ด้านนวัตกรรมที่มี
เอกลักษณ์ และจุด
สิทธิบัตรภายใต้แบรนด์
ขององค์กร

”

ทัศนียา เลหาพฤตนิสาร

ผู้อำนวยการฝ่ายผลิต
ผลไม้แปรรูป



การบริหารจัดการวิจัย นวัตกรรมและเทคโนโลยี แนวทางการบริหารจัดการ



นโยบายการบริหารการวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กร

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาสินค้าเพื่อสุขภาพและมีคุณภาพใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติและมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้หลายกลุ่ม โดยการวิจัยและพัฒนาของทางกลุ่มธุรกิจอาหารฯ นั้นครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร เครื่องดื่ม รวมถึงวัตถุดิบเริ่มต้นของผลิตภัณฑ์ฯ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร นอกจากนี้ การวิจัยและพัฒนาายังไม่หยุดเพียงแค่กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้บริโภค ยังมีการวิจัยและพัฒนาอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงด้วยเทคโนโลยีอาหารหลายสาขา เช่น การใช้ความร้อน การอบแห้ง การแช่แข็ง การทำให้เป็นผง เป็นต้น รวมไปถึงการค้นคว้าวิจัยและการพัฒนาในส่วนการปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อให้มีของเสียจากการผลิตน้อยที่สุดเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้มีการมุ่งค้นคว้าวิจัยการแปรรูปของเสียจากการผลิตให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า ลดการใช้พลังงานและมองหาพลังงานทดแทน และการค้นคว้าวิจัยในภาคเกษตรกรรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ดำเนินงานการบริหารวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กร
รูปแบบในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีทั้งมุมมองจากฝั่งลูกค้าหรือผู้บริโภคเข้ามายังส่วนขององค์กร และมุมมองขององค์กรที่มองออกไปยังลูกค้าหรือผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความลงตัวของผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ของผู้บริโภคได้ซึ่งในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรด้านวัตถุดิบให้คุ้มค่าเพื่อให้ได้อัตราผลตอบแทนในการผลิต (% Yield) สูงสุด และลดปริมาณของเสียจากการผลิต (Waste) ให้น้อยที่สุด รวมทั้งการพัฒนาต่อยอดที่จะนำของเสียไปแปรรูปให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ ทางทีมงานได้บริหารจัดการกระบวนการวิจัยและพัฒนาโดยให้ความสำคัญกับการคัดสรรวัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีคุณภาพสูง โดยการนำมาผ่านกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีสารอาหารและคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภค อีกทั้งมีการวิจัยและพัฒนาการยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้ยาวนาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีการนำแนวคิดที่บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถ Recyclable หรือ Reusable หรือ Compostable โดยการเลือกใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิล หรือ มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิลเป็นองค์ประกอบของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ และใช้บรรจุภัณฑ์หีบห่อปริมาณน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนากระบวนการผลิตที่ใช้พลังงานให้คุ้มค่า และลดการใช้ทรัพยากรในส่วนของไอน้ำ ไฟฟ้า และน้ำ รวมทั้งการใช้ส่วนประกอบอาหารเพื่อการผลิตที่ก่อให้เกิดการสูญเสีย (Loss) ให้น้อยที่สุด การค้นคว้าวิจัยไม่อยู่เพียงที่ผลิตภัณฑ์แปรรูป ยังมีการวิจัยกับภาคเกษตรกรรม คือ การลดไนเตรตในสับปะรดจากการเพาะปลูก ซึ่งการวิจัยทดลองทำที่แปลงเพาะปลูกจริงร่วมกับเกษตรกร นอกจากนี้แล้วจะมีการใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์ในรูปของ Solar Cell เข้ามาใช้

ผลการดำเนินงานด้านการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง ได้แก่ แก้วมังกรอบแห้ง (Dehydrated Dragon fruit), มันหนึบ (Dehydrated sweet potato) กล้วยอบแห้ง ขิงอบแห้ง แคนตาลูปอบแห้ง และยังพัฒนาต่อยอดสำหรับมะม่วงอบแห้งและสับปะรดอบแห้ง มาเพิ่มรสชาติให้เข้มข้นขึ้นโดยผสมพริกเกลือ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของเครื่องดื่ม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มอัดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Carbonated Drink) ได้แก่ Fruit Juice Sparkling เช่น น้ำสับปะรดหอมสุวรรณ และน้ำองุ่นแดง และ Flavored Sparkling เช่น ส้มยูซุ (YUZU) พีช (PEACH) มิกซ์เบอร์รี่ (Mixed Berry) มะม่วง (Mango) เป็นต้น นอกจากนี้ในกลุ่มของเครื่องดื่มยังมีน้ำใบกัญชาบรรจุขวดพลาสติก และผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปอื่นๆ เช่น สับปะรดในขวดพลาสติก (Pineapple in Jar) สับปะรดกวน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มีการนำเทคโนโลยีหลากหลายมาใช้เพื่อแปรรูปและถนอมอาหาร ได้แก่ เทคโนโลยีการใช้ความร้อนในการฆ่าเชื้อผลิตภัณฑ์ ที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาในอุณหภูมิห้องได้ ไม่ต้องแช่เย็น เทคโนโลยีอบแห้ง เทคโนโลยีทำให้เข้มข้นโดยไม่เติมน้ำตาล เทคโนโลยีอัดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เทคโนโลยีการแช่แข็ง เป็นต้น



การนำนวัตกรรมและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการและดำเนินงาน

เพื่อสร้างและรักษาความเชี่ยวชาญด้านการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มีคุณภาพสูง โดดเด่นในด้านนวัตกรรมที่มีเอกลักษณ์
ผลิตภัณฑ์การสร้างสรรคนวัตกรรมภายในองค์กร นำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนากระบวนการผลิต ตั้งแต่การเพาะปลูก การแปรรูปและการขนส่ง
เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ผู้บริโภคได้รับคุณค่าทางอาหารสูง และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งตลาดในและ
ต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม รวมทั้งการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต ทำให้ปริมาณของเสียลดลง ลด
การใช้พลังงานไฟฟ้าและลดใช้น้ำ อีกทั้งยังส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ค้นหาผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ใน
ต่างประเทศ และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

ผลิตภัณฑ์

นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการออกแบบงานวิจัยและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์และกระบวนการ เช่น การใช้ Barcode บนตัว
สินค้า การ Inkjet วันที่ผลิตและวันที่หมดอายุบน
ผลิตภัณฑ์ โดยใช้ระบบที่มีการใช้หมึกที่น้อยที่สุด การใช้
QR Code บนฉลากซึ่งแสดงถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์

กระบวนการ

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการออกแบบการเก็บข้อมูลจากสายการผลิต ให้เกิดความรวดเร็วและ
รักษาข้อมูลไม่สูญหาย รวมทั้งการออกแบบเครื่องจักร การวาง Plant Layout เพื่อช่วยให้
การมองภาพรวมเกิดความเชื่อมโยงของกิจกรรมในกระบวนการผลิตได้เป็นอย่างดี ทำให้สามารถ
ลดความสูญเสียจากการผลิต จากเครื่องจักร จากการใช้พลังงานต่างๆ ทำให้เกิดประสิทธิภาพ
สูงสุด การวางแผนการดูแลรักษาเครื่องจักรและประเมินประสิทธิภาพของเครื่องจักรได้รวดเร็ว
ขึ้น ซึ่งตั้งเป้าหมายในการที่จะให้การรายงานผลของประสิทธิภาพการทำงานเป็น Real Time
เพื่อให้พนักงานแต่ละจุดงานทราบถึงผลการดำเนินการของแต่ละจุดงานทำให้เกิดสมดุลของ
สายการผลิต (Line Balance) ควบคุมจำนวนการผลิตได้ตามที่วางแผน และควบคุมปริมาณของ
เสีย

บริการ

เทคโนโลยีดิจิทัลได้มาช่วยในเรื่องการสื่อสารกับลูกค้าที่เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์
กระบวนการผลิต ระบบมาตรฐานสากลต่างๆ ที่องค์กรได้รับการรับรอง โดยเฉพาะ
ลูกค้าต่างประเทศที่มีการใช้ Platform ต่างๆมากขึ้น ซึ่งทำให้สามารถมีการแจ้งเตือน
ถึงการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ทำให้การติดตามทำได้รวดเร็วและต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมี
มีระบบ SMART FARM ในการติดตามเกี่ยวกับแปลงเพาะปลูกสลับปะด ซึ่งทำให้
ทราบถึงข้อมูลของเกษตรกร เป็นการรักษาข้อมูลที่ป้องกันการสูญหายได้ และ
สามารถเรียกดูข้อมูลได้ทันที

ธุรกิจใหม่

การพัฒนาการวิจัยร่วมกับธุรกิจใหม่เพื่อมองหาความเป็นไปได้ในธุรกิจใหม่ และ
การร่วมมือในการวิจัยกับสถาบันการศึกษา หรือ บริษัทเอกชนที่ผลิตเครื่องจักร
กันสมัย เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ แต่คงคุณภาพที่มีให้กับ
ผู้บริโภค การสร้างธุรกิจใหม่จากการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยขึ้น การส่งเสริมการใช้
วัตถุดิบผลไม้ตามฤดูกาลให้สามารถทำการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง



“

**ผู้นำด้านการวิจัยและ
พัฒนาผลิตภัณฑ์
เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ
ภายใต้แบรนด์ทีปโก้
เรามุ่งมั่นส่งมอบ
ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
และคุณประโยชน์ทาง
โภชนาการอาหารสูง**

”

จุฬาลักษณ์ สุนทร

ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย
และพัฒนาผลิตภัณฑ์



การบริหารจัดการวิจัย นวัตกรรมและเทคโนโลยี แนวทางการบริหารจัดการ



เป้าหมายในการวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กร

จากสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ผู้บริโภคเริ่มมีการมองหาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพแนวป้องกันมากกว่ารักษา โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมภูมิคุ้มกันที่ดี ภูมิคุ้มกันที่ดีเปรียบเสมือนเกราะปกป้องที่แข็งแรงของร่างกาย เป้าหมายในการวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ของทีปโก้คือ การพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม องค์กรมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมทางอาหาร เพื่อให้ให้ได้สินค้าที่มีคุณค่า และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยไม่ลืมที่จะรักษาเอกลักษณ์ความอร่อยของสินค้าตราทีปโก้ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมในองค์กร โดยส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หางค์ความรู้ใหม่ๆ ทั้งในด้านวัตถุดิบ รวมถึง functional ingredients และเทคโนโลยี แลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับคู่ค้าหลากหลายกลุ่มที่จะเป็นประโยชน์กับการพัฒนาสินค้าใหม่ ช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้า และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้อย่างตรงจุด รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพสินค้าเดิมให้ดีขึ้น เป็นประโยชน์ด้านต้นทุนการผลิต เพื่อการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ด้านการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

หัวใจในการพัฒนาสินค้าคือ การค้นพบความต้องการของลูกค้าและพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ความต้องการ โดยนำนวัตกรรมมาช่วยพัฒนาและสร้างคุณค่าในด้านความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมอย่างสร้างสรรค์ ยกกระดับมาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้วยการใช่วัตถุดิบที่มีคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

นวัตกรรมและเทคโนโลยีมีส่วนช่วยในการดึงดูดเด่นและสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ควบคู่กับการพัฒนากระบวนการผลิต การขนส่ง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพและปลอดภัย ทำให้ผู้บริโภคได้รับคุณค่าทางโภชนาการอาหารสูงในราคาที่เหมาะสมและตอบสนองความต้องการ โดยทางกลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีความมุ่งมั่นในการสร้างแรงจูงใจ และส่งเสริมการคิดวิเคราะห์อย่างสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ลดขั้นตอนในการผลิต ลดปริมาณของเสีย และขนส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ สามารถพัฒนาธุรกิจไปสู่เป้าหมายการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมอย่างยั่งยืนในอนาคต



สร้างแรงจูงใจ

การกระตุ้นให้พนักงานทุกคนเห็นถึงความสำคัญของการนำนวัตกรรมมาปรับใช้ โดยสร้างแรงจูงใจ และส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการคิดค้นนวัตกรรม



การคิดวิเคราะห์

การคิดวิเคราะห์ ค้นหาแนวทางการดำเนินงานที่มีความแปลกใหม่อย่างสร้างสรรค์ เน้นกระบวนการคิดและวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อกำหนดเป้าหมายด้านนวัตกรรมให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร



พัฒนาและดำเนินงาน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ และพัฒนากระบวนการผลิตอย่างสร้างสรรค์ และสอดคล้องกับกลยุทธ์การพัฒนาด้านความยั่งยืนขององค์กร

ขั้นตอนและกระบวนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

1. การสร้างสรรค์ความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่

ติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสินค้า วัสดุ เทคโนโลยี เครื่องจักร และความต้องการของผู้บริโภค จากแหล่งต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นำเสนอ ต่อผู้บริหาร และฝ่ายการตลาด

2. การกลั่นกรองความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่

ระดมความคิด พัฒนา product concept ร่วมกับฝ่าย การตลาดซึ่งเป็นผู้รวบรวม product concept และ ข้อมูลทางการตลาดในทุกด้าน เช่น Market size, Source of business, Estimated sales เป็นต้น นำเสนอ NPD Committee พิจารณาอนุมัติ Project

3. การพัฒนาและทดสอบแนวความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่

คัดเลือกวัตถุดิบจากแหล่งที่ดีมีคุณภาพและเชื่อถือได้ นำมา ทดลองตาม product concept ที่ได้รับการอนุมัติ ซึ่งใน ระหว่างการทดลองหากมีข้อมูลใหม่ ๆ ที่สนับสนุนให้ ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง จะมีการนำเสนอฝ่ายการตลาด เพื่อให้เห็นจุดขายที่แตกต่าง และเมื่อได้ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพ ต้นทุนเป็นไปตามที่กำหนด และรสชาติดี จะนำ ตัวอย่างไปทำการทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย จนได้ คะแนนการยอมรับตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้

4. การพัฒนากลยุทธ์การตลาด

พัฒนาเครื่องมือการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยใช้กลยุทธ์ ในการดึงดูดและรักษาลูกค้าเอาไว้ พร้อมทั้งกำหนดแผนการตลาดที่จะช่วยในการ ตัดสินใจเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม โดยมี เป้าหมาย คือ การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในด้านตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างยอดขายและกำไรตาม เป้าหมายในระยะยาว

ขั้นตอนและกระบวนการค้นคว้า การคิดออกแบบ การแก้ไข และปรับปรุง เพื่อให้เกิดการสร้างสรรผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีมี คุณภาพในลักษณะการใช้นวัตกรรมอย่างแท้จริง (Really Innovation) การปรับปรุงและพัฒนาจากผลิตภัณฑ์เดิม (adaption) และการเข้าสู่ตลาดใหม่ (New Market)

8. การนำสินค้าออกสู่ตลาด

เมื่อมีการวางขายผลิตภัณฑ์แล้ว ฝ่ายการตลาดจะทำการติดตาม การขายอย่างใกล้ชิดในช่วง 3 เดือนแรก เพื่อรับ feedback นำปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

7. การทดสอบตลาด

หลังจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นที่เรียบร้อยภายในแล้ว ฝ่ายการตลาดจะนำตัวอย่างผลิตภัณฑ์ไปทำการ ทดสอบ ทั้งในส่วน Qualitative Research โดยการนำ focus group และ Quantitative Research โดยการนำ Consumer test จนผ่าน เกณฑ์ที่กำหนด จึงจะผลิตผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย

6. การพัฒนาทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

ประสานงานกับโรงงานผลิตทำการทดลองผลิต ผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้กระบวนการผลิตที่ทันสมัย เพื่อ ยืนยันกระบวนการการผลิต ตรวจสอบความปลอดภัย ก่อนผลิตสินค้าออกสู่ท้องตลาด และนำตัวอย่างที่ได้ไป ศึกษาอายุของผลิตภัณฑ์ โดยทำการเก็บตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ใหม่ในสภาวะต่าง ๆ เพื่อตรวจเช็คด้าน คุณภาพและประเมินทางประสาทสัมผัส เช่น สี กลิ่น รสชาติ และทางกายภาพตามความถี่ที่กำหนด เพื่อใช้ เป็นข้อมูลในการกำหนดอายุของผลิตภัณฑ์

5. การวิเคราะห์ธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพทางธุรกิจด้วยการประเมิน สถานการณ์สำหรับการประกอบธุรกิจ ดึงจุดแข็งและพัฒนาจุดอ่อนจาก สภาพแวดล้อมภายใน เพื่อให้มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจาก สภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทุก ประเภท

“
**ส่งมอบผลิตภัณฑ์
 อาหารและเครื่องดื่ม
 เพื่อส่งเสริมสุขภาพ
 และโภชนาการที่ดี
 สำหรับทุกคนทุกวัยใน
 สังคมไทยด้วยการยึด
 มั่นพันธสัญญา 6
 ประการ**
 ”

อนันต์ ชัยกิจวัฒนะ
 ผู้จัดการฝ่ายธุรกิจสารสนเทศ



ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการ เพื่อสุขภาวะที่ดี แนวทางการบริหารจัดการ

“สุขภาวะที่ดี ด้วยอาหารและเครื่องดื่ม เป็นสิ่งจำเป็นและเป็นความรับผิดชอบของเรา”

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้เชื่อมั่นว่าการให้สุขภาพที่ดีผ่านทางอาหารและเครื่องดื่มไม่ได้เป็นเพียงแค่ความจำเป็น แต่ยังเป็นความรับผิดชอบที่สำคัญ เนื่องจากสังคมในยุคปัจจุบันนั้นผู้คนมีความเร่งรีบในการใช้ชีวิตประจำวันและการกินเพื่อสุขภาพที่น้อยลง ในขณะที่เดียวกันหลายคนก็กำลังเผชิญกับปัญหาด้านสาธารณสุขที่สำคัญ

ในเรื่องสุขภาวะที่ดีนี้ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีความมุ่งมั่นที่จะช่วยให้ผู้คนมีความเข้าใจในเรื่องการกินและการดื่มที่ดีต่อสุขภาพ ไม่ว่าจะอายุเท่าไร วัฒนธรรมหรือความชอบส่วนตัวเป็นอย่างไร สำหรับกลุ่มธุรกิจอาหารฯ นั้นเป็นมากกว่าอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งต้องพิจารณาในความหมายกว้าง ๆ โดยรวมถึงโภชนาการ รสชาติ ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงสังคมและวัฒนธรรม กลุ่มธุรกิจอาหารฯ สามารถมีบทบาทสำคัญในการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อส่งเสริมให้มีนิสัยการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ในการรักษาสุขภาพที่ผ่านมา ยอดขายของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ มากกว่าร้อยละ 50 มาจากกลุ่มสินค้าที่ดีต่อสุขภาพ โดยอ้างอิงจากสารณะที่เป็นทางการคำแนะนำด้านสุขภาพ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ อาหารและวิถีชีวิตช่วยให้เรามีผลกระทบต่อส่วนรวม สร้างหลักประกันให้ชีวิตมีสุขภาพที่ดีขึ้นและโภชนาการสำหรับทุกคนทุกวัย

ความมุ่งมั่นด้านสุขภาพและโภชนาการของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

ตั้งแต่ปี 2564 กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ได้เริ่ม “พัฒนาคุณภาพทางโภชนาการและสุขภาพด้านอาหาร” โดยดำเนินการตามพันธสัญญา 6 ประการ ด้วยวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและสามารถวัดผลได้ :



พัฒนาคุณภาพทางโภชนาการ
 ของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง



สนับสนุนการวิจัยที่สามารถนำไป
 ประยุกต์ใช้ในการผลิตอาหาร
 โภชนาการและสุขภาพ



สร้างทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่อยาก
 มีสุขภาพดีขึ้น



จัดการตลอดห่วงโซ่อาหารอย่าง
 เป็นระบบ นำไปสู่แบบแผนด้าน
 สุขภาวะที่ดีอย่างยั่งยืน



สื่อสารและให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ
 ในโภชนาการ คุณภาพ
 และความปลอดภัยทางอาหาร



พัฒนาการตลาดอย่างรับผิดชอบใน
 ด้านความมั่นคงทางอาหาร





พืชและสมุนไพรวัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมสำคัญอยู่ในสินค้า Wellness ล้วนมาจากแหล่งปลูกที่คัดสรรเป็นอย่างดีภายในประเทศ ที่สำคัญคือ มีการปลูกแบบอินทรีย์ และมีการตรวจสอบปริมาณสารสำคัญหลังเก็บเกี่ยวด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ทางเคมีประสิทธิภาพสูง ผ่านการผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป ด้วยโรงงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GHP (อาหาร) และ GMP-PIC/S (ผลิตภัณฑ์สมุนไพร)



ตั้งแต่ปี 2564 กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ได้มีการนำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหาร ยาจากสมุนไพร และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับคุณค่าทางอาหารสูง นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ลดปริมาณของเสียในกระบวนการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม และทำให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

ผลการดำเนินงาน

ด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

เชื่อว่าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดี ต้องเริ่มจากวัตถุดิบที่ดีเป็นสำคัญ จึงได้ขยายธุรกิจสู่การส่งเสริมการปลูกและแปรรูปพืช ผัก ผลไม้และสมุนไพร โดยนำมาผลิตด้วยเป็นสารสกัดที่มีคุณค่าทางโภชนาการและทางยาสูง ภายใต้เทคโนโลยีการผลิตเฉพาะของทิปโก้

นอกเหนือจากการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสารสกัด ซึ่งได้จำหน่ายทั้งในและต่างประเทศจนเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในวงการอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ทิปโก้ยังคงสรรวัตถุดิบจากแหล่งปลูกที่เหมาะสมทั่วประเทศ นำมาสกัดและผลิตเป็นสินค้าในกลุ่ม Wellness ซึ่งนอกจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยังรวมถึงผลิตภัณฑ์ยาจากสมุนไพรอีกด้วย ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ได้แก่ ขมิ้นชันแคปซูล ฟ้าทะลายโจรสกัด แคปซูล และกระเทียมสกัดชนิดเม็ด

ผลการดำเนินงาน

ด้านมุ่งเน้นกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ

ปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ได้พัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Wellness เพิ่มเติมได้แก่ กระชายดำผสมกระชายขาวสกัดแคปซูล โดยเป็นรายแรกที่นำกระชายทั้งสองชนิดมาช่วยเสริมฤทธิ์ด้านการลดน้ำหนัก ช่วยเพิ่มสมรรถภาพทางกาย และช่วยนอนหลับได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีมะขามป้อมสกัดชนิดเม็ด ที่คัดเลือกกิ่งสายพันธุ์และแหล่งปลูก แล้วนำมาสกัดด้วยเทคนิคการถนอมรักษาวิตามินซีจากธรรมชาติให้คงปริมาณสูง ทั้งยังดูดซึมเข้าสู่ร่างกายได้มากกว่าวิตามินซีสังเคราะห์ถึง 10 เท่า นับว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากมะขามป้อมชนิดเดียวในตลาด ที่มุ่งเน้นคุณประโยชน์ด้านเสริมภูมิคุ้มกัน บำรุงผิวและชะลอวัย



รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565

การวิจัย นวัตกรรมและเทคโนโลยี สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

กระชายดำผสมกระชายขาวสกัดแคปซูล ตราทิปโก้ พฤษภาคม 2565

กระชายดำผสมกระชายขาวสกัดแคปซูล โดยคัดสรรวัตถุดิบสายพันธุ์และแหล่งที่ดีที่สุดในประเทศจากรัฐมณฑล 100% มาช่วยเสริมฤทธิ์ด้านการลดน้ำหนัก เร่งการสลายไขมันที่สะสมใต้ผิวหนังและช่องท้อง ช่วยเพิ่มสมรรถภาพทางกาย เพิ่มความทนทานในการออกกำลังกาย ช่วยลดวัย และช่วยทำให้การนอนหลับมีประสิทธิภาพที่ดี



ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพรหรือ ผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพ สิงหาคม 2565

พัฒนาเมนูเพื่อสุขภาพ สนับสนุนการบริโภคผักในปริมาณที่มากขึ้นในแต่ละวัน ด้วยการผสมผสานผักหลากหลายชนิดด้วยสัดส่วนที่ลงตัวจนได้เครื่องดื่มเวจจีสมูทตี้ 5 เมนูมีประโยชน์ต่อสุขภาพ 5 ด้านด้วยกัน ได้แก่ Slim Fit ช่วยดีท็อกซ์ด้วยโอคาไดและผักเคล, Baby Face ช่วยด้วยลิ่งกอนเบอร์รี่และแครอท, Blood Flow ช่วยระบบไหลเวียนเลือดด้วยบัทรูทและราสเบอร์รี่, Perfect Skin บำรุงผิวด้วยมะเขือเทศและราสเบอร์รี่, Beta Bright บำรุงสายตาด้วยโกจิเบอร์รี่และชาราลี อยากรู้คนไทยสุขภาพดีด้วยเครื่องดื่มสมุนไพรที่อร่อย และไม่จำเจด้วยเมนูหลากหลาย ปั่นจากผักผลไม้จากธรรมชาติที่มีคุณภาพ พร้อมเสิร์ฟให้สุขภาพดีทุกวัน ที่ร้าน SQUEEZE by TIPCO ทุกสาขา



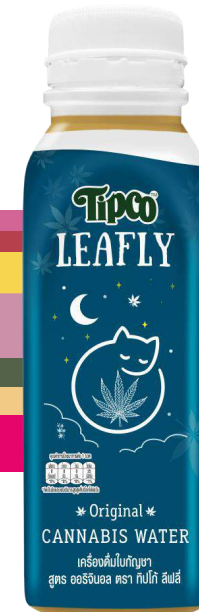
ทิปโก้ ซี ดับเบิลพลัส ตุลาคม 2565

วิตามินจูซในรูปแบบกล่องที่ถูกพัฒนาขึ้นมาด้วยการใช้น้ำผลไม้เป็นหลักและเพิ่มคุณประโยชน์ด้วยวิตามิน C ถึง 200% อีกทั้งยังมีวิตามิน A และ E อีกอย่างละ 100% ครบในกล่องเดียว มี High Anti-Oxidant ช่วยต้านอนุมูลอิสระสูง เสริมภูมิคุ้มกันร่างกาย เพื่อป้องกันฝุ่นควัน และ PM2.5 โดยเน้นเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ ผิวพรรณและความงาม ถือเป็นเจ้าแรกในการพัฒนาวิตามินจูซในรูปแบบกล่องปิดที่ปลอดภัยวิตามินจะสลายตัวจากแสง เพิ่มทางเลือกเพื่อสุขภาพมากขึ้น



ทิปโก้ ลีฟลี่ พฤศจิกายน 2565

เครื่องดื่มจากกัญชาที่ผลิตมาจากใบกัญชาแท้ ๆ มี 2 สรสชาติ ได้แก่ ออร์จินอล และ กลิ่นส้มยูสุ ไม่มีแคลอรี ไม่มีส่วนผสมของน้ำตาลทราย มีสรรพคุณช่วยผ่อนคลายภายใต้คอนเซปต์ "ถึงเวลาพักกัญ" เพื่อตอบโจทยชีวิตของคนวัยทำงานในหลังช่วงเลิกงาน เพื่อลดความเครียดที่สะสมในทุกๆ วัน



ผลการดำเนินงาน ในปี 2565

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรเพื่อสุขภาพอย่างกระชับจำเพาะชายชาวสก็ดแคปซูลเข้มข้นที่มีสารสำคัญ Polymethoxyflavones ในแต่ละแคปซูลไม่น้อยกว่า 8 มิลลิกรัม อีกทั้งยังเป็นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรและออกจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ในของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ซึ่งเป็นการสร้างคุณประโยชน์ที่ช่วยบรรเทาอาการป่วยต่าง ๆ เช่น อาการ Long Covid ขึ้นจากการติดเชื้อโควิด-19 ป้องกันปอดอักเสบ การเกิดแผลในกระเพาะ เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มด้วยการนำนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ เพื่อต่อยอดความเชี่ยวชาญด้านการผลิตเครื่องดื่ม และต่อยอดความเป็นผู้นำในตลาดน้ำผลไม้ผสมวิตามินและเครื่องดื่มจากกล้วย ผลิตจากใบกล้วยแท้ จำหน่ายผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งได้ผลการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี

เป้าหมาย ในปี 2566-2568

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ กำหนดเป้าหมายด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่งตั้งผู้รับผิดชอบ หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านนวัตกรรม เพื่อสร้างความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย สร้างค่านิยมและเป็นการเพิ่มทางเลือกในการบริโภคที่รักสุขภาพ และให้ความสำคัญในเรื่องการบริโภคน้ำตาลในเครื่องดื่ม เพื่อเสริมสร้างการมีสุขภาพที่ดีให้กับผู้บริโภคในสังคมไทย

อีกทั้งกำหนดเป้าหมายด้านการขาย โดยวัดจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นตัวชี้วัดความยั่งยืนทางธุรกิจได้ในอนาคต

ช่องทางการจัดจำหน่าย



ร้านขายยาชั้นนำ



ช่องทางจำหน่ายผ่านร้าน Squeeze by Tipco



ช่องทางจำหน่ายผ่านออฟไลน์ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ



ช่องทางจำหน่ายผ่านออนไลน์ <https://www.tipcoherb.com/>



ช่องทางจำหน่ายผ่านออนไลน์ <https://www.tipcoshop.com/>



“

บริษัทฯ มุ่งสู่ความเป็นเลิศในการบริหารจัดการต้นทุน ตั้งแต่การจัดหาและคัดเลือกวัตถุดิบตลอดจนบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด

”

คุณสุรย์ รัตนะพร

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
ด้านการเงิน



ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ



แนวทางการบริหารจัดการ

“การพัฒนาความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ คือหัวใจหลักของการดำเนินธุรกิจของเรา”

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ผู้ผลิตและจำหน่ายกลุ่มสินค้าเครื่องดื่ม อาทิ น้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่ม แบรินด์ “ทิปโก้” น้ำแร่ธรรมชาติ แบรินด์ “ออร่า” และกลุ่มสินค้าพืช ผัก และผลไม้ อาทิ สับปะรดสด แบรินด์ “ทิปโก้หอมสุวรรณ” สับปะรดกระป๋อง และสารสกัดจากสมุนไพรและการเกษตร ซึ่งในปี 2565 ที่ผ่านมากลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้พัฒนาสินค้าเครื่องดื่มสปาร์คคิงบร๊วในกระป๋องทิปโก้โซซ่า และทิปโก้ฮิชซี รวมทั้งเครื่องดื่มน้ำผลไม้รวม 25% ผสมวิตามิน A C E บร๊วในกล่องทิปโก้ ซี ดับเบิ้ลพลัสเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค

ด้วยความเชี่ยวชาญของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ในด้านการผลิตสินค้าเครื่องดื่มและกลุ่มสินค้าพืช ผักและผลไม้ อย่างยาวนาน ภายใต้กลยุทธ์ กระบวนการ และแนวปฏิบัติที่ทันสมัย รวมถึงการวางแผนธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ทางธุรกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

แนวทางการสร้างความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

เป้าหมายหลักในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ นอกจากมุ่งเน้นการสร้างสรรคผลผลิตภัณฑ์ การวิจัยพัฒนา และกลยุทธ์การตลาดใหม่ๆ เพื่อสร้างการเติบโตของยอดขายและกำไรอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการบริหารจัดการความเสี่ยงและการสร้างระบบควบคุมภายในที่เหมาะสมเพื่อสร้างพื้นฐานความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจได้อย่างยั่งยืนนั้น

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานในทุกๆ ระดับ โดยการเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ความสามารถใหม่ๆ รวมทั้งการส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ตลอดจนการพัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตรภายนอก ไม่ว่าจะเป็นในด้านการผลิต หรือแม้กระทั่งความร่วมมือด้านองค์ความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ เฉพาะ อาทิ ด้านวิศวกรรม โลจิสติกส์ เป็นต้น เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานในทุกๆ รูปแบบ พัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง สร้างประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ตลอดจนลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ





แนวทางในการบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการจัดการต้นทุน (Cost Management)

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มุ่งสู่ความเป็นเลิศในการบริหารจัดการต้นทุน ตั้งแต่การจัดหาและคัดเลือกวัตถุดิบ ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด มีการวางแผนการสั่งซื้อเพื่อให้มีปริมาณที่เพียงพอเหมาะสมในการดำเนินการผลิตอย่างต่อเนื่อง การหาข้อมูลอุตสาหกรรมเพื่อประกอบการเจรจาต่อรองราคา การพัฒนากระบวนการประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากคู่ค้า ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ สามารถบริหารต้นทุนการผลิต ลดระยะเวลาการส่งมอบสินค้า และควบคุมคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในระดับมาตรฐานได้ รวมทั้งการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจดังกล่าว

นอกจากนี้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาสายการผลิตและงานห่วงโซ่อุปทาน ทั้งการบำรุงรักษาและลงทุนสินทรัพย์ให้มีความทันสมัย การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน ความรู้ความสามารถ ตลอดจนการสร้างวัฒนธรรมให้พนักงานนำเสนอโครงการเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มคุณภาพของสินค้าของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ

นโยบายและแนวปฏิบัติหรือการวางแผนด้านภาษี

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กิโปโก้ กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติการวางแผนด้านภาษีเกี่ยวข้องกับระยะสั้นและระยะยาว ในขณะเดียวกัน กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กฎหมายภาษีอากรกำหนดไว้ โดยอาศัยความรู้ความชำนาญในประเด็นข้อกฎหมายภาษีอากรและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องรวมถึงบัญญัติทางกฎหมายภาษีอากร เพื่อให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ บรรลุวัตถุประสงค์ในการวางแผนภาษีอากร ดังนี้

1. เพื่อการเสียภาษีอากรโดยถูกต้อง ครบถ้วน โดยไม่อาศัยการหลีกเลี่ยงภาษีอากร
2. เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายอันเกิดจากการเสียภาษีอากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร
4. เพื่อการบริหารจัดการและวางแผนภาษีได้ตามมาตรฐาน
5. เพื่อเตรียมพร้อมต่อการเรียกตรวจสอบภาษีอากรโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ
6. เพื่อเสริมสร้างระบบการควบคุมภายในให้มีประสิทธิภาพ



การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม



การบริหารจัดการพลังงาน GRI 302, SDG 7



กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กำหนดนโยบายและเป้าหมายการลดใช้พลังงานทั้งในโรงงานผลิตและสำนักงาน ด้วยการนำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาในกระบวนการผลิต กำหนดระบบการจัดการพลังงานและแผนการใช้พลังงานอย่างเหมาะสม รวมทั้งสื่อสารให้พนักงานทุกคนทราบและตระหนักถึงการลดใช้พลังงาน เพื่อให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ บริหารจัดการพลังงานในทุกส่วนงานของห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด

นโยบายด้านการอนุรักษ์พลังงาน

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พลังงานของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ เป็นไปอย่างต่อเนื่องมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับกฎหมายโรงงานควบคุม กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้กำหนดนโยบายการใช้พลังงานทุกประเภท รวมทั้งการจัดสรรพลังงานทดแทน เพื่อให้เกิดการประหยัดพลังงานภายในองค์กร และถือเป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคนที่จะต้องร่วมกันจัดการและอนุรักษ์พลังงาน ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะดำเนินการและพัฒนาระบบการจัดการพลังงานอย่างเหมาะสม โดยกำหนดให้การอนุรักษ์พลังงานเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะดำเนินการปรับปรุงปริมาณการใช้พลังงานทุกส่วน โดยใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ
3. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะจัดทำแผนกำหนดการใช้พลังงาน และเป้าหมายการอนุรักษ์พลังงานในแต่ละปี และสื่อสารให้พนักงานทุกคนรับทราบ เพื่อนำไปปฏิบัติตามแผนที่วางไว้อย่างถูกต้อง
4. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ถือว่าการอนุรักษ์พลังงานเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับที่จะให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง
5. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะทำการทบทวนแผนการจัดการอนุรักษ์พลังงาน และแผนการดำเนินงานด้านพลังงานทุกปี
6. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะให้การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น รวมถึงด้านบุคคล ด้านงบประมาณ เวลาในการปฏิบัติงาน การฝึกอบรม และการมีส่วนร่วมในการนำเสนอข้อคิดเห็น เพื่อการพัฒนาทางด้านพลังงาน

การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการพลังงาน ปี 2565

ภายในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ บริหารจัดการพลังงานไฟฟ้าและเชื้อเพลิงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น โรงงานผลิตผลไม้แปรรูป จัดทำโครงการ Solar Floating ขนาด 1.70 MW. ซึ่งเป็นพลังงานทดแทนจากรัฐชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถลดมลพิษที่ทำลายชั้นบรรยากาศของโลก โดยมีกำหนดแล้วเสร็จในปี 2566 ซึ่งจะสามารถลดการใช้ไฟฟ้าและพลังงานได้อย่างน้อยร้อยละ 6.5 เมื่อเทียบกับปี 2565 หรือในส่วนของโรงงานผลิตน้ำผลไม้กึ่งโถง ที่ได้จัดทำโครงการวางระบบ Solar Rooftop ขนาด 999.9 กิโลวัตต์ ซึ่งเป็นพลังงานประเภทหมุนเวียนที่ใช้แล้วเกิดขึ้นใหม่ได้ตามธรรมชาติ พลังงานสะอาด ปราศจากมลพิษ มีศักยภาพสูง เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถลดมลพิษที่ทำลายชั้นบรรยากาศของโลก นอกจากนี้ยังมีโครงการอนุรักษ์พลังงานอื่นๆ ที่ช่วยประหยัดพลังงาน ลดการใช้ไฟฟ้า ได้แก่ โครงการเปลี่ยนฉนวนหุ้มผนังของหม้อไอน้ำ เพื่อลดการสูญเสียความร้อนและลดพลังงานที่สูญเสียเปล่า โครงการลดการใช้พลังงานในระบบปรับอากาศโดยเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศที่ประสิทธิภาพสูงทดแทนเครื่องปรับอากาศที่มีประสิทธิภาพต่ำ โครงการลดการใช้พลังงานของระบบแสงสว่างโดยการเปลี่ยนหลอดไฟเป็นแบบ LED โครงการลดการใช้พลังงานของระบบบำบัดน้ำเสีย โดยใช้เครื่องเติมอากาศกังหันตีน้ำจากพลังงานแสงอาทิตย์ โครงการลดการใช้พลังงานระบบทำความเย็นของห้องเย็นโดยการติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมอุณหภูมิ (Freezing management)

เป้าหมาย ในปี 2565-2567

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กำหนดเป้าหมายในปี 2565-2567 ลดการใช้ไฟฟ้าและพลังงานอย่างน้อยร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยใช้เป็นพลังงานทดแทนจากรัฐชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถลดมลพิษที่ทำลายชั้นบรรยากาศของโลก

ปริมาณการใช้พลังงาน (ไฟฟ้าและเชื้อเพลิง)

ปริมาณการใช้ไฟฟ้า หน่วย : M.kWh	2563	2564	2565
โรงงานผลิตผลไม้แปรรูป	8.36	8.81	8.94
ไร่สับปะรด และการเกษตร (สำนักงาน, ห้องสำหรับบรรจุภัณฑ์)	0.02	0.02	0.02
โรงงานผลิตน้ำผลไม้กึ่งโถง	7.81	7.80	7.64
โรงงานผลิตน้ำแร่	2.12	2.40	2.66
โรงงานสารสกัด	0.64	0.90	0.53



การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก GRI 305, SDG 12, SDG 13

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะอากาศ (Climate Change) โดยกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้มีการประเมินความเสี่ยงจากปริมาณก๊าซเรือนกระจก และบริหารจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาวะอากาศ รวมทั้งการบริหารจัดการปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นไปตามมาตรฐานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ได้แก่ การผลิต การขนส่ง รวมทั้งการบริหารจัดการขยะและของเสีย โดยกำหนดขอบเขตสำหรับการดำเนินงานทั้ง 5 โรงงานของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ เพื่อควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จัดเวลาการเดินทางเครื่องจักรให้สอดคล้องกับปริมาณวัตถุดิบ และเลือกใช้ด้านหินที่มีคุณภาพดีให้ค่าความร้อนสูง

นโยบายการจัดการก๊าซเรือนกระจก

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนในห่วงโซ่คุณค่า และดำเนินการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งตระหนักถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมบรรเทาปัญหาภาวะโลกร้อน และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้การจัดการก๊าซเรือนกระจกเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและการบริหารจัดการองค์กร ดังนี้

1. ประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่คุณค่า
2. ตั้งเป้าหมายในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกควบคู่กับการอนุรักษ์พลังงาน โดยมีการทบทวนเป็นประจำทุกปี
3. กำหนดมาตรการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร อาทิเช่น ส่งเสริมการประหยัดพลังงานในองค์กร การลดปริมาณของเสีย และการส่งเสริมการนำกลับมาใช้ซ้ำหรือหมุนเวียนใช้ใหม่
4. ดำเนินกิจกรรมและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนัก ความใส่ใจ และให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมในการบรรเทาปัญหาภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
5. ประกาศนโยบายการจัดการก๊าซเรือนกระจกให้พนักงานทุกระดับรับทราบ และให้ความรู้เกี่ยวกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้พนักงานตระหนักและปฏิบัติตามหน้าที่อย่างรับผิดชอบ รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็น ตลอดจนทบทวนนโยบาย และระบบการบริหารจัดการ



เป้าหมาย ในปี 2565-2567

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ตั้งเป้าหมายในปี 2565-2567 ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตอย่างน้อยร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปี 2564

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ปริมาณก๊าซเรือนกระจก หน่วย : M. kGCO ₂ eq	2563	2564	2565
โรงงานผลิตผลไม้แปรรูป	-	-	13.89
โรงงานผลิตน้ำผลไม้ทิปโก้	5.86	4.61	4.3

“ เราทุกคนต่างตระหนักดีถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีต่อโลก ดังนั้นการดูแลสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการผลิตและการบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงเป็นเป้าหมายหลักในการดำเนินการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ”

อาภัสรา สุจริตวนิช
ผู้อำนวยการฝ่ายผลิต
น้ำผลไม้



การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก แนวทางการบริหารจัดการ

“การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก เป็นความรับผิดชอบของเรา”

การลดปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ใช้แนวทางการลดแหล่งกำเนิดของก๊าซเรือนกระจก เช่น ลดปริมาณการใช้ถ่านหิน เลือกใช้ถ่านหินที่มีคุณภาพดีให้ค่าความร้อนสูง เปลี่ยนการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นการใช้พลังงานสะอาด หรือเพิ่มกิจกรรมที่ช่วยกำจัดก๊าซเรือนกระจกเหล่านี้ออกจากชั้นบรรยากาศ เช่น การปรับปรุงความสามารถ ‘อ่างเก็บกักคาร์บอน’ ตามธรรมชาติที่จะกักและเก็บก๊าซเรือนกระจกไว้ในต้นไม้และในดิน ภาวะโลกร้อน (Global Warming) มีสาเหตุมาจากการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Green House Gas: GHG or Emissions) ภาคการเกษตรและภาคการผลิตเป็นแหล่งปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกแหล่งหนึ่ง

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ยังคงพยายามอย่างต่อเนื่องในการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการดำเนินงาน โดยกลยุทธ์ด้านพลังงานของเราถูกบังคับใช้ในสองด้านหลัก: การบูรณาการมาตรการประหยัดพลังงานเข้ากับการออกแบบและสร้างกลไกการบริหารจัดการพลังงาน พัฒนาความสามารถในกระบวนการผลิต สร้างความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานธุรกิจที่มีประสิทธิภาพสูงสุดและการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก โดยได้มีการประเมินความเสี่ยงจากปริมาณก๊าซเรือนกระจกและบริหารจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ รวมทั้งบริหารจัดการปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นไปตามมาตรฐาน โดยกำหนดขอบเขตสำหรับการผลิตและการขนส่งสินค้า เพื่อควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดลง

“โครงการพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Energy) ในโรงงานผลิตน้ำผลไม้”

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals) อันเป็นที่มาของโครงการด้านประหยัดพลังงาน โครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และโครงการอื่นๆ ที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

1. โครงการต่อเนื่องผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ขนาด 999.90 กิโลวัตต์ สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อันเป็นสาเหตุหลักของภาวะโลกร้อนได้ปีละ 542,797 kGCO₂eq และเป็นเป้าหมายระยะยาวด้านสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน
2. โครงการต่อเนื่องเปลี่ยนฉนวนหุ้มผนังของหม้อไอน้ำ เพื่อลดการสูญเสียความร้อนและลดพลังงานที่สูญเสียเปล่า ซึ่งสามารถลดการใช้เชื้อเพลิงได้ 1,221 เมกะจูลต่อปี
3. โครงการลดการใช้พลังงานในระบบปรับอากาศโดยเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศที่ประสิทธิภาพสูงทดแทนเครื่องปรับอากาศที่มีประสิทธิภาพต่ำ ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 20,256 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
4. โครงการลดการใช้พลังงานของระบบแสงสว่างโดยการเปลี่ยนหลอดไฟจากหลอดฟลูออเรสเซนต์ขนาด 52 วัตต์ เป็น แอลอีดี T8G5 ขนาด 35 วัตต์ จำนวน 200 ดวง ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 22,891 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
5. โครงการลดการใช้พลังงานของระบบบำบัดน้ำเสีย โดยใช้เครื่องเติมอากาศกังหันตีน้ำจากพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 7,300 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
6. โครงการต่อเนื่อง step 2 ลดการใช้พลังงานระบบทำความเย็นของห้องเย็นโดยการติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติ (Freezing management step 2) ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 148,091 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

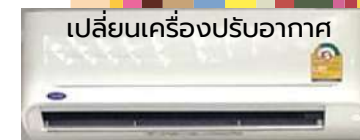
โดยโครงการทั้งหมดที่ได้ดำเนินการไปแล้วสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ปีละ 390,290 kGCO₂eq



เครื่องเติมอากาศกังหันตีน้ำจากพลังงานแสงอาทิตย์



เปลี่ยนหลอดไฟเป็น LED



เปลี่ยนเครื่องปรับอากาศ

ความมุ่งมั่นในการดำเนินการด้านสภาพภูมิอากาศในห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้จะดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 5% ในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ภายในปี 2568*

ดินเพาะปลูก

ทำงานร่วมกับเกษตรกรเพื่อนำแนวปฏิบัติทางการเกษตรที่ยั่งยืนมาใช้ในการเพิ่มความสามารรถในการกักเก็บคาร์บอนในดิน และปรับปรุงคุณภาพน้ำและความสามารรถในการกักเก็บ



พืชผล

ร่วมมือกันข้ามห่วงโซ่อุปทานเพื่อลดการปล่อยมลพิษผ่านการจัดการทุ่งเลี้ยงสัตว์ การผลิตอาหารสัตว์ นวัตกรรม และการลดของเสียจากอาหาร



ชาวไร่

ช่วยให้เกษตรกรตระหนักถึงผลประโยชน์ร่วมกันทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมผ่านแนวปฏิบัติทางการเกษตรที่เป็นนวัตกรรมใหม่ การเข้าถึงตลาดอย่างครอบคลุม และชุมชนเกษตรกรที่มีความยืดหยุ่น



โรงงาน

ร่วมกับเกษตรกรในการให้ความรู้ด้านการเกษตรแบบยืดหยุ่น เพื่อเพิ่มความสามารถในการกักเก็บคาร์บอนในดินและปรับปรุงคุณภาพน้ำ



การขนส่ง

การลดการปลดปล่อยมลพิษในกระบวนการขนส่ง ในทุกธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ รวมถึงห่วงโซ่อุปทาน



การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แนวทางการบริหารจัดการ

“กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้
ตระหนักรู้ และ
เตรียมการรับมือกับ
ผลกระทบ และปรับตัว
กับสภาวะการ
เปลี่ยนแปลงของ
สภาพภูมิอากาศ เพื่อ
สร้างธุรกิจที่ยั่งยืน”

สายชล เย็นทรวง
ผู้จัดการฝ่ายไร่
และการเกษตร



“ภาวะโลกร้อน ผลกระทบที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และเป็นความรับผิดชอบของเรา”

ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change System) เกิดขึ้นโดยมนุษย์ จากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ ออกสู่ชั้นบรรยากาศโลก เกิดการดูดซึมและกักเก็บความร้อนที่แผ่ออกจากโลก จากกิจกรรมของมนุษย์ ทั้งการบริโภคสินค้าในชีวิตประจำวัน เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง จำพวกถุงพลาสติก หรือหลอดเครื่องดื่ม รวมถึงการรับประทานอาหารเหลือทิ้ง เพราะสินค้าและพฤติกรรมในการบริโภคในลักษณะนี้ ล้วนต้องใช้พลังงานเชื้อเพลิงและทรัพยากรในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิต การเดินทาง การขนส่ง การตัดไม้ทำลายป่า การทำปุ๋ยสัตว์เชิงอุตสาหกรรม เร่งให้เกิดภาวะโลกร้อนและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เกิดภาวะก๊าซเรือนกระจกในปริมาณเพิ่มสูงขึ้น ทำให้โลกร้อนขึ้น ฝนฟ้าไม่ตกต้องตามฤดูกาล หลายประเทศต้องประสบกับภัยพิบัติ น้ำท่วมฉับพลัน และยังทำให้น้ำแข็งขั้วโลกละลาย และระดับน้ำทะเลทั่วโลกเพิ่มสูงขึ้นด้วย

ที่ผ่านมากลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ตระหนักรู้และให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ด้วยการพัฒนาแหล่งพลังงานทดแทน หรือ พลังงานทางเลือก จัดตั้งโครงการพลังงานทดแทนจากโซลาร์เซลล์ในโรงงานผลิต ปรับปรุงประสิทธิภาพพลังงานในภาคอุตสาหกรรม และการใช้เชื้อเพลิงชีวภาพในภาคขนส่ง เพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ และปริมาณก๊าซเรือนกระจก

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและ ทรัพยากรธรรมชาติ

ฝนตกไม่ถูกต้องตามฤดูกาลและภาวะภัยแล้งทำให้การบริหารจัดการเรื่องการเพาะปลูก ยากมากยิ่งขึ้น ภัยแล้งทำให้ผลผลิตลดลง หรือฝนตกมากเกินไป ทำให้เกิดการกัดเซาะของหน้าดิน ถนนได้รับความเสียหายเครื่องจักรเข้าไปทำงานไม่ได้ แปลงเพาะปลูกได้รับความเสียหาย ส่งผลให้ผลผลิตที่ควรจะได้อลดลง



ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ

ผลผลิตโดยรวมลดลงและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในส่วนของการให้น้ำในช่วงแห้งแล้งหรือในกรณีฝนตกหนักมากเกินไปทำให้เกิดโรครากเน่าหรือผลเน่า ส่งผลให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น



ผลกระทบทางด้านสังคม

ปัญหาภัยแล้ง ส่งผลทำให้ขาดแคลนแหล่งน้ำ เกษตรกรลดพื้นที่การเพาะปลูก รายได้ในครัวเรือนลดลง เกษตรกรบางส่วนต้องเปลี่ยนอาชีพ เพื่อการดำรงชีวิต

การปรับตัว และรับมือ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ปัจจุบันกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีความหลากหลาย หนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยตรง คือ ธุรกิจการเกษตร ที่ผ่านมากลุ่มธุรกิจอาหารฯ วิจัยและพัฒนาสายพันธุ์สัตว์ปีกที่ทนต่อโรคและศัตรูจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป และพัฒนากระบวนการเพาะปลูกอย่างมีประสิทธิภาพ การเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิต และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการปรับรูปแบบการเพาะปลูก เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม ดังนี้



การปรับตัว และรับมือต่อผลกระทบ ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

ปรับเปลี่ยนวิธีการเพาะปลูกโดยใช้พลาสติกคลุมดินเพื่อรักษาความชื้นให้กับพืช ปรับปรุงดินโดยเพิ่มอินทรีย์วัตถุ เพื่อให้ดินเก็บความชื้นและธาตุอาหารได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งขุดแหล่งน้ำเพิ่มมากขึ้น เพาะปลูกพืชตามแนวความลาดชัน เพื่อลดปัญหาการกัดเซาะหน้าดิน



การปรับตัว และรับมือต่อผลกระทบ ด้านเศรษฐกิจ

ลดค่าใช้จ่ายในการเพาะปลูกและเพิ่มผลผลิตด้วยการใช้อินทรีย์วัตถุเพื่อปรับปรุงดินมากขึ้นเพื่อลดการใช้ปุ๋ยเคมี รวมถึงการใช้เครื่องจักรทดแทนแรงงานมากขึ้น



การปรับตัว และรับมือต่อผลกระทบ ด้านสังคม

การปรับปรุงวิธีการเพาะปลูกให้ใช้น้ำน้อยลง และขุดแหล่งน้ำเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกษตรกรสามารถใช้น้ำที่มีอยู่ได้อย่างเพียงพอ รวมถึงการบำรุงดินเพื่อให้พืชให้ผลผลิตดีขึ้น จะช่วยให้ต้นทุนโดยรวมไม่เพิ่มขึ้น เกษตรกรสามารถขายได้โดยที่ไม่ขาดทุนก็จะทำให้เกษตรกรไม่ละทิ้งฐานไปทำงานที่อื่น

การบริหารจัดการน้ำ

GRI 303, SDG 6, SDG 12



กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กำหนดแผนงานการบริหารจัดการน้ำให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น โรงงานผลิตผลไม้แปรรูป ได้ดำเนินการติดตั้งระบบ Reuse RO เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำในกระบวนการล้างลูกสับปะรด หรือในส่วนของโรงงานผลิตน้ำผลไม้ที่มีระบบบำบัดน้ำเสียจากกระบวนการผลิต และพักน้ำที่บำบัดแล้วไว้ในบ่อภายในโรงงาน ก่อนจะปล่อยน้ำสู่แหล่งน้ำธรรมชาติต่างๆ อีกทั้งกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ส่งเสริมให้พนักงานทุกคนตระหนักในเรื่องการลดใช้น้ำ การใช้ซ้ำ และนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ให้พนักงานทุกคนทราบ และนำไปปฏิบัติ ทั้งนี้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้มีการกำหนดเป้าหมายในปี 2565 - 2567 ในการลดปริมาณการใช้น้ำอย่างน้อยร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปี 2564

นโยบายด้านการบริหารจัดการน้ำ

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ มุ่งมั่นในการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน รวมถึงการใช้น้ำจากแหล่งน้ำต่าง ๆ อย่างคุ้มค่าสูงสุดโดยการนำน้ำมารีไซเคิลและใช้ซ้ำ และปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากลและข้อบังคับในประเทศ รวมทั้งการใช้น้ำอย่างรับผิดชอบสอดคล้องกับค่านิยมของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ

1. บริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงด้านการใช้น้ำอย่างบูรณาการทุกปี
2. ลดการใช้น้ำด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในกระบวนการผลิต
3. บำบัดน้ำทิ้งให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานกำหนด
4. ติดตามปริมาณและคุณภาพ รายงานผลการใช้น้ำ และลดการปล่อยน้ำทิ้งออกสู่ภายนอกให้มากที่สุด นำน้ำเสียผ่านระบบการบำบัดกลับมาใช้งานซ้ำ
5. การฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำภายในและภายนอกโรงงาน รวมทั้งเน้นการสนับสนุนน้ำให้ชุมชนและเกษตรกร
6. พัฒนาความสามารถของบุคลากรภายในโรงงานผลิตที่ปฏิบัติงานการบริหารจัดการน้ำ

การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำ ปี 2565

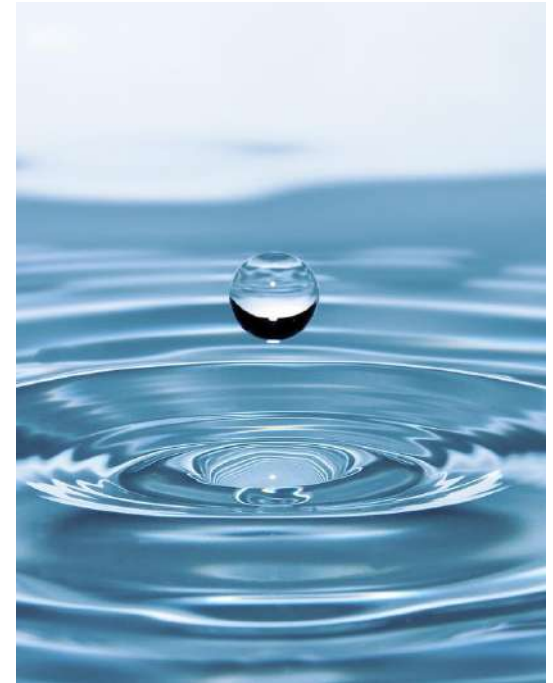
ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ได้ดำเนินงานด้านบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยเฉพาะโรงงานผลิตผลไม้แปรรูป ที่ใช้น้ำในกระบวนการล้างลูกสับปะรดในปริมาณมาก กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จึงได้มีการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียจากกระบวนการผลิตและพักน้ำที่บำบัดแล้วไว้ในบ่อภายในโรงงาน ก่อนจะปล่อยน้ำไปตามแหล่งน้ำธรรมชาติต่าง ๆ โดยได้มีการติดตั้งระบบ Reuse RO เพื่อนำน้ำที่ใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำ ซึ่งเป็นการลดปริมาณการใช้น้ำในกระบวนการล้างลูกสับปะรด

เป้าหมาย ในปี 2565-2567

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ กำหนดเป้าหมายในปี 2565-2567 ลดปริมาณการใช้น้ำอย่างน้อย ร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปี 2564

ปริมาณการใช้น้ำจากแหล่งต่างๆ

ปริมาณการใช้น้ำ หน่วย : Cu.m	2563	2564	2565
โรงงานผลิตผลไม้แปรรูป	426,731	520,478	546,633
ไร่สับปะรด และการเกษตร (สำนักงาน, ห้องสำหรับบรรจุภัณฑ์)	26,574	27,986	21,000
โรงงานผลิตน้ำผลไม้ทิปโก้	239,397	226,196	216,296
โรงงานผลิตน้ำแร่	66,667	82,904	78,943



การบริหารจัดการขยะและของเสีย

GRI 306, SDG 12



กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ กำหนดมาตรการในเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และการลดปริมาณของเสียในกระบวนการผลิตเป็นสำคัญ ดังนั้น บริษัทฯ จึงปรับปรุงการบริหารจัดการของเสีย โดยใช้หลักลดของเสีย เพิ่มการใช้ซ้ำ และนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนควบคู่กับการป้องกันปัญหามลพิษ

นโยบายด้านการบริหารจัดการขยะ และของเสีย

1. จัดเก็บขยะ และของเสียจากกระบวนการผลิต มีการจัดเตรียมการทิ้งและกำจัดขยะตามที่กฎหมายกำหนด
2. ป้องกันและระวังไม่ให้มีขยะตกหล่นทำให้เกิดความสกปรกในเส้นทางการบรรทุกขยะไปกำจัด และบริเวณนอกพื้นที่บ่อขยะ
3. ดูแลไม่ให้บุคคลภายนอกที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้ามาเก็บขยะที่เป็นประโยชน์จากบ่อกำจัดขยะ หรือสร้างปัญหาสิ่งแวดล้อมบริเวณชุมชน
4. ดูแลและกำจัดขยะอย่างถูกวิธีในบ่อขยะของบริษัทโดยการไถกลบ
5. ล้างทำความสะอาดถังขยะและรถบรรทุกขยะตาม Cleaning Program
6. ชั่งน้ำหนักขยะที่นำออกจากโรงงาน อย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์
7. บันทึกการกำจัดขยะ และน้ำหนักของขยะ และรายงานให้หัวหน้าธุรการรับทราบเมื่อมีปัญหาเรื่องการกำจัดขยะ เพื่อดำเนินการแก้ไข



การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการขยะและของเสีย ปี 2565

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีการจัดการขยะและของเสียจากกระบวนการผลิต เช่น โรงงานผลิตผลไม้แปรรูป ซึ่งส่วนใหญ่ผลิตสับปะรดกระป๋องแปรรูป ทางกลุ่มธุรกิจอาหารฯ นำแกนกลางของสับปะรดไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรดอบแห้ง และนำเปลือกสับปะรดผ่านกระบวนการสกัดสารสำคัญในเปลือกสับปะรด และนำกากสับปะรดที่เหลือจากการผลิตมาเป็นส่วนผสมในอาหารสัตว์ ทำให้ปริมาณขยะและของเสียจากกระบวนการผลิตลดลง หรือในส่วนของโรงงานผลิตน้ำผลไม้ที่ได้มีการปรับปรุงเครื่องจักรและกระบวนการผลิตโดยใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ (Automation) เพื่อเพิ่มความแม่นยำในกระบวนการ ส่งผลให้ลดของเสียจากกระบวนการผลิตลดลง ในส่วนของการจัดการขยะและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นของเสียมีกระบวนการจัดการที่เหมาะสม มีการคัดแยกขยะตามแนวคิด 3R (Reduce, Reuse and Recycle) เพื่อเป็นการลดปริมาณขยะ ได้แก่ ถังดรัมบรรจุวัตถุดิบน้ำผลไม้และพาเลทวางวัตถุดิบที่มีการคัดแยกและนำกลับไปใช้ใหม่ ถังบรรจุผลไม้และกล่องกระดาษที่ใช้แล้วหรือของเป็นของเสียจะส่งไปยังโรงงานที่รับกำจัดขยะเพื่อนำไป recycle ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายในปี 2565 - 2567 ในการลดขยะและของเสียจากกระบวนการผลิตอย่างน้อยร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปี 2564

เป้าหมาย ในปี 2565-2567

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ กำหนดเป้าหมายในปี 2565-2567 ลดขยะและของเสียจากกระบวนการผลิตอย่างน้อยร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปี 2564 และนำแกนสับปะรดและเปลือกผลไม้มาทำปุ๋ยสำหรับพืช เพื่อให้ลดขยะจากเปลือกผลไม้ได้ร้อยละ 5 จากปีก่อน

ปริมาณขยะและของเสียจากกระบวนการผลิต

ปริมาณขยะ และของเสียจากกระบวนการผลิต หน่วย : ตันต่อปี	2563	2564	2565
โรงงานผลิตผลไม้แปรรูป	6,133	12,332	14,461
เปลือกผลไม้	5,889	12,268	14,345
เศษวัสดุ	144	64	116
ไร่สับปะรด และการเกษตร			
เปลือกผลไม้จากการตัดแต่ง	305	686	540
โรงงานผลิตน้ำผลไม้ทิปโก้	502	442	190
พลาสติก	56	55	51
กระดาษ	150	115	137
ขยะอันตราย	296	272	2
โรงงานผลิตน้ำแร่	61	47	67
พลาสติกจากการผลิตขวดน้ำ	43	27	43
กระดาษจากสำนักงาน	18	20	24





การพัฒนาด้านสังคม



มุ่งมั่นตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

GRI 412

แนวทางการบริหารจัดการ



“ Bring Wellness to Society ” คือ คำนึงถึงสุขภาพของเรา

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ในส่วนน้ำผลไม้ทิปโก้และน้ำแร่ออรา ได้บริหารงานโดยยึดความมุ่งมั่นในเรื่อง Bring Wellness to Society ซึ่งทำให้กระบวนการวางแผนงาน การคิดค้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ถูกออกแบบและมีการทำงานภายใต้การตอบโจทยเรื่องสุขภาพที่ดีต่อผู้บริโภค ทั้งนี้กระบวนการทำงานจะยึดหลักตามความต้องการของผู้บริโภคและตลาดเป็นตัวตั้ง โดยมีการนำมาศึกษาพัฒนาต่อยอดว่าสินค้าใด วัตถุดิบใด กระบวนการใดจะช่วยตอบสนองเรื่องเหล่านี้ เพื่อให้เกิดสุขภาวะที่ดีที่สุดต่อผู้บริโภคต่อไป

การตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์



น้ำผลไม้ทิปโก้ มีขั้นตอนการคัดสรรแหล่งวัตถุดิบชั้นดีในแต่ละช่วงฤดู และแต่ละท้องที่ต่างกันไป ซึ่งการนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์จะอิงตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความชอบในผลไม้แต่ละสายพันธุ์แตกต่างกันไป เช่น น้ำส้มทิปโก้ หลากหลายสายพันธุ์จะให้รสชาติที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งเกิดจากการใช้วัตถุดิบธรรมชาติตามฤดูกาลในทุก ๆ รอบของการผลิต

น้ำแร่ออรา ในด้านผลิตภัณฑ์ มีความพิเศษและมีความแตกต่างอย่างเด่นชัด เมื่อเทียบกับสินค้าอื่นในตลาด ทั้งในเรื่องแหล่งน้ำแร่ที่เกิดจากน้ำพุเย็นจากเทือกเขาสูง 2,700 ฟุตแห่งเดียวในประเทศไทย ซึ่งอุดมด้วยแร่ธาตุต่างๆ โดยเฉพาะซิลิกา ดังนั้น แผนงานการตลาดจะตอกย้ำในเรื่องดังกล่าวต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการเลือกซื้อ ระบุเฉพาะแบรนด์ออรา เนื่องจากคุณประโยชน์ที่โดดเด่น ดังกล่าว

“ ทิปโก้นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อสุขภาพ ที่พร้อมส่งมอบให้กับลูกค้าอยู่เสมอ โดยให้ความใส่ใจกับความต้องการของผู้บริโภคทุกท่าน และได้รับความเชื่อมั่นในแบรนด์มาอย่างต่อเนื่อง ”

จักรภพ จิมอำพันธ์
ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด



กลยุทธ์การตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ใช้กลยุทธ์การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด Segmentation Strategy เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ตลาดใหม่ ด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่มากขึ้น เพื่อสร้างฐานลูกค้าและยอดการซื้อที่มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มสินค้าใหม่และตลาดใหม่ ที่กลุ่มธุรกิจอาหารฯ เข้าไปบุกอย่างจริงจังมากขึ้น ได้แก่ กลุ่มน้ำผลไม้สปาร์คคอลลิง เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการความแปลกใหม่ และสนุกสนานกับการดื่มน้ำผลไม้ กลุ่มน้ำผลไม้หวานน้อย ก็เป็นอีกกลยุทธ์ที่จับเทรนด์สุขภาพและเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคน้ำผลไม้และน้ำผลไม้ในกลุ่ม Economy Segment ซึ่งเน้นตลาดต่างจังหวัดตามร้านโชห่วย ตู้แช่ ซึ่งเป็นฐานใหญ่ของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยหวังว่าจะทำให้ฐานลูกค้าทิปโก้มีมากขึ้น และเมื่อได้เกิดการทดลองผลิตภัณฑ์แล้วจะกลายเป็นลูกค้าประจำของทิปโก้อื่นๆ ในอนาคต ซึ่งกลุ่มเหล่านี้จะสามารถ trade up ขึ้นไปเป็นลูกค้ากลุ่มน้ำผลไม้ Premium 100% ต่อไปได้อีก

เป้าหมายการตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในปี 2565-2567

ด้วยสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงค่อนข้างรวดเร็ว รวมถึงปัจจัยผลกระทบต่างๆ ที่คาดการณ์ได้ยาก ทำให้ทิปโก้ต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง การเข้าใจลูกค้าและผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา ค้นหาคำความต้องการที่แท้จริงและความต้องการแฝงของลูกค้า ตลอดจนเข้าใจกระบวนการตัดสินใจซื้อและการบริโภคสินค้าและบริการอย่างเข้าถึงผู้บริโภค สามารถสื่อสารคุณค่าที่โดดเด่น และแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคด้วยวิธีที่สร้างสรรค์และคุ้มค่า เพื่อที่จะรักษาฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มปริมาณลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้การปรับแผนงาน มีความแม่นยำ ถูกต้อง ตรงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และสำเร็จตามเป้าหมายองค์กรในที่สุด



ความพึงพอใจของผู้บริโภค

GRI 102-43

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมทั้งมีการวางแผนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริโภคร่วมกับกลุ่มธุรกิจอาหารฯ อย่างยั่งยืน ซึ่งกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ยึดมั่นในพันธกิจ “เราจะผลิตสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ของการนำสุขภาวะที่ดีสู่สังคม” โดยการวัดผลความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคเพิ่มขึ้นในอนาคต

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจ สาเหตุหนึ่งที่ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้ามีความสำคัญคือ การรักษาระดับลูกค้าไว้ใช้ต้นทุนน้อยกว่าการค้นหาลูกค้าใหม่และตลาดใหม่ ดังนั้นการดึงลูกค้าให้อยู่กับธุรกิจให้นานที่สุดได้ โดยการทำให้ลูกค้าพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ จึงเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยลดต้นทุนของธุรกิจลงได้ นอกจากนี้ ความพึงพอใจของลูกค้ายังเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของคุณภาพในสินค้า ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการนำมาใช้วางแผนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อไป โดยทางกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้ทำการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ดังนี้

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคในประเทศ

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ จัดทำแบบประเมินผลความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บริโภคในประเทศและฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ลูกค้าสามารถทำการประเมินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยให้คะแนนความพึงพอใจ 1 น้อยที่สุด – 5 มากที่สุด การประเมินความพึงพอใจมีทั้งหมด 4 หัวข้อ ดังนี้

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์โดยรวม			
ความสะดวกในการติดต่อฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อข้อร้องเรียน	กริยามารยาทของพนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	ลูกค้าได้รับข้อมูลของผลิตภัณฑ์ครบถ้วนชัดเจน
			

ผลการประเมินและเป้าหมายด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค ในประเทศ

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ มีผลการประเมินความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บริโภคในประเทศและฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 4.87 จากคะแนนเต็ม 5 โดยในปี 2566 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กำหนดเป้าหมายผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ที่ 4.90 จากคะแนนเต็ม 5 จากผลการประเมินความพึงพอใจข้างต้น ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ได้พัฒนาการสื่อสาร และการให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ขยายช่องทางการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งแจ้งข้อร้องเรียนจากลูกค้าในเรื่องสำคัญผ่านหลายช่องทางเช่น โทรศัพท์, Facebook, Email

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคระหว่างประเทศ

กลุ่มธุรกิจอาหารทิโป จัดทำแบบประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยได้มีการกำหนดแผนงานและเป้าหมายการพัฒนาความพึงพอใจของผู้บริโภคระหว่างประเทศ รวมทั้งการสร้างความปลอดภัยให้กับผู้บริโภคด้วยมาตรฐานด้านกระบวนการผลิต การขนส่ง รวมทั้งการเผยแพร่และสื่อสารข้อเท็จจริงด้านคุณภาพของสินค้า และรับฟังข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนากระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นในอนาคต โดยแบ่งแผนงานและเป้าหมาย 3 ด้าน ดังนี้

1 ด้านคุณภาพสินค้า

เป้าหมายหลักของ กลุ่มธุรกิจอาหารฯ โดยกำหนดแผนร่วมกับฝ่ายผลิตของโรงงานผลิต เพื่อวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานของประเทศผู้นำเข้า



2 ด้านการขนส่งสินค้า

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ประสานงานกับธุรกิจขนส่งทางเรืออย่างสม่ำเสมอ เพื่อติดตามความคืบหน้าของ การขนส่งสินค้าให้ เป็นไปตามแผนที่ตกลงกับลูกค้า และแจ้งสถานะของการขนส่งให้ลูกค้าทราบ



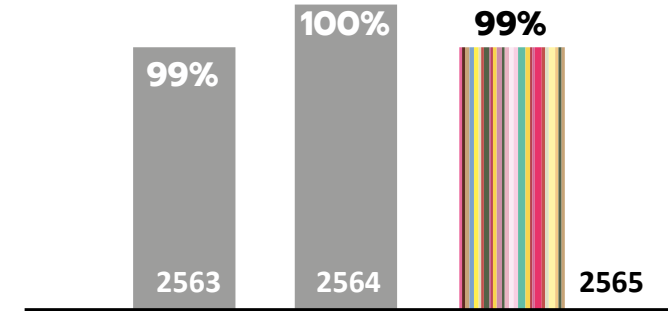
3 ด้านการจัดจำหน่าย

กำหนดแผนการจัดจำหน่ายในแต่ละประเทศ โดยการกำหนดกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า รวมทั้งประเมินความพึงพอใจของลูกค้าแลตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม

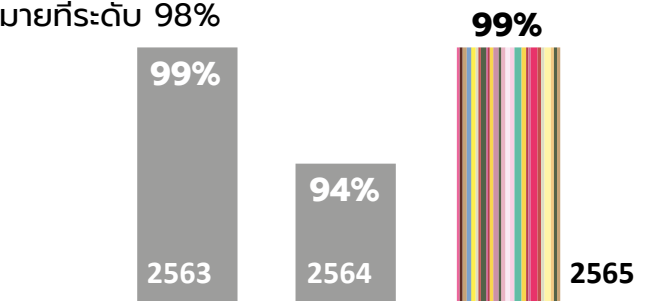


ผลการประเมินและเป้าหมายด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคระหว่างประเทศ

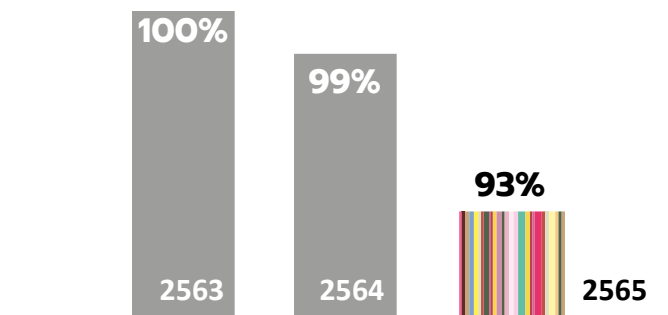
ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคระหว่างประเทศ
เป้าหมายที่ระดับ 100%



การบริการลูกค้าต่างประเทศ
เป้าหมายที่ระดับ 98%



การบริการลูกค้าเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
เป้าหมายที่ระดับ 95%



“

สร้างพนักงานให้มี
ศักยภาพ พัฒนา
พนักงานเพื่อรองรับ
การเติบโตของ
องค์กร เพื่อสร้าง
องค์กรที่เป็นเลิศใน
ด้านต่าง ๆ

”

ตติยา เอ็มชบุตร

ผู้อำนวยการฝ่าย
ทรัพยากรบุคคล



การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล

GRI 405-2, SDG 5, S3.1C

แนวทางการบริหารจัดการ

ทรัพยากรบุคคล หัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

นอกจากเงินทุน วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ และการบริหารจัดการด้านการดำเนินงานขององค์กรแล้ว การบริหารทรัพยากรที่
สำคัญมาก ๆ อีกอย่างหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ ก็คือ การบริหารทรัพยากรบุคคลนั่นเอง บุคคลที่มีศักยภาพและผูกพันกับองค์กร
ย่อมทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้องค์กรพัฒนาและเติบโตได้อย่างมีนัยสำคัญ การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลนี้จึงมี
ความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำให้องค์กรขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง หน้าที่ในการบริหารจัดการบุคคลนี้จึงต้องเป็น
ภารกิจสำคัญอย่างยิ่งสำหรับฝ่ายบริหาร ร่วมกับฝ่ายทรัพยากรบุคคล ซึ่งการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพนั้น
กลุ่มธุรกิจอาหารก็ให้ความสำคัญกับการวางแผนด้านทรัพยากรบุคคล และปรับกลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้
สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักขององค์กร ในขณะเดียวกัน กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ดำเนินตามแนวการปฏิบัติของกฎหมายแรงงานและ
กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อแสดงออกถึงการเคารพสิทธิมนุษยชน การให้เสรีภาพและความเสมอภาคเท่าเทียมกัน
รวมทั้งการแจ้งให้พนักงานทุกคนรับทราบและยึดถือเป็นแนวปฏิบัติด้านจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ยังคงดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการปรับ
แผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงในบริบททางสังคมและเศรษฐกิจ อีกทั้งมุ่งเน้นการ
เสริมสร้างและพัฒนารูปแบบการทำงาน สร้างโอกาสความก้าวหน้าของงาน ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์ค่าจ้าง ผลตอบแทน และ
สวัสดิการต่างๆ ของพนักงานอย่างเป็นธรรม เท่าเทียม และไม่เลือกปฏิบัติ

ผลการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล ปี 2565

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล พัฒนารูปแบบในการทำงาน และปรับระบบการ
ติดต่อสื่อสารภายในองค์กรให้มีความหลากหลาย เพื่ออำนวยความสะดวก และบริหารจัดการบุคลากรภายในองค์กรได้อย่าง
มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1. เพิ่มศักยภาพในการทำงานของพนักงานด้วยการยึดหลักปฏิบัติตามค่านิยมหลักขององค์กร (Core Values) ทั้ง 5 ข้อ
เพื่อยกระดับความรู้ ทักษะ และส่งเสริมความสามารถของพนักงานในทุกรูปแบบ
2. สร้างโอกาสและความก้าวหน้าในการทำงานของพนักงาน โดยการพัฒนาแนวคิด และรูปแบบในการทำงาน ส่งเสริมให้
พนักงานประยุกต์ใช้นวัตกรรมใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ
3. สรรหาบุคลากรที่มีศักยภาพในด้านต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรตามแผนกลยุทธ์ที่ได้วางไว้
4. สำรองระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (Employee Engagement) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและยกระดับ
ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างองค์กรแห่งความเป็นเลิศต่อไป

เป้าหมายด้านการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล ปี 2566-2569

การเสริมสร้างความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement) ในองค์กร โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความผูกพัน
ของพนักงาน ด้วยการวิเคราะห์ผลและกำหนดเป็นแผนงานสำหรับ 3 และ 5 ปีข้างหน้า เช่น การส่งเสริมบทบาทการบริหาร
ทรัพยากรบุคคลของผู้บริหารระดับต่างๆ และการปรับปรุงกระบวนการและระบบงานทรัพยากรบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับการ
ปฏิบัติงานและช่วงอายุของพนักงานที่หลากหลายในองค์กร รวมถึงการเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรในฝ่ายทรัพยากรบุคคลใน
การตอบสนองการบริการที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีต่อความสมดุลในการดำเนินงานของบุคลากร ทั้ง
ระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว

การเสริมสร้างพนักงานให้มีศักยภาพ การพัฒนาพนักงานเพื่อรองรับการเติบโตขององค์กร เพื่อสร้างองค์กรที่เป็นเลิศในด้าน
ต่าง ๆ รวมถึงการจัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งในตำแหน่งสำคัญ การคัดเลือกพนักงานกลุ่มศักยภาพ (Talent Staff)

และเสริมสร้างทักษะของพนักงานกลุ่มศักยภาพ (Talent Staff) นี้ให้เหมาะสมกับการพัฒนาเป็นผู้บริหารในอนาคต
ผ่านกลไกของ Career Management และมีการติดตามผลการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ

กระบวนการทำงาน การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล

การสรรหาทรัพยากรบุคคลและจัดการด้านแรงงาน (Recruitment and Staffing)

หนึ่งในหน้าที่หลักของงานบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ก็คือการสรรหาบุคลากรและจัดการด้านแรงงาน โดยเริ่มตั้งแต่การประเมินและวางแผนด้านกำลังพล การจัดสรรกำลังพลให้เหมาะสม การสรรหาบุคลากรเข้ามาทำงานในองค์กร โดยประเมินศักยภาพของผู้สมัครและจัดจ้างพนักงานที่ถูกต้องเหมาะสม รวมถึงมีกลยุทธ์ในการสรรหาบุคลากรที่ยอดเยี่ยมที่จะทำให้ได้บุคลากรที่ดีมีความสามารถ ตลอดจนมีศักยภาพเข้ามาร่วมงานและขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

อบรมและพัฒนาบุคลากร (Training and Development)

ทรัพยากรบุคคลในองค์กรต้องการพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ ภาวะกิจสำคัญของงานบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลก็คือ การอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเพิ่มสูงขึ้น ทั้งในด้านทักษะ องค์ความรู้ หรือแม้กระทั่งทักษะใหม่ๆ และทักษะในด้านอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรง แต่มุ่งเน้นที่การบริหารงานด้วย ซึ่งทุกสิ่งทุกอย่างนอกจากจะช่วยส่งเสริมศักยภาพของพนักงานแล้วก็ยังช่วยให้องค์กรมีศักยภาพมากขึ้นตามไปด้วย

การบริหารจัดการด้านอัตราค่าจ้าง (Payroll Management)

ฝ่ายทรัพยากรบุคคลเข้ามามีบทบาทในเรื่องการบริหารจัดการอัตราค่าจ้างเป็นอย่างมาก โดยไม่ใช่เพียงแค่การจ่ายเงินเดือนเท่านั้น แต่รวมถึงการดูแลระบบการจ่ายเงินเดือนไม่ให้มีปัญหา โดยใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ นอกจากนี้ยังรวมถึงการประเมินงบประมาณ อัตราค่าจ้าง การประเมินเงินเดือนให้แต่ละตำแหน่ง รวมไปถึงการบริหารจัดการด้านการเงินต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน เช่น ประกันสังคม ประกันสุขภาพ กองทุนต่างๆ ภาษี ค่าชดเชยในกรณีต่างๆ และอื่นๆ อีกมากมาย รวมถึงการต้องติดตามอัปเดตข้อมูลด้านนี้ตลอดเวลาทั้งในระดับบริษัทด้วยกัน ไปจนถึงนโยบายของรัฐบาลที่มีผลกระทบต่อองค์กร

การบริหารจัดการด้านประสิทธิภาพของการทำงาน (Appraisals and Performance Management)

ฝ่ายทรัพยากรบุคคลยังคงต้องคอยติดตามดูประสิทธิภาพของการทำงานของพนักงานแต่ละคน เพื่อตรวจสอบว่าได้คิดสรรคนเข้ามาทำงานได้ตรงตามที่องค์กรต้องการหรือไม่ มีประสิทธิภาพในการทำงานเพียงไร สมควรจะให้รางวัลหรือไม่ หรือสมควรจะส่งเสริมด้านใดให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นหรือเปล่า การประเมินผลนั้นนอกจากจะดูในเรื่องของประสิทธิภาพการทำงานที่ส่งผลต่อพนักงานหรือองค์กรแล้ว ก็ยังมีประโยชน์ต่อการประเมินอัตราจ้าง เงินรางวัล ประจำปี การเลื่อนตำแหน่ง หรือการเปลี่ยนสายงานได้อีกด้วย และองค์กรที่มีการประเมินผลการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้เห็นว่าการประเมินผลนั้นมีศักยภาพในระดับใด ควรปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องตรงจุดไหนด้วย เพื่อเพิ่มศักยภาพองค์กรให้สูงยิ่งขึ้นต่อไป

แรงงานสัมพันธ์ (Employee Relation)

ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจำเป็นต้องประสานความสัมพันธ์ของแรงงานในส่วนต่างๆ ให้ดี แรงงานสัมพันธ์ หมายความว่าความรวมถึงการเชื่อมความสัมพันธ์ในองค์กรให้เกิดความรักความสามัคคีในการทำงานด้วย และหากพนักงานเกิดความร่วมมือกันเป็นอย่างดี องค์กรย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จสูงตามไปด้วย ดังนั้นการให้ข้อมูลที่โปร่งใสกับแรงงาน ไปจนถึงการประสานเรื่องแรงงานกับหน่วยงานภายนอก เพื่อให้องค์กรไม่เกิดปัญหาในเรื่องนี้ขึ้น ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจึงควรที่จะเสริมสร้างความสัมพันธ์ของคนในองค์กร และไม่ควรรสร้าง ความแตกแยกให้เกิดขึ้นในองค์กร

การแก้ปัญหาและลดความขัดแย้ง (Conflict Resolution)

ในแต่ละองค์กรต่างก็มีความหลากหลายของบุคลากร ตลอดจนมีพื้นฐานการศึกษาที่แตกต่างกัน ฉะนั้นจึงไม่ใช่สิ่งแปลกที่จะทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างกันได้ ทั้งความขัดแย้งในเรื่องส่วนตัวไปจนถึงความขัดแย้งในเรื่องงาน การเข้าไปช่วยลดปัญหาและแก้ปัญหาเมื่อเกิดวิกฤติต่างๆ เหล่านั้น โดยเฉพาะปัญหาที่สามารถใช้ระบบ ตลอดจนบริการต่างๆ แก้ได้ เช่น การกู้เงินฉุกเฉิน ประกันอุบัติเหตุ หรือแม้แต่การช่วยเหลือเรื่องสิทธิในการลาจากกรณีต่างๆ เป็นต้น ก็ถือเป็นหน้าที่ของฝ่ายทรัพยากรบุคคลเช่นกัน



การดูแล และการรักษาพนักงานของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ให้ความสำคัญต่อการดูแลและรักษาพนักงานที่มีประสิทธิภาพให้นานที่สุด เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความก้าวหน้าและประสบความสำเร็จทางธุรกิจ โดยยกระดับงานบริหารทรัพยากรบุคคลให้สามารถรองรับการขยายธุรกิจ และเป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมทั้งนำคุณค่าหลักขององค์กร (Core Value) เข้ามาเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ทางธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ซึ่งกลุ่มธุรกิจอาหารฯ เน้นการให้ความรู้ และเพิ่มทักษะในการดำเนินงาน จากการพัฒนาและฝึกอบรม รวมทั้งการประเมินผลงานให้สอดคล้องกับการให้ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมกับพนักงานทุกคน อย่างไรก็ตามกลุ่มธุรกิจอาหารฯ สร้างความผูกพันของพนักงานกับองค์กร และมุ่งมั่นที่จะพัฒนาปรับปรุงการบริหารทรัพยากรบุคคลให้พนักงานมีความก้าวหน้าในงาน เพื่อให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานซึ่งเป็นกลไกสำคัญ ในการผลักดันให้เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปี 2565 บริษัทฯ มีการปรับแผนกิจกรรมด้านการพัฒนาความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 และการปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงาน

ในช่วงปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้ดำเนินการสำรวจความผูกพันของพนักงาน Employee Engagement Survey (EES) ที่มีต่อองค์กร พบว่าพนักงานมีความผูกพันกับองค์กรที่ระดับ 69% ซึ่งสูงกว่าครั้งที่ผ่านมาที่อยู่ที่ระดับ 66% แต่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความผูกพันของประเทศไทยที่อยู่ที่ระดับ 71% และในปี 2565 มีจำนวนพนักงานลาออกจากการงานโดยสมัครใจ (Turnover rate) คิดเป็นร้อยละ 25.28 ซึ่งมีอัตราเพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.93 เมื่อเทียบกับปีก่อน

การอบรมและพัฒนาพนักงาน GRI 404, SDG 4, S4.10, S4.2C, S4.3C

นโยบายการฝึกอบรมและการพัฒนาศักยภาพพนักงาน

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกคนทุกระดับให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น โดยกำหนดแผนการฝึกอบรมในหลักสูตรบังคับ หรือหลักสูตรที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน รวมทั้งการสัมมนา การจัดกิจกรรมการฝึกอบรม เพื่อยกระดับและพัฒนาศักยภาพความสามารถในการทำงานของบุคลากรในทุกด้านโดยเฉพาะหลักสูตรการฝึกอบรม การสัมมนา ภายในและภายนอกกลุ่มธุรกิจอาหารฯ เกี่ยวกับความรู้ทางด้านเทคนิคใหม่ๆ เฉพาะด้านที่จำเป็นต่อกระบวนการทำงาน ทำให้พนักงานมีความสุขกับการทำงาน และทำให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีบุคลากรที่มีคุณภาพ เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต เพื่อพนักงานโดยแบ่งการฝึกอบรมเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. หลักสูตรด้านการบังคับบัญชา/การจัดการ

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กำหนดแผนในการพัฒนาผู้บริหารระดับกลางและระดับสูงในทุกด้าน ยกกระดับความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างมีประสิทธิภาพ และทักษะการเพิ่มคุณค่าของงาน รวมทั้งการบริหารจัดการธุรกิจสู่ความยั่งยืนต่อไป



ผลการดำเนินงานและเป้าหมายการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกคน ทุกระดับ ให้มีความรู้ความสามารถ โดยกำหนดแผนการฝึกอบรมในหลักสูตรบังคับ หรือหลักสูตรที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีการพัฒนาศักยภาพความสามารถในการทำงาน และทำให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีบุคลากรที่มีคุณภาพ เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต โดยในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จัดหลักสูตรอบรมพนักงาน เพื่อเพิ่มทักษะและศักยภาพในการทำงาน จำนวน 84 หลักสูตร คิดเป็นจำนวนชั่วโมงอบรม หรือกิจกรรมพัฒนาความรู้เฉลี่ย 11.43 ชั่วโมงต่อคนต่อปีจากเป้าหมาย 6 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

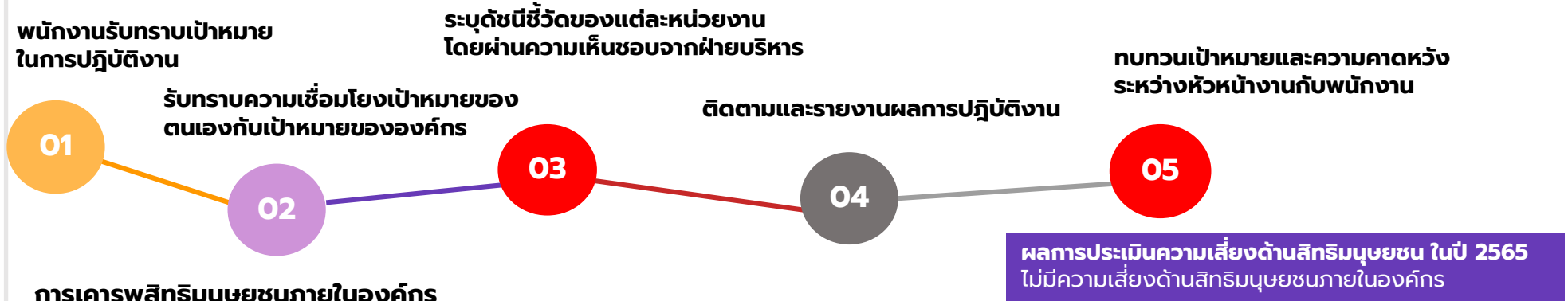
2. หลักสูตรทั่วไปสำหรับพนักงานในแต่ละระดับ

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กำหนดนโยบายการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อส่งเสริมศักยภาพความสามารถในด้านต่างๆ ดังนี้ หลักสูตรด้านพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน หลักสูตรด้านการบริหารจัดการ และหลักสูตรด้านความปลอดภัยในการทำงาน

3. หลักสูตรส่งเสริมทักษะด้านอื่นๆ

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ คิดค้นหลักสูตรอบรมใหม่ เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานในการทำงานเป็นทีม หลักสูตรพัฒนาทักษะต่างๆ เป็นต้น

กลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ มีระบบสำหรับ “ประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี” ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวัดผลการดำเนินงานของพนักงานด้วยความยุติธรรม และเปรียบเทียบผลประเมินรายบุคคลและหน่วยงาน โดยจะมีการนำผลการประเมินมาพัฒนาศักยภาพพนักงาน และพิจารณาค่าตอบแทนและเงินรางวัลประจำปี ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ โดยมีขั้นตอนการประเมินผลการปฏิบัติงาน ดังนี้



การเคารพสิทธิมนุษยชนภายในองค์กร

นโยบายเคารพในสิทธิมนุษยชน โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติต่อพนักงาน

1. การให้สิทธิมนุษยชนต่อพนักงานสตรี ผู้พิการ เด็ก ชนพื้นเมืองหรือท้องถิ่น ผู้อพยพ แรงงานอพยพและครอบครัว และกลุ่มที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ
2. สิทธิในการเป็นพลเมืองและสิทธิทางการเมือง เช่น สิทธิการดำรงชีวิตพื้นฐาน สิทธิในการแสดงความคิดเห็นและการแสดงออก สิทธิและเสรีภาพในการชุมนุมและสมาคมอย่างสงบ การแสวงหา รับรู้และแจ้งข้อมูล และความคิดเห็นผ่านสื่อต่าง ๆ โดยไม่คำนึงถึงเชื้อชาติ รวมถึงสิทธิที่จะเข้าถึงกระบวนการและรับฟังการชี้แจงก่อนที่จะมีการตัดสินโทษทางวินัย ซึ่งการดำเนินการทางวินัยดังกล่าว จะมีการกำหนดให้เป็นไปอย่างเหมาะสมด้วย
3. สิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน โดยการให้เสรีภาพแก่พนักงานในการสมาคมและการรวมกลุ่มเพื่อการเจรจาต่อรอง การไม่เข้าร่วมหรือหาผลประโยชน์จากแรงงานบังคับ การให้โอกาสที่เท่าเทียมกันและการไม่เลือกปฏิบัติ
4. การปฏิบัติด้านแรงงานเป็นไปอย่างเหมาะสม โดยพนักงานจะได้รับโอกาสที่เท่าเทียมกันและไม่เลือกปฏิบัติ
5. ดูแลสอดส่องให้การจ่ายผลตอบแทนและจัดสวัสดิการต่างๆ เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและเป็นธรรมแก่พนักงาน รวมถึงการสร้างสถานที่ทำงานและบรรยากาศในการทำงานที่น่าทำงานและน่าอยู่สำหรับพนักงาน
6. เคารพในการสานเสวนาทางสังคมของพนักงาน ซึ่งรวมถึงการยอมรับความสำคัญในการสานเสวนา และไม่ขัดขวางพนักงานในการจัดตั้งหรือรวมกลุ่มเพื่อการเจรจาต่อรอง และการดำเนินการเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่อจ้างงานของพนักงาน
7. ดูแลให้พนักงานมีสุขภาพดีและความปลอดภัยในการทำงาน โดยการจัดมาตรฐานด้านสุขภาพ
8. ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมการทำงาน การจัดหาอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคลที่จำเป็น การบันทึกการสอบสวนและการแก้ปัญหาด้านสุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อกำหนดด้านความปลอดภัยให้พนักงานทราบและสามารถปฏิบัติตามขั้นตอนที่ถูกต้อง
9. ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงาน โดยให้โอกาสพนักงานอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ การพัฒนาความรู้ทักษะเพิ่มเติมเมื่อมีการเปลี่ยนตำแหน่งงาน และให้ความรู้ทางด้านการบริหารเพื่อเพิ่มศักยภาพ เพื่อการเติบโตในสายงาน และเพื่อให้พนักงานสามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการดูแลแรงงานเด็กให้มีความสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตอย่างเหมาะสม
10. ดูแลให้พนักงานมีความปลอดภัยในการมาปฏิบัติงานหากมีความขัดแย้งหรือขาดเสถียรภาพทางการเมืองอย่างรุนแรงที่ส่งผลต่อธุรกิจหรือความปลอดภัยของพนักงาน

“ การพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดี ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน จะช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ”

จุดพล ผ่องแผ้ว
หัวหน้าแผนกความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

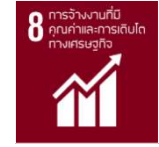


ความเป็นอยู่ที่ดี อาชีวอนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน

GRI 403, SDG 3, SDG 8, S5.10, S5.2C

แนวทางการบริหารจัดการ

นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
ความปลอดภัยในโรงงาน



1. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะปฏิบัติตามกฎหมายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
2. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะดำเนินการปรับปรุงและป้องกันอันตรายทุกรูปแบบทันที เมื่อพบว่าอยู่ในภาวะเสี่ยงที่ยอมรับไม่ได้
4. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะส่งเสริมสนับสนุนการฝึกอบรมและกิจกรรมด้านความปลอดภัย เพื่อจูงใจให้พนักงานมีจิตสำนึกด้านความปลอดภัย รวมทั้งสนับสนุนทรัพยากรให้เพียงพอต่อการดำเนินการด้านความปลอดภัย
5. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะกำหนดให้หน้าที่ด้านความปลอดภัย เป็นของพนักงานทุกระดับและสนับสนุนการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย
6. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จะจัดให้มีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายอย่างต่อเนื่อง

อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

1. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ตรวจสอบสภาพพนักงานประจำทุกปี และกำหนดมาตรการในการลดจำนวนพนักงานที่เป็นโรค Non-Communicable Diseases (NCDs)
2. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพให้กับพนักงาน
3. กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงานให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานกำหนด

การดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในปี 2565

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ กำหนดนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน พัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง และตรวจสอบสถานที่ปฏิบัติงาน เครื่องจักรให้พร้อมใช้งาน และปลอดภัยต่อพนักงาน จัดให้มีการชั่งบ่งอันตรายและประเมินความเสี่ยง เพื่อจัดการความเสี่ยง รวมทั้งจัดทำคู่มือความปลอดภัยในการทำงานสำหรับอบรมพนักงานเข้าใหม่ จัดทำแผนงานประจำปีด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยในการทำงาน กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ให้ความสำคัญด้านการดูแลสุขภาพชีวิต และสุขภาพของพนักงานอย่างเหมาะสม จัดสวัสดิการต่างๆ อาทิ การตรวจสอบสุขภาพประจำปี ค่ารักษาพยาบาล กำหนดมาตรการในการเฝ้าระวังและป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 เป็นต้น



การสร้างเสริมความปลอดภัยในโรงงาน ปี 2565

จัดให้มีการฝึกซ้อมและตอบโต้เหตุฉุกเฉินประจำปี (สารเคมี/Boiler/ไฟไหม้)



จัดให้มีการอบรมด้านความปลอดภัยในการทำงาน (อับอากาศ รถยก)



จัดให้มีการทดสอบอุปกรณ์ตอบโต้เหตุฉุกเฉิน



จัดให้มีการจัดทำกิจกรรม 5ส



จัดให้มีการตรวจวัดสภาพแวดล้อมอันเนื่องมาจากการทำงาน และ สิ่งแวดล้อมนอกโรงงาน



ผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยในการทำงาน ปี 2565

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ มีการเกิดอุบัติเหตุที่ทำให้พนักงานบาดเจ็บในระหว่างการทำงานถึงขั้นหยุดงาน จำนวน 2 ราย

เป้าหมายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปี 2566-2568

- Safety - Serious Case Accident (Stop working over 3 days) 0 Case
- อัตราความถี่ในการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน; Incident rate of Lost Time Accident (LTA.) 0.00(Index)
- อัตราความรุนแรงอุบัติเหตุจากการทำงาน; Incident rate of Day Lost Time (DLT.) 0.00(Index)

การพัฒนาและสนับสนุนชุมชน

GRI 413, SDG 8, SDG 10, SDG 17

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ดำเนินธุรกิจ ด้วยความยึดมั่นในเรื่องความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม ปฏิบัติหน้าที่เป็นพลเมืองดีที่อยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างเต็มภาคภูมิ และปลูกฝังแนวความคิดดังกล่าวให้กับพนักงานทุกคนยึดถือแนวปฏิบัติและกำหนดให้เป็นบรรทัดฐานเดียวกัน ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการกำหนดรูปแบบการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ เพื่อลดผลกระทบเชิงลบต่อคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคมโดยรอบโรงงานและสถานประกอบการ กำหนดแนวทางในการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างจริงจัง ปฏิบัติงานอย่างรับผิดชอบต่อทั้งต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม

นโยบายความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม

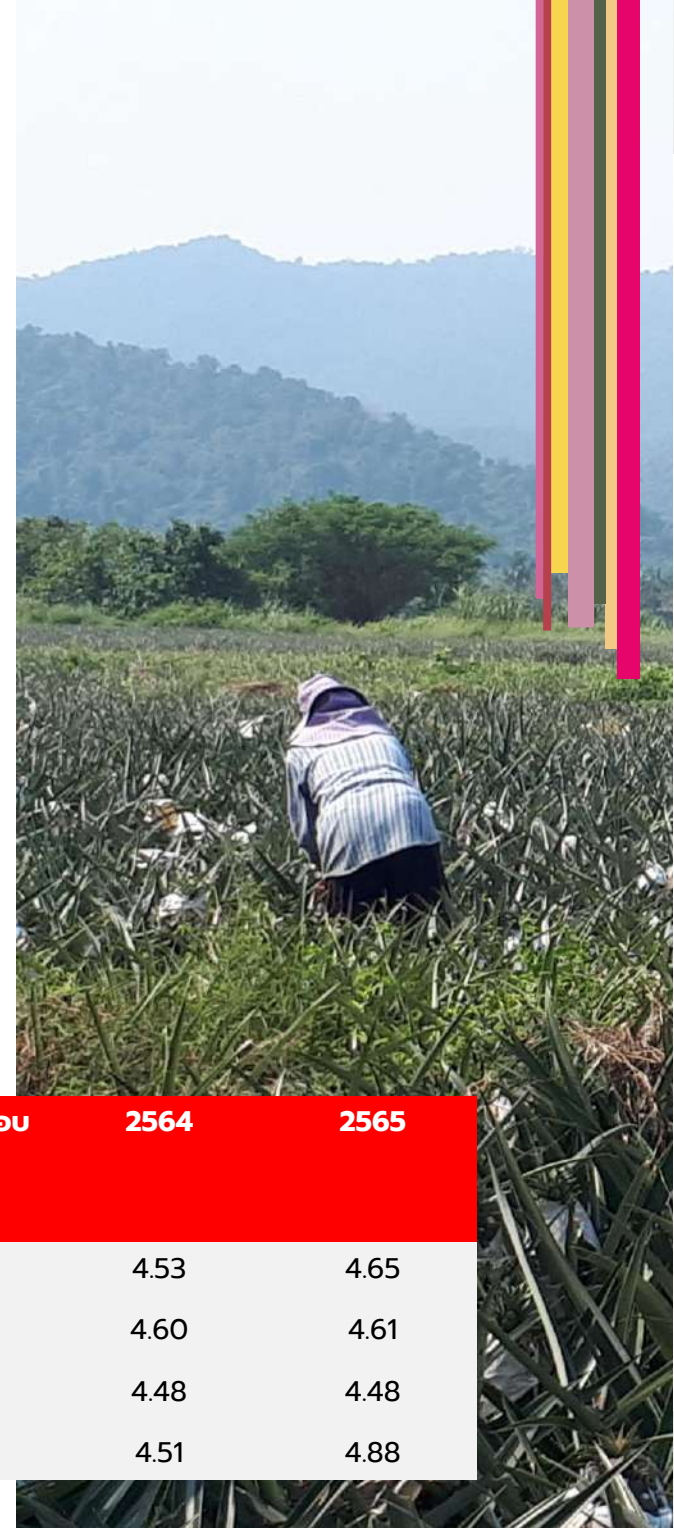
1. สนับสนุนให้มีการร่วมปรึกษาหารือกับตัวแทนของกลุ่มชุมชนอย่างเป็นระบบในการตัดสินใจลงทุนในกิจกรรมการพัฒนาชุมชน
2. ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาในทุกๆระดับ และเข้าร่วมในกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพ และการเข้าถึงการศึกษา และส่งเสริมความรู้ในท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการศึกษาของเด็ก รวมถึงการส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและขนบประเพณีท้องถิ่น
3. ส่งเสริมให้มีการสร้างงานและการพัฒนาทักษะของคนในระดับท้องถิ่นเพื่อการสร้างงานอย่างเหมาะสม
4. ส่งเสริมการเข้าร่วมหารือ ประชุม เพื่อให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับชุมชน
5. ส่วนร่วมในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยการชำระภาษีท้องถิ่น และให้ข้อมูลที่จำเป็นอย่างถูกต้องแก่ชุมชนและหน่วยงานราชการ
6. ดำเนินงานเพื่อลด หรือขจัดผลกระทบด้านลบต่อสุขภาพ อันเกิดจากกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ รวมถึงการสนับสนุนการมีสุขภาพที่ดี และการจัดบริการสุขภาพพื้นฐาน เช่น การจัดหาน้ำสะอาด เป็นต้น
7. การลงทุนทางธุรกิจนั้น จะคำนึงถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนก่อน โดยหลีกเลี่ยงหรือลดการดำเนินงานที่ชุมชนต้องพึ่งพากิจกรรมการบริจาคมที่ไม่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

1. นำเสนอเพื่อพิจารณาให้การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมสำหรับหน่วยงานราชการและชุมชนในแต่ละพื้นที่ที่สังกัด
2. ประสานงานและดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมตามงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ
3. ดูแล สอดส่อง และนำเสนอกิจกรรมเพื่อให้การจัดการด้านสังคมของโรงงานเป็นไปตามข้อกำหนดกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง
4. เป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมด้านสังคมผ่านสื่อท้องถิ่น
5. จัดทำแผนกิจกรรมประจำปี และเสนองบประมาณดำเนินการสำหรับโครงการสนับสนุนด้านสังคม
6. กิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีด้านสังคมของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ ตามที่ได้รับมอบหมาย

ผลการดำเนินงานด้านการการพัฒนาและสนับสนุนชุมชน ปี 2565

คณะทำงานเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมจัดประชุม เพื่อการวางแผนดำเนินกิจกรรมติดตามงาน และรายงานผลการดำเนินกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมให้ฝ่ายบริหารทราบอย่างสม่ำเสมอ โดยในปี 2565 จัดกิจกรรมสนับสนุนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ และสิ่งของต่างๆ ให้แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนใกล้เคียง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยมีรายละเอียดการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้



ความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงาน	2564	2565
โดยเฉลี่ย	4.53	4.65
โรงงานผลิตผลไม้แปรรูป	4.60	4.61
โรงงานผลิตน้ำแร่	4.48	4.48
โรงงานผลิตน้ำผลไม้กับโกโก้	4.51	4.88

ด้านสังคม

ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจอาหารฯ จัดกิจกรรม สนับสนุนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจอาหารฯ โดยสนับสนุนผลิตภัณฑ์น้ำดื่มและน้ำผลไม้สำหรับ กิจกรรมการบริจาคโลหิต สภากาชาดไทย และ สิ่งของต่างๆ ให้แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ใกล้เคียง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมการ มีส่วนร่วมกับชุมชน เช่น สถานสงเคราะห์เด็กหญิง บ้านราชวดี สภากาชาดไทย มูลนิธิอนุเคราะห์คนหู หนวกในพระบรมราชูปถัมภ์ โรงเรียนสอนคนตา บอด กรุงเทพฯ มูลนิธิรามาริบดีโรงพยาบาลสงขล เป็นต้น



ด้านสิ่งแวดล้อม

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ สนับสนุนบริจาคขยะเป็น กระสอบน้ำตาลทราย 100 ใบ และร่วมสนับสนุน ของรางวัลให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในกิจกรรมร่วมงาน ทอดผ้าป่าสามัคคีขยะรีไซเคิล

ด้านการศึกษา

กลุ่มธุรกิจอาหารฯ สนับสนุนผลิตภัณฑ์น้ำแร่ออราและ งบประมาณ เพื่อร่วมจัดกิจกรรมของโรงเรียนใน ชุมชน อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ สนับสนุน ข้าวสารให้กับโรงเรียนบ้านบึง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในกิจกรรมโครงการอาหารกลางวัน ในปี 2565



โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไร่สับปะรด

จุดเริ่มต้นของโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไร่สับปะรดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

รากฐานและจุดเริ่มต้นของกลุ่มธุรกิจอาหารกิปโก้ คือ การผลิตสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออก ดังนั้นกลุ่มธุรกิจอาหารฯ จึงมีความมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะช่วยเหลือเกษตรกรในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไร่สับปะรด ทำให้สามารถฝ่าฟันและแก้ไขปัญหาดังกล่าว จนประสบความสำเร็จได้ ด้วยความมุ่งมั่นดังกล่าว คณะผู้บริหารจึงดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไร่สับปะรดด้วยการรับซื้อสับปะรดในราคาที่ สามารถแข่งขันได้ในตลาดซื้อ-ขายผลิตภัณฑ์จากสับปะรดโลก โดยราคาซื้อสับปะรดยังคงสูงกว่าต้นทุนการปลูกสับปะรดของเกษตรกรใน สัตยา และชดเชยส่วนต่างราคาด้วยสวัสดิการส่วนเพิ่มให้แก่เกษตรกรในระยะเวลา 3 ปี

ปัญหาด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไร่สับปะรดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เนื่องด้วยสถานการณ์ปริมาณผลิตภัณฑทางการเกษตรมีความไม่แน่นอนจากการปรับตัวของอุปสงค์และอุปทาน (Demand-Supply) ของตลาด ส่งผลให้เกิดความผันผวนของราคาขายผลผลิตอย่างสับปะรดและตามมาด้วยความไม่แน่นอนของรายได้ของเกษตรกร โดยเฉพาะในช่วงที่ราคาขายต่ำและต้นทุนในการเพาะปลูกสูงขึ้น ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงเล็งเห็นและให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตและเพื่อเป็นการลด ผลกระทบในด้านราคาขายสับปะรดของเกษตรกรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และได้จัดตั้งโครงการนี้ขึ้น

แนวทางปฏิบัติและดำเนินการจัดทำโครงการ

- **ชี้แจงโครงการและรับสมัครสมาชิกเข้าร่วมโครงการ ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า**
 1. พุดคุยกับชาวไร่ประมาณ 60-100 ราย ที่จะส่งวัตถุดิบในราคาและปริมาณที่คาดการณ์ได้ล่วงหน้า
 2. คัดเลือกชาวไร่ที่ประเมินว่ามีศักยภาพและสนใจในวิธีการซื้อขายรูปแบบใหม่ โดยการกำหนด เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย ระบุ รายชื่อ และรายละเอียดเกษตรกร ได้แก่ ขนาดพื้นที่ปลูก, ปริมาณการส่งผลผลิต และคุณภาพผลผลิต
 3. สัมภาษณ์ความคิดเห็นของชาวไร่กลุ่มเป้าหมาย สอบถามความคิดเห็นตามรายการคำถามและรายละเอียดสัญญาในรูปแบบใหม่ พร้อมทั้ง สัมภาษณ์ที่ชาวไร่ต้องการนำเข้าสู่โครงการเพื่อประเมินเบื้องต้นในเรื่องปริมาณผลผลิตต่อไร่จากข้อมูลภูมิศาสตร์และอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการปลูกปกติ
 4. สรุปจำนวนเกษตรกรที่จะเข้าร่วมและปริมาณสับปะรดที่คาดว่าจะได้ในแต่ละรูปแบบการจัดซื้อ
- **กำหนดราคาซื้อสับปะรดและสวัสดิการที่สมาชิกจะได้รับตลอดช่วงระยะสัญญา**
 1. จัดทำสรุปเงื่อนไขและผลตอบแทนสำหรับสัญญาซื้อขาย จัดทำเงื่อนไขและผลตอบแทนและรายการคำถาม (Checklist) สำหรับสำรวจ ความคิดเห็นและข้อมูลส่วนตัวของชาวไร่ เช่น ครอบครัว จำนวนบุตร
 2. ประเมินจำนวนชาวไร่แต่ละประเภทสัญญา ค่าใช้จ่าย และผลตอบแทนตามจำนวนชาวไร่ที่ประเมินได้
- **สมาชิกลงนามในสัญญา พร้อมรายละเอียดพื้นที่ปลูก ฯลฯ**
 1. จำนวนเกษตรกรที่สนใจเข้าร่วมโครงการ 277 รายจากผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมด 355 ราย
 2. จำนวนแปลงที่สนใจเข้าร่วมโครงการ 8,143 ไร่ คิดเป็นจำนวนผลผลิตสับปะรด 48,858 ตัน

สิทธิประโยชน์สำหรับชาวไร่สับปะรดที่เข้าร่วมโครงการ

สิทธิประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ

1. ได้รับสิทธิในการซื้อปัจจัยและอุปกรณ์การเพาะปลูกในราคาพิเศษ
2. เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาศักยภาพให้กับบุตรสมาชิก
3. ได้รับทุนการศึกษาบุตรและทายาทสมาชิก ในระดับอนุบาล – มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. ปวส. และปริญญาตรี โดยไม่มีเงื่อนไขเกรดเฉลี่ย
4. ได้รับสิทธิซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ที่จัดจำหน่ายในราคาพนักงาน



สิทธิประโยชน์ด้านสังคม

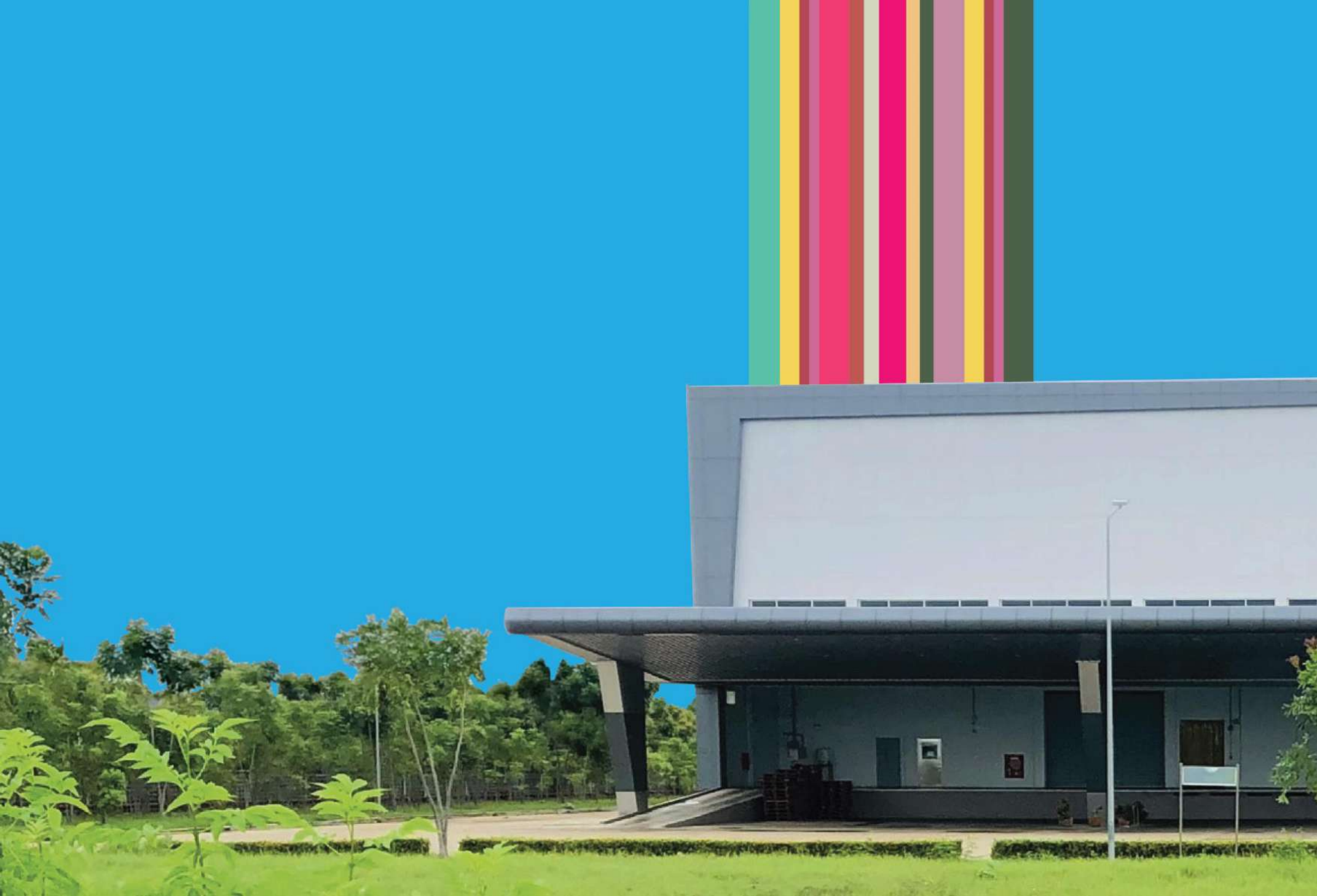
1. บุตรสมาชิกจะได้รับสิทธิในการเข้าฝึกงานในบริษัท ทิปโก้ โพนีแอปเปิ้ล จำกัด
2. สมาชิกได้รับสิทธิตรวจสุขภาพประจำปี รวม 2 ท่าน/สัญญา
3. ได้รับสิทธิใช้บริการพื้นฐานจากห้องพยาบาลของโรงงาน
4. ได้รับสิทธิเข้าใช้ห้องรับรองสมาชิก ณ บริเวณสำนักงานฝ่ายวัตถุดิบ ขณะรอส่งผลผลิต
5. ได้รับสิทธิเข้าร่วมกิจกรรมด้านต่างๆ ที่กลุ่มธุรกิจอาหารฯ อาจจัดให้มีขึ้นในอนาคต



ประโยชน์ที่กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ได้รับจากการทำโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไร่สับปะรด

ในปัจจุบัน สถานการณ์ปริมาณผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีความไม่แน่นอนจากการปรับตัวของอุปสงค์และอุปทาน (Demand-Supply) ของตลาดโลก ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ ประสบปัญหาเรื่องความผันผวนของราคาวัตถุดิบและปริมาณผลผลิต ดังนั้นการจัดทำโครงการรับซื้อสับปะรดจากชาวไร่ที่เข้าร่วมโครงการดังกล่าวทำให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ สามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ ปริมาณสับปะรดเข้าโรงงาน และต้นทุนการผลิตได้บางส่วน ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจอาหารฯ สามารถบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และสต็อกของสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มธุรกิจอาหารฯ และชาวไร่โดยรอบโรงงาน ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนและพัฒนาธุรกิจสู่ความมั่นคงและยั่งยืนได้ในอนาคต







ผลการดำเนินการ ด้านความยั่งยืนประจำปี 2565



ผลการดำเนินการด้านความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ



การพัฒนา**ด้านเศรษฐกิจ**โดยมุ่งเน้นการนำ**นวัตกรรม** ที่จะมาเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและส่งเสริมธรรมาภิบาลในองค์กร



ข้อมูลการดำเนินการ	2562	2563	2564	2565	GRI Standards	ประเด็นในปี 2565
การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน Sustain Economic Growth (เป้าหมาย SDGs 8.1)						
รายได้จากการขาย (ล้านบาท)	3,687	2,500	2,428	2,896	201-1	ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ
กำไรสุทธิสำหรับปี (ล้านบาท)	208	482	428	280	201-1	ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ
EBITDA (ล้านบาท)	533	864	850	631	201-1	ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ
ผลประโยชน์ของพนักงาน ประกอบด้วยเงินเดือน ค่าจ้างสวัสดิการ ค่าใช้จ่ายโครงการสมทบเงิน และ โครงการผลประโยชน์ที่กำหนดไว้ (ล้านบาท)	597	475	327	427	201-1	การดูแล และการรักษาพนักงานของกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ ความ เป็นอยู่ที่ดี อาชีวอนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน
ต้นทุนในการดำเนินงาน (ล้านบาท)	4,157	2,877	2,592	3,259	201-1	ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ
เงินปันผลจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) (ล้านบาท)	164	453	372	371	201-1	ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ
ดอกเบี้ยจ่าย (ล้านบาท)	70	51	38	43	201-1	ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ
ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาลและหน่วยงานราชการท้องถิ่น เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีบำรุงท้องถิ่น ภาษีโรงเรือน (ล้านบาท)	(14)	3	(15)	(38)	201-1	ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ

ผลการดำเนินการด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม



การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการนำความรู้ ความคาดหวัง ความตั้งใจ ในการลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ผสานกับ ดิจิทัลเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมการเติบโตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน



ข้อมูลการดำเนินการ	2562	2563	2564	2565	GRI Standards	ประเด็นในปี 2565
การใช้น้ำ (Water Management) (เป้าหมาย SDGs 6.5)						
ปริมาณการใช้น้ำ (ล้านลูกบาศก์เมตร)	1.13	0.73	0.86	0.86	303-1	การบริหารจัดการน้ำ
ขยะ ของเสีย (Effluents and Waste Management) (เป้าหมาย SDGs 6.5)						
ขยะ ของเสียจากการดำเนินงาน (ตัน)	26,816	6,506	13,507	15,258	306-2	การบริหารจัดการขยะและของเสีย
การใช้พลังงาน (Energy Management) (เป้าหมาย SDGs 6.5)						
การใช้พลังงานทั้งหมด (กิกะจูล)	25.98	18.29	19.93	19.79	302-1	การบริหารจัดการพลังงาน
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Management) (เป้าหมาย SDGs 6.5)						
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์)	41.68	23.33	10.31	18.19	305-1	การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

ผลการดำเนินการด้านความยั่งยืนด้านสังคม



การพัฒนา**ด้านสังคม**โดยมุ่งเน้นการสร้าง**ความไว้วางใจและการสร้างความร่วมมือ** เพื่อเป็นการเข้าถึงเพื่อเพิ่มและพัฒนาศักยภาพของชุมชนมนุษย์ สร้างความยุติธรรมและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม รวมทั้งเสริมสร้างเสถียรภาพขององค์กร เพื่อการพัฒนาสู่ความมั่นคงและความยั่งยืน



ข้อมูลการดำเนินการ	2562	2563	2564	2565	GRI Standards	ประเด็นในปี 2564
การบริหารจัดการพนักงาน						
จำนวนพนักงานแยกตามเพศ						
พนักงานหญิง (คน)	955	629	895	976	405-1	การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล
พนักงานชาย (คน)	1,373	942	600	639	405-1	
พนักงานทั้งหมด (คน)	2,328	1,572	1,495	1,615	405-1	
จำนวนพนักงานแยกตามพื้นที่						
สำนักงานใหญ่ กรุงเทพฯ	311	243	243	246	405-1	การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล
เชียงใหม่	90	73	66	70	405-1	
เพชรบูรณ์	29	19	18	15	405-1	
พระนครศรีอยุธยา	411	312	282	290	405-1	
ประจวบคีรีขันธ์	1,487	925	886	960	405-1	
จำนวนพนักงานแยกตามระดับ						
พนักงานระดับผู้บริหาร	86	63	74	71	405-1	การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล
พนักงานระดับปฏิบัติการ	2,242	1,509	1,421	1263	405-1	
จำนวนพนักงานผู้พิการหรือกลุ่มผู้ด้อยโอกาสอื่น ๆ						
พนักงานผู้พิการ	13	2	7	10	405-1	
การพัฒนาพนักงาน						
จำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยของการฝึกอบรม (ชั่วโมงต่อคนต่อปี)	32.5	18.2	31	11.43	404-1	การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน

ข้อมูลการดำเนินการ	2562	2563	2564	2565	GRI Standards	ประเด็นในปี 2564
การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงาน						
การใช้เป้าหมายที่สามารถวัดได้และที่ได้รับการ ลงร่วมกันกับผู้บังคับบัญชา/หัวหน้างาน (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	100%	100%	100%	100%	401	การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน						
จำนวนพนักงานที่เจ็บป่วยจากการทำงาน (คน)	0	0	0	0	403-2	ความเป็นอยู่ที่ดี อาชีวอนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน
อัตราพนักงานที่เจ็บป่วยจากการทำงาน (%)	0%	0%	0%	0%	403-2	
อัตราการขาดงานจากการทำงาน						
อัตราการขาดงานถึงขั้นหยุดงาน (คน)	0	0	5	2	403-2	ความเป็นอยู่ที่ดี อาชีวอนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน
การเสียชีวิต						
พนักงานที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุในการ ปฏิบัติงาน (คน)	0	0	0	0	403-2	ความเป็นอยู่ที่ดี อาชีวอนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน
การตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค						
ความพึงพอใจของลูกค้า						
ความพึงพอใจของลูกค้าต่างประเทศ (%)	96%	99%	99%	99.4%	102-43	มุ่งเน้นตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค
การพัฒนาและสนับสนุนชุมชน						
ความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงาน (คะแนนเต็ม 5)						
โรงงานผลิตน้ำผลไม้แปรรูป	4.63	4.62	4.60	4.61	413	การพัฒนาและสนับสนุนชุมชน
โรงงานผลิตน้ำแร่	4.30	4.24	4.48	4.48	413	
โรงงานผลิตน้ำผลไม้กับโกโก้	4.46	4.51	4.51	4.80	413	
ความพึงพอใจของชุมชนรอบโรงงาน โดยเฉลี่ย	4.46	4.45	4.53	4.63	413	

แบบสอบถามเพื่อร่วมปรับปรุง รายงานความยั่งยืนในปี 2566



ตอบแบบสอบถามเพื่อร่วมปรับปรุงรายงานความยั่งยืน

ท่านสามารถตอบแบบสอบถามความ
คิดเห็น โดยการสแกน QR Code



ความคิดเห็นที่ได้จากผู้อ่านจะนำมาปรับเนื้อหาและรูปแบบการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนในปีต่อไป (2566)

โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง และเขียนแสดงความคิดเห็นของท่าน

1. ผู้อ่านรายงานความยั่งยืน 2565 เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทในกลุ่มใด

- ผู้บริโภค/ลูกค้า ผู้บริหาร/พนักงาน ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน/นักวิเคราะห์
 คู่ค้า/พันธมิตร ผู้จัดการจำหน่าย หน่วยงานภาครัฐ
 ชุมชน สังคม สื่อมวลชน อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ท่านได้รับรายงานความยั่งยืน 2565 จากช่องทางใด

- เว็บไซต์ของบริษัท การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี
 งานสัมมนา/บรรยาย การติดต่อกับพนักงานบริษัท
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. วัตถุประสงค์ในการอ่านรายงานความยั่งยืนของท่าน คืออะไร

- เพื่อศึกษาข้อมูล/งานวิจัย เพื่อสร้างการรู้จักบริษัท
 เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน เตรียมการจัดทำรายงานความยั่งยืน
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. ความน่าเชื่อถือและความครบถ้วนของเนื้อหาของรายงานความยั่งยืนในปี 2565

โปรดจัดลำดับความสำคัญ ตั้งแต่ 5 มากที่สุด, 4 มาก, 3 ปานกลาง, 2 น้อย, 1 น้อยที่สุด

-ท่านเข้าใจเนื้อหาในรายงานความยั่งยืนของบริษัทในระดับใด
.....เนื้อหาในรายงานความยั่งยืนเหมาะสมและน่าเชื่อถือเพียงใด
.....เนื้อหาในรายงานความยั่งยืน สามารถเสริมสร้างความรู้ให้กับผู้อ่านในระดับใด
.....เนื้อหาในรายงานความยั่งยืน ตรงกับสิ่งที่ผู้อ่านต้องทางศึกษาเพียงใด
.....การนำเสนอผลการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทในระดับใด
.....ความพึงพอใจต่อเนื้อหาารายงานโดยรวม

5. โปรดจัดลำดับประเด็นความยั่งยืน 3 ประเด็นที่มีความสำคัญต่อท่าน

-การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
.....การบริหารจัดการวิจัย นวัตกรรมและเทคโนโลยี
.....ผลประโยชน์และความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ
.....ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการ สุขภาวะที่ดี
.....การสื่อสารทางการตลาดอย่างรับผิดชอบ
.....มุ่งการตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค
.....การพัฒนาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก เช่น คู่ค้า / เกษตรกร
.....การตรวจสอบประสิทธิภาพเครื่องจักรและกระบวนการผลิต
.....การจัดการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
.....การจัดการน้ำ
.....การบริหารจัดการการสูญเสียอาหาร ขยะอาหาร และของเสีย
.....การจัดการพลังงาน
.....คุณภาพ สุขอนามัย และความปลอดภัยต่อผู้บริโภค
.....การพัฒนาและสนับสนุนชุมชน

6. ท่านคิดว่ารายงานความยั่งยืนครอบคลุมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทหรือไม่

- ครอบคลุม ไม่ครอบคลุม

หากท่านคิดว่าไม่ครอบคลุม โปรดระบุประเด็นสำคัญที่ควรเพิ่มเติม

7. ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาและปรับปรุงสำหรับการนำเสนอรายงานความยั่งยืน

8. ข้อเสนอแนะในการพัฒนากลยุทธ์ด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ



รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565

TEAM WORK





บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน)

ชั้นที่ 28 อาคารทีปโก้ 1 เลขที่ 118/1 ถนนพหลโยธิน 6
แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ : +66 2 273 6200
โทรสาร : +66 2 271 4304, 02 271 1600
อีเมล : sustainability@tipco.net
www.tipco.net



บริษัท ทีปโก้ฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน)

ชั้นที่ 28 อาคารทีปโก้ 1 เลขที่ 118/1 ถนนพระราม 6
แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ : +66 2 273 6200
โทรสาร : +66 2 271 4304, +66 2 271 1600
อีเมล : sustainability@tipco.net
www.tipco.net