

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท หรือกลุ่มบริษัทในภาพรวม

วิสัยทัศน์ บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำระดับโลกในการผลิตอาหารทะเลด้วยประสิทธิภาพที่ยอดเยี่ยม การตอบสนองการให้บริการลูกค้าที่ดีและเป็นพันธมิตรที่ดีของลูกค้าเป็นเวลานาน

- 1) มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง
- 2) ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในด้านมาตรฐานคุณภาพสินค้าและขยายตลาดใหม่
- 3) ดำเนินงานสอดคล้องตามกฎหมาย มาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร
- 4) สร้างทีมงานที่มีศักยภาพ และทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- 5) สร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับลูกค้าและชุมชน

วัตถุประสงค์

- 1) จัดระบบบริหารงานให้ได้ตามมาตรฐาน ISO9001 :2008
- 2) ผู้บริโภคปลอดภัยในการบริโภคสินค้าของบริษัท
- 3) สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า
- 4) ส่งมอบทันกำหนดเวลา
- 5) การแก้ไขและติดตามผล การปฏิบัติการแก้ไขและป้องกัน ไม่ล่าช้ากว่าเป้าหมายที่กำหนด
- 6) จำกัดข้อบกพร่องที่เกิดจากสาเหตุเดิม ไม่ให้เกินเป้าหมายที่กำหนด

เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทยังมุ่งมั่นในการพัฒนากลยุทธ์ เพื่อเป็นผู้นำระดับโลกในการผลิตอาหารโดยมีกลยุทธ์หลัก 3 ด้าน ในการดำเนินงานดังนี้

- ด้านการกำกับดูแลคุณภาพสินค้าและสร้างความพึงพอใจลูกค้า โดยพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการผลิตภายใต้ระบบการจัดการต่าง ๆ ที่บริษัทนำมาประยุกต์ใช้ อาทิเช่น ระบบความปลอดภัยอาหาร (HACCP, GMP, BRC, ISO2200) และระบบการจัดการคุณภาพ (ISO9001) เป็นต้น
- ด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ให้มีความรู้ความเข้าใจและมีขีดความสามารถในการขับเคลื่อนองค์กรและเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพของงานเพิ่มคุณค่าให้กับตนเองและองค์กรอย่างยั่งยืน
- ด้านธรรมาภิบาล ในการดำเนินธุรกิจ โดยสำนึกในการปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีงาม อันเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรอย่างสุจริต เที่ยงธรรม ดำเนินการสอดคล้องตามกฎหมาย ให้เกิดความเสมอภาคเท่าเทียมกันและเป็นธรรมแก่ทุกกลุ่ม

1.2 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญ

โครงสร้างการถือหุ้น การจัดการ และการประกอบธุรกิจ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมีการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ตามภาระกิจของบริษัทด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและเที่ยงธรรมให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างยิ่ง ลดต้นทุนเพิ่มผลผลิต เพิ่มความสามารถในการทำกำไร โดยการหาผลิตภัณฑ์โดยใช้นวัตกรรมใหม่ด้วยการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

กลุ่มธุรกิจของบริษัทเป็นไปในลักษณะการกระจายการลงทุนไปในกลุ่มธุรกิจต่อเนื่อง สนับสนุนและให้บริการ แต่จากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่มีผลกระทบทั่วโลก บริษัทได้เน้นพัฒนา ปรับปรุงในธุรกิจหลักเพื่อให้ยืนหยัดอยู่รอด และสามารถแข่งขันได้ และพยายามลดบทบาทและ เลิกธุรกิจต่อเนื่องที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ ไม่สามารถสร้างรายได้และให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาการ

บริษัททรอปิคอลแคนนิง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตและส่งออก อาหารทะเลแปรรูปบรรจุกระป๋อง และบรรจุซอง (Pouch) ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาแซลมอนกระป๋อง ปลาชาร์ดินกระป๋อง ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง และอาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง

พ.ศ. 2523 บริษัททรอปิคอลแคนนิง (ประเทศไทย) จำกัด เริ่มดำเนินการ ผลิตและส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง โดยเป็นการร่วมทุนระหว่างผู้ถือหุ้นชาวไทยและชาว มาเลเซีย

พ.ศ. 2533 จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นหลักทรัพย์ จดทะเบียน

พ.ศ. 2537 จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด

พ.ศ. 2540 ได้รับการรับรองมาตรฐาน Good Manufacturing Practice (GMP) จากกรมประมงกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ได้รับการรับรองมาตรฐาน Hazard Analysis And Critical Control Point (HACCP) จากกรมประมงกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

พ.ศ. 2541 ได้รับการรับรองเครื่องหมายรับรองสินค้า HALAL จาก สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

พ.ศ. 2542 ได้รับการรับรองระบบการจัดการคุณภาพระดับสากล ISO 9002:1994 จาก TUV Rheinland (Thailand)

พ.ศ. 2545 ได้รับการรับรองระบบการจัดการคุณภาพระดับสากล ISO 9001:2000 จาก TUV Rheinland (Thailand)

พ.ศ. 2546 ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์จากโครงการระดับสถานที่
ผลิตอาหาร (Food Safety) ของกระทรวงสาธารณสุข

พ.ศ. 2547 ได้รับการรับรองมาตรฐาน Hazard Analysis And Critical
Control Point (HACCP) ในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงบรรพบุรุษขณะปิดผนึก จากกรมปศุสัตว์
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ได้รับการรับรองระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO
14001:1996 จาก TUV Rheinland (Thailand)

ได้รับการรับรองระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความ
ปลอดภัย OHSAS 18001 จาก TUV Rheinland (Thailand)

ได้รับการรับรองสถานประกอบการดีเด่นด้านการจัดการ
คุ้มครองความปลอดภัยในการทำงาน การจัดการดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงานและคุ้มครอง
สุขภาพอนามัยระดับจังหวัดของจังหวัดสงขลา

ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า KOSHER จาก Union
of Orthodox Jewish Congregation of America

พ.ศ. 2549 ได้รับการรับรองมาตรฐาน BRC Global Standard -Food, (Issue
4, January 2005) จาก EFSIS

ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต Poultry Meat Products
Processing Plant Products Treated in a Hermetically Sealed Container) กระทรวงเกษตรและ
สหกรณ์

ได้รับการรับรองมาตรฐาน Woolworths Quality Assurance
(WQA) Standard จาก SGS

พ.ศ. 2550 ได้รับการรับรองสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัยอา-
ชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับจังหวัดของจังหวัดสงขลา

พ.ศ. 2554 ได้รับการรับรองมาตรฐานการประมงแปรรูปแบบยั่งยืน MSC
Chain of Custody Standard จาก บริษัท SGS (Thailand)

บริษัททรอปิคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (TC) ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง ปลาซาร์ดีนกระป๋อง ปลาแซลมอนกระป๋อง อาหารสัตว์ เลี้ยงกระป๋อง รวมถึงผลิตภัณฑ์บรรจุซอง (Pouch) ปัจจุบันได้ขยายสายการผลิตไปสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มมากขึ้น และมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองผู้บริโภคในหลายกลุ่มลูกค้า วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศร้อยละ 70 นอกเหนือจากนั้นยังใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งผลิตภายในประเทศ ได้แก่ ปลาซาร์ดีน ผักสด เครื่องเทศ สมุนไพร ดังนั้น ผลิตภัณฑ์จึงมีความเด่นในด้านรสชาติ และความสด ใหม่จากธรรมชาติ ซึ่งมีความหลากหลายตามความต้องการของกลุ่มลูกค้านานาชาติ

จากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจโลก ตลาดตะวันออกกลาง ประสบปัญหาความไม่สงบ ในบางประเทศ มาตรการกีดกันการนำเข้า มาตรการสนับสนุนผู้ผลิตภายในประเทศ ผู้ผลิตมีจำนวนมาก สินค้าไม่แตกต่างกัน ทำให้การแข่งขันด้านราคาค่อนข้างรุนแรง ส่งผลให้บริษัทมีปริมาณการผลิตยอดขายลดลง

รายได้เกือบทั้งหมดของบริษัทมาจากการส่งออกเป็นหลัก และเพื่อกระจายความเสี่ยงบริษัทมีนโยบายที่จะขยายตลาดภายในประเทศให้มากขึ้น โดยได้ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย คือ บริษัท ซี.พี. คอนซูเมอร์โปรดักส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค ในประเทศในกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ ทำให้สามารถกระจายสินค้าของบริษัทไปยังตลาดในประเทศได้อย่างทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ

บริษัท อีโลฟาร์ จำกัด (E) ดำเนินการบริการหรือเป็นตัวแทนให้กับบริษัทในการติดตามงาน ประสานงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมของบริษัทที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงการเป็นผู้ประสานงานกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าตราที่ซีบีของบริษัท โดยเน้นตลาดภายในประเทศ และกลุ่มประเทศอาเซียน อีกทั้งช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของบริษัทออกสู่ตลาด

นอกจากนี้ยังมีทีมงานฝ่ายขายสินค้ากลุ่มทูน่า และแซลมอนที่เน้นจำหน่ายไปยังกลุ่มร้านอาหาร โรงแรม และอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ HoReCa (Hotel Restaurant Catering) ภายใต้ตราสินค้าซาฟโกล

โดยรายได้ของบริษัทเกิดจากการซื้อมา-ขายไปของสินค้า รวมถึงการได้รับค่าที่ปรึกษา และค่านายหน้าจากยอดขาย และ/หรือบริการต่างๆ

2.2 โครงสร้างรายได้

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	%ในการถือหุ้น ของบริษัท	ปี 2556	ปี 2555
1. ผลิตและส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง	บมจ.ทรอปิคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) (TC)	-	4,371.43	5,288.94
2. จำหน่ายและบริการ	บจ.อีโลฟาร์ (E)	99.99	73.88	86.67
3. อสังหาริมทรัพย์	บจ.ทรอปิคอลพร็อพเพอร์ตี้ แอนด์ ดีเวลลอปเมนต์ (TPD)	99.99	10	1.61

2.3 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ทรอปิคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ดำเนินการผลิตและส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋องและบรรจุของ โดยตลอดระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา ได้มีการพัฒนาระบบการจัดการและมาตรฐานการผลิตจนทำให้สามารถดำเนินการผลิตสินค้าภายใต้มาตรฐานการจัดการระดับสากล ทั้งในส่วนของมาตรฐานการผลิต GMP, HACCP, และมาตรฐานระบบการจัดการ ISO9001, ISO14001, OHSAS18001 ตลอดจนได้รับการรับรองมาตรฐานในการผลิตสินค้ากลุ่ม KOSHER และ กลุ่ม HALAL จากสถาบันกลางระดับสากล ทั้งนี้สามารถแยกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

กลุ่มที่หนึ่ง	กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง (Regular Tuna Products) มีผลิตภัณฑ์หลักคือ ปลาทูน่าในน้ำแร่ ปลาทูน่าในน้ำเกลือ ปลาทูน่าในน้ำมัน
กลุ่มที่สอง	กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทานบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง (Ready-To-Serve Products) มีผลิตภัณฑ์หลักคือ ปลาซาร์ดีนในซอสมะเขือเทศ ปลาแมคเคอเรลในซอสมะเขือเทศ ปลาทูน่าแปรรูปพร้อมทาน ปลาแซลมอนแปรรูปพร้อมทาน
กลุ่มที่สาม	กลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง (Pet Food) มีผลิตภัณฑ์หลักคือ อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบปลาซาร์ดีน อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบปลาทูน่า และ อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบเครื่องในสัตว์

นอกเหนือจากความสามารถในการพัฒนาการผลิตของบริษัท ให้เข้ากลุ่มมาตรฐานการผลิตในระดับสากลแล้ว บริษัทยังสามารถพัฒนาทักษะในการผลิตจนมีความเชี่ยวชาญในการผลิตในทุกกลุ่มสินค้าจากประสบการณ์ในการประกอบกิจการที่ยาวนานกว่า 30 ปี โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่เน้นทักษะแรงงาน (Skilled Labor) ในการผลิต เพื่อลดต้นทุนต่อหน่วย นอกจากนี้บริษัทยังสามารถวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Product Differentiate) ทั้งด้านรสชาติ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เพื่อสามารถแข่งขันในตลาดใหม่เพิ่มมูลค่าสินค้า

ในส่วนของการบริหารจัดการในภาพรวมขององค์กร จากประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมา ทำให้ ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท มีความสามารถบริหารงานในระดับสากลโดยสามารถจัดการด้านเครือข่ายด้านการตลาด การจัดหา วัตถุดิบการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อลดต้นทุนและพัฒนาขั้นตอนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

(1) บัตรส่งเสริมการลงทุน เลขที่ 1357/2543 ลงวันที่ 10 กรกฎาคม 2543 ให้การส่งเสริม

การผลิตปลาน้ำจืดบรรจุภาชนะผนึก อาหารทะเลบรรจุภาชนะผนึก และอาหารสัตว์เลี้ยงบรรจุภาชนะผนึก โดยสิทธิพิเศษที่สำคัญโดยสังเขป ดังนี้

- (ก) ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลาแปดปีนับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบธุรกิจส่งเสริมและได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล ในอัตราครึ่งหนึ่งเป็นเวลาห้าปีหลังจากระยะเวลาการส่งเสริม
- (ข) ได้รับการยกเว้นอากรขาออก สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกเป็นระยะเวลาห้าปี นับตั้งแต่วันที่ส่งออกเป็นครั้งแรก
- (ค) ได้รับอนุญาตให้หักเงินได้พึงประเมินเป็นจำนวนเท่ากับร้อยละห้าของรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน จากการส่งออกเป็นระยะเวลาสิบปีนับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบธุรกิจส่งเสริม

โดยมีเงื่อนไขที่สำคัญโดยสังเขปดังนี้

- (ก) จะต้องมีทุนจดทะเบียนที่ชำระเต็มมูลค่าไม่น้อยกว่าสามร้อยสามสิบล้านบาท
- (ข) บุคคลผู้มีสัญชาติไทยจะต้องถือหุ้นรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ดของทุนจดทะเบียน

ในฐานะที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เพื่อการอุตสาหกรรมบริษัทจะต้องปฏิบัติตาม

เงื่อนไขและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่กำหนดในบัตรส่งเสริม

บริษัทเริ่มมีรายได้ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2546

ปีสิ้นสุดของการได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ คือปี พ.ศ. 2554 ปีสิ้นสุดของการได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิในอัตราร้อยละห้าสิบของอัตราปกติกำหนดห้าปี คือ ปี พ.ศ. 2559

(2) สิทธิอื่น

เครื่องหมายการค้า เช่น TC BOY , TCB, SAFCOL, SNAPPY TOM , POUNCE,

โอชะ เป็น BRAND ที่สร้างขึ้นเอง เพื่อใช้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัท และบริษัทในเครือสามารถใช้ได้ตลอดไป

(3) ข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ - ไม่มี-

2.4 การตลาดและการแข่งขัน

ปี 2556 ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจโลก ตลาดตะวันออกกลางที่ประสบปัญหาความไม่สงบในบางประเทศ นโยบายภาครัฐของแต่ละประเทศรวมถึงมาตรการกีดกันการนำเข้า มาตรการสนับสนุนผู้ผลิตภายในประเทศ เช่น US Antidumping ของสหรัฐอเมริกา และ GSP ของยุโรป ความผันผวนของส่วนต่างราคาผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบที่ผันแปรตามแนวโน้มเศรษฐกิจ ฤดูกาล และปัจจัยเฉพาะ อาทิ โรคระบาด ภัยพิบัติ การเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ บริษัทยังคงต้องปรับตัวตลอดเวลา เน้นนโยบายด้านคุณภาพสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พัฒนาระบบการผลิตให้เป็นระบบอัตโนมัติมากขึ้น ลดความต้องการใช้แรงงานคนลง

แนวโน้มปี 2557 คาดว่าเศรษฐกิจโลกฟื้นตัวแต่ยังอ่อนแอ ต้นทุนพลังงานมีแนวโน้มสูงขึ้น สถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศต่าง ๆ ในโลก ที่อาจสร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย การรวมกลุ่มอาเซียน โอกาสขยายตลาดและการลงทุน พยางค์เศรษฐกิจอาเซียน ในส่วนของประเทศไทย หนี้ครัวเรือนมีแนวโน้มสูงขึ้น ปัญหาขาดแคลนแรงงาน ปัญหาการเมืองและความขัดแย้งในสังคม การลงทุนขนาดใหญ่ของภาครัฐเป็นปัจจัยบวกสำคัญที่ช่วยเศรษฐกิจ บริษัทต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและคำนึงถึงปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ

(1) ตลาดเป้าหมาย

กลุ่มตลาดเป้าหมายของบริษัท แยกเป็น 2 กลุ่ม

(1.1) ตลาดส่งออก

ยอดส่งออกมีสัดส่วนถึงร้อยละ 95.26 ของยอดขายทั้งหมด มีลูกค้ากลุ่มลูกค้าประเทศในทวีปเอเชีย แอฟริกา ออสเตรเลีย และสหภาพยุโรป โดยจำแนกได้ดังนี้

ปี 2556	ลำดับที่	กลุ่มประเทศ	% ของยอดขาย
	1	เอเชีย	81.35
	2	แอฟริกา	18.43
	3	ออสเตรเลีย	0.11
	4	สหภาพยุโรป	0.11

(1.2) ตลาดภายในประเทศ

ปี 2556 สินค้าที่จำหน่ายในประเทศไม่ว่าจะเป็นช่องทางค้าปลีก, ค้าส่ง หรือกลุ่ม HoReCa (Hotel Restaurant Catering) มียอดขายคิดเป็นร้อยละ 4.74 ของยอดขายทั้งหมด โดยยอดขายที่จำหน่ายภายในประเทศมีปริมาณที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2555 ที่ผ่านมา สาเหตุหลักเกิดจากปัญหาเศรษฐกิจภาพรวมในประเทศ ที่มีกำลังการซื้อที่ลดลง และเปลี่ยนแปลงไป ทำให้สินค้ากลุ่มอาหารกระป๋องได้รับผลกระทบพอสมควร อีกทั้งปัญหาด้านการเมืองที่ไม่แน่นอนทำให้บางช่องทางลดปริมาณสั่งซื้อลง

จากปัญหาดังกล่าวทำให้สินค้าปลาแมกเกอเรลในซอสมะเขือเทศมียอดขายลดลงค่อนข้างมาก แต่ในทางกลับกันกลุ่มอาหารกระป๋องประเภทปรุงรส เช่น หอยลายทอดรสเผ็ด ที่บริษัทออกเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ตั้งแต่ปลายปี 2555 รวมทั้งกลุ่มปลาทูน่ากระป๋อง เช่น ปลาทูน่าเนื้อก้อนในน้ำแร่ ปลาทูน่าในน้ำมันถั่วเหลืองกลับมียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการปรับเปลี่ยนแนวทางการบริโภคที่เน้นสะดวก และดีต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามในปีที่ผ่านมา ทางบริษัทยังคงส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นรายการส่งเสริมการขายผ่านร้านค้าต่างๆ หรือการทำกิจกรรมที่เน้นเข้าหาผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งก็ได้รับการตอบรับที่ดีเช่นเดิม อีกทั้งมีรายการชิงโชคในช่วงครึ่งปี 2556 ก็ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นมาได้ในระดับที่น่าพอใจ

(2) กลยุทธ์ทางการตลาด

การเป็นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร (Packer) ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค(Commodity) ทำให้ราคาถูกกำหนดโดยตลาดโลก (Price Taker) ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มสินค้าทั่วไป (Regular Products) ที่มีการซื้อขายในตลาดอันได้แก่ ปลาทูน่ากระป๋อง (Planned Tuna) บริษัทไม่สามารถใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาได้ จึงเน้นทางด้านคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้าตลอดจนการบริการเป็นหลัก เพื่อให้ลูกค้าไว้วางใจ ยอมรับและเป็นลูกค้าที่ดีเสมอมา ในส่วนของสินค้าที่มีการเพิ่มมูลค่าหรืออาหารแปรรูปพร้อมทาน (Ready-To-Serve Products) ได้แก่ ปลาทูน่าแปรรูปพร้อมทาน ปลาแซลมอนแปรรูปพร้อมทาน และอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยง นั้น บริษัทมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าให้เกิดความแตกต่างในตัวสินค้า (Product Differentiate) ทั้งทางด้านรูปลักษณ์ รสชาติ และบรรจุภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการให้แก่ลูกค้ามากที่สุด ทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาที่สูงกว่าคู่แข่งได้ ด้านตลาดในประเทศบริษัทได้วางกรอบกลยุทธ์ในเรื่องของช่องทางการจำหน่าย และคุณภาพของสินค้าเป็นสำคัญ โดยได้ให้บริษัทตัวแทนจำหน่าย พยายามกระจายสินค้าให้ครอบคลุมมากที่สุด และสร้างการรับรู้ถึงคุณภาพและความอร่อยของสินค้าทีซีบี (TCB) ไปยังผู้บริโภคให้มากที่สุด

(3) การจัดจำหน่ายและช่องทางการตลาด

บริษัทดำเนินการช่องทางการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ

(ก) การส่งออก

การส่งออกประมาณร้อยละ 38 ของยอดส่งออกเป็นการส่งออกโดยตรง และผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของลูกค้าผู้นำเข้า มีกลุ่มลูกค้าในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง เช่น ปลาทูน่าในน้ำเกลือ ปลาทูน่าในน้ำมัน และ ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าแปรรูปพร้อมทาน อีกส่วนหนึ่งประมาณร้อยละ 62 ของยอดส่งออก

ใช้ช่องทางการตลาดโดยให้ บริษัททรอปิคอลคอนโซลิเตดคอปอเรชั่น เอสดีเอ็น บีเอสดี (Tropical consolidated Corp. Sdn. Bhd.) เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยได้รับกำไรส่วนเกินจากการขาย และมีความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างกันมายาวนาน

สำหรับการดำเนินการทางการตลาดของบริษัททรอปิคอล คอนโซลิเตด คอปอเรชั่น เอสดีเอ็น บีเอสดี (Tropical consolidated Corp. Sdn. Bhd.) นั้น ได้ทำกิจกรรมทางการตลาดให้กับบริษัท ในทุกภูมิภาคทั่วโลก โดยแสวงหากลุ่มผู้นำเข้าสินค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเองและมีความเชี่ยวชาญในทางการตลาดในพื้นที่ภูมินาณนั้นๆ เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดออสเตรเลียที่เป็นตลาดหลัก มีกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง ปลาทูน่า ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าพร้อมทาน ปลาแซลมอน ผลิตภัณฑ์ปลาแซลมอนพร้อมทาน และอาหารสัตว์เลี้ยง

นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการตลาดผ่านบริษัทจัดจำหน่ายชั้นนำที่อยู่ในเครือภายใต้ตราสินค้าของตนเองในอีกหลายภูมิภาค ได้แก่ ลูกค้าในประเทศแคนาดา ประเทศในกลุ่มยุโรป กลุ่มประเทศ ตะวันออกกลาง และได้้นำสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเองเพื่อเปิดตลาดใหม่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ในทวีปยุโรปอีกหลายประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทาน (Ready-To-Serve Products) โดยใช้ช่องทางการตลาดผ่านทางบริษัทผู้แทนการค้าในภูมิภาค โดยลูกค้าจะเป็นผู้นำเข้าที่มีตราสินค้าของตนเอง และมีความไว้วางใจในคุณภาพ และการบริการของบริษัท

(ข) การตลาดภายในประเทศ

บริษัทตั้งเป้าหมายเพื่อกระจายสินค้าได้ครอบคลุมตลาดทั่วประเทศเพิ่มมากขึ้น ภายใต้ตราสินค้าทีซีบี (TCB) ถือเป็นหนึ่งนตราสินค้าที่ไม่ได้รับผลกระทบจากการขายสินค้าเนื่องจากทางบริษัทได้ร่วมกับบริษัทตัวแทนจำหน่ายในการบริหารจัดการสินค้าที่ดี มีประสิทธิภาพทำให้สินค้าตราทีซีบี (TCB) พร้อมจำหน่ายอยู่สม่ำเสมอ ร้านค้าต่าง ๆ ตลอดจนถึงผู้บริโภคมีความมั่นใจในสินค้าของบริษัทเพิ่มมากขึ้น

(4.3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1) กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ปี 2556		ปี 2555		ปี 2554	
	ปริมาณ	อัตราเพิ่ม (ลด) ปริมาณการผลิต	ปริมาณ	อัตราเพิ่ม (ลด) ปริมาณการผลิต	ปริมาณ	อัตราเพิ่ม (ลด) ปริมาณการผลิต
<u>อาหารทะเลบรรจุกระป๋อง</u>						
กำลังการผลิตเต็มที (ตัน)	62,755		62,755		62,755	
กำลังการผลิตจริง (ตัน)	40,634	(12.41%)	46,395	11.09%	41,763	(3.65%)
กำลังการผลิต (%)	64.75		73.93		66.54	

หมายเหตุ : สามารถทำการผลิตได้ 2 กะ แต่ดำเนินการผลิตจริงเพียง 1 กะ

ปริมาณการผลิตลดลงร้อยละ 12.41 ประกอบด้วย กลุ่มผลิตภัณฑ์ทูน่า กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทาน กลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยง โดยมีสัดส่วนปริมาณการผลิต 70:24:6

ส่วนของบุคลากรซึ่งบริษัทให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างมาก โดยส่งเสริมให้มีความรู้ทั้งทางด้านการจัดการและความรู้เฉพาะด้านอย่างต่อเนื่อง มีการอบรมระบบการจัดการต่างๆ อันได้แก่ ระบบ 5 ส. ความรู้ทางด้าน GMP และ HACCP ระบบการจัดการคุณภาพ ISO 9001, ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001, ระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001 และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ HALAL และผลิตภัณฑ์ KOSHER เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งทางด้านการจัดการและการผลิต นอกจากนี้ได้พัฒนาระบบคุณภาพโดยยกระดับจาก ISO 9001 ขึ้นเป็น ระบบการจัดการด้านความปลอดภัยอาหารจนผ่านการรับรองระบบ BRC : Global Standard for Food Safety เพื่อเพิ่มขีดศักยภาพในการบริหารงานในกระบวนการผลิตให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยแก่ผู้บริโภคสูงขึ้น พร้อมทั้งมีแผนการฝึกอบรมประจำปี ทำให้มีการอบรมอย่างต่อเนื่องตลอดปี ทั้งการฝึกอบรมภายในและภายนอก ในบุคลากรทุกระดับ นอกจากนี้บริษัทได้รับเกียรติจากมหาวิทยาลัยในภาคใต้ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการทำวิจัย พัฒนาเพิ่มศักยภาพในกระบวนการผลิตรวมถึงเปิดโอกาสส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อในระดับสูงเพื่อเพิ่มทักษะ และสร้างวิสัยทัศน์ให้กว้างไกล

ส่วนของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทถือเป็นนโยบายหลักที่ได้สนับสนุนให้มีการพัฒนาเพื่อให้องค์กรสามารถมีข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ใช้งานแผนและบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลอย่างต่อเนื่องเพิ่มศักยภาพขององค์กรให้สามารถแข่งขันได้ ภายใต้สภาวะการแข่งขันของตลาดโลกที่ได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น บริษัทจึงนำ ระบบสารสนเทศ ERP (Enterprise Resource Planning) ซึ่งเป็นระบบสารสนเทศสำเร็จรูปที่ได้รับความนิยมทั่วโลก ทำให้บริษัทเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้สูงขึ้นกว่าระบบเดิมเนื่องจากบริษัทมีระบบฐานข้อมูลการผลิตที่ทันสมัย

2.) วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (SUPPLIER)

บริษัทใช้วัตถุดิบการผลิตจากต่างประเทศ ร้อยละ 70 ของปริมาณการใช้วัตถุดิบทั้งหมด ทำให้เผชิญกับความเสี่ยงในการดำเนินงานจากความผันผวนด้านราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวขึ้นลงตามราคาตลาดโลก ซึ่งปี 2556 มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของราคาวัตถุดิบอย่างรวดเร็วตามกลไกตลาดและพยายามที่จะซื้อขายล่วงหน้าซึ่งรวมถึงสินค้าสำเร็จรูปให้สะท้อนกับราคาวัตถุดิบแต่ละช่วง เหตุผลดังกล่าวข้างต้นทางบริษัทจึงต้องสร้างพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ส่งวัตถุดิบ อีกทั้งบริษัทมีการปรับความยืดหยุ่นในการผลิต และมีการคาดการณ์พยากรณ์ยอดขายอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สามารถรับมือกับปัญหาไม่ว่าจะเป็นการขาดแคลนวัตถุดิบ หรือการมีวัตถุดิบมากเกินไปเกินความต้องการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งได้ตลอดทั้งปี จึงสามารถที่จะปรับเปลี่ยนสายการผลิตให้กระจายการผลิตได้สอดคล้องกับช่วงฤดูกาลของวัตถุดิบ

นอกจากนี้ เพื่อรองรับสถานการณ์ราคาต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นตามเศรษฐกิจของโลก บริษัทมีนโยบายพยายามเพิ่มช่องทางการนำเข้าให้มากขึ้น ให้สามารถมีแหล่งอุปทานจากหลายประเทศและจากหลายแหล่งที่มีคุณภาพโดยมีต้นทุนที่ต่ำ

3.) ขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิต

กลุ่มที่หนึ่ง กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋อง (Regular Tuna Products) มีผลิตภัณฑ์หลักคือ ปลาทูน่าในน้ำแร่ ปลาทูน่าในน้ำเกลือ ปลาทูน่าในน้ำมัน

ขั้นตอนการผลิต คือ นำวัตถุดิบปลาทูน่า ผ่าท้อง ควักไส้ ล้างให้สะอาด นึ่งให้สุกด้วยไอน้ำ แยกเนื้อปลา และบุดทำความสะอาด ถัดเกรดแยก

ผลิต ตามตลาด บรรจุและ ชั่งน้ำหนัก เติมน้ำเกลือหรือน้ำมันพืช ปิดผนึก ด้วยเครื่องปิดผนึก (Steamer) ล้าง ทำความสะอาดกระป๋องก่อนฆ่าเชื้อ ด้วยหม้อฆ่าเชื้อแบบ 6 ตะกร้า ปล๋อยไว้ให้เย็น ตรวจสอบคุณภาพและติดฉลาก/บรรจุกล่อง จำหน่าย

กลุ่มที่สอง กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทาน (Ready-To-Serve Products) มีผลิตภัณฑ์หลักคือปลาจาร์ดินในซอสมะเขือเทศ ปลาแมคเคอเรลในซอสมะเขือเทศ ปลาทูน่าแปรรูปพร้อมทาน ปลาแซลมอนแปรรูปพร้อมทาน

ขั้นตอนการผลิต คือ นำวัตถุดิบปลา ตัดหัวปลาและควักไส้ นำเนื้อปลาที่ ต้มแล้วล้างสะอาดและบรรจุกระป๋อง เข้าเครื่องอบให้สุกพร้อมสะเด็ดน้ำ เติมน้ำมันหรือซอสมะเขือเทศ ปิดผนึกด้วยเครื่องปิดผนึก(Steamer) ล้าง ทำความสะอาดกระป๋องก่อนฆ่าเชื้อด้วยหม้อฆ่าเชื้อแบบ 4 ตะกร้า ปล๋อยไว้ให้เย็น ตรวจสอบคุณภาพและติดฉลาก/บรรจุกล่อง จำหน่าย

กลุ่มที่สาม กลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง (Pet Food) มีผลิตภัณฑ์หลักคืออาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบปลาจาร์ดิน อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบปลาทูน่าและอาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบเครื่องในสัตว์

ขั้นตอนการผลิต คือ นำวัตถุดิบ ล้างทำความสะอาดคัดสิ่งเจือปนออก เข้าเครื่องตัดปลาเป็นชิ้นเล็กๆ ให้ได้ขนาด 2-3 เซนติเมตร บรรจุใส่กระป๋อง เติมน้ำมันหรือน้ำเกลือ ปิดผนึกด้วยเครื่อง ปิดผนึก(Steamer) ล้าง ทำความสะอาดกระป๋องก่อนฆ่าเชื้อด้วยหม้อฆ่าเชื้อแบบ 6 ตะกร้า ปล๋อยไว้ให้เย็น ตรวจสอบคุณภาพและติดฉลาก/บรรจุกล่อง จำหน่าย

4.) ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบจากกระบวนการผลิตจะมีของเสียและวัสดุเหลือใช้ คือ

(ก) ระบบบำบัดน้ำเสีย ได้ใช้ระบบใหม่เป็นแบบ UASB ประกอบด้วย ถัง ACID 1 ถัง, UASB 1 ถัง, บ่อปรับสภาพน้ำ 1 บ่อ, บ่อเติมอากาศ 2 บ่อ, สามารถควบคุมคุณภาพน้ำเสีย เป็นไปตามมาตรฐาน

(ข) เศษหัว หนั ก้าง กระดูกปลา จะนำเข้าเครื่องอบแห้งเป็นปลาป่นส่งขายให้ โรงงานผลิตอาหารสัตว์ รวมทั้งไส้ปลา เครื่องในปลา ก็ส่งขายโรงงานอาหารสัตว์

(ค) น้ำมันปลา ที่ได้จากเครื่องแยกน้ำมันปลา น้ำมันปลา ได้ส่งขายเป็นส่วนผสม สำหรับอาหารเลี้ยงกุ้ง, อาหารสัตว์

(ง) ขยะมูลฝอย เช่น เศษอาหาร เศษกระดาษ ถุงพลาสติก เป็นต้น ได้จัดถังเก็บอย่าง มิดชิด และว่าจ้างทางเทศบาลนครหาดใหญ่ จัดรถขนทุกวัน

ทั้งนี้ในทุกขั้นตอนของการบำบัดน้ำเสียของเสีย การนำวัสดุเหลือใช้มาใช้ประโยชน์ได้รับการ ดูแลเอาใจใส่อย่างดี แทบจะไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการดำเนินงานภายใต้การบริหารจัดการ ทางด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐที่ดูแลผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมได้เอาใจใส่ให้คำแนะนำและดูแลอย่างใกล้ชิดโดยผลของการปฏิบัติงานจริงสามารถควบคุมให้ เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้บริษัทได้มุ่งมั่นในการพัฒนาการใช้พลังงานแบบองค์ รวม และพัฒนาการนำพลังงานที่ได้จากขั้นตอนการบำบัดน้ำเสียของเสีย นำกลับมาใช้เป็นพลังงานให้เกิด ประโยชน์อีกครั้งหนึ่ง การใช้ในระบบ Re-Cycle และการรณรงค์ปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงานทุกคนให้ ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

2.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

งานที่ยังไม่ส่งมอบมีน้อยมาก เนื่องจากการผลิตตามคำสั่งซื้อส่วนปัจจัยตาม ฤดูกาลมีผลกระทบ เช่น วัตถุดิบไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับมรสุมทางทะเล ก็ได้มีการพยากรณ์และแก้ปัญหาการ ส่งมอบ โดยการทำสินค้าในบางส่วนล่วงหน้าเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบตามช่วงฤดู

บริษัท อีโอฟาร์ จำกัด (E)

1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ติดตามงาน ประสานงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมของบริษัทที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงการเป็นผู้ประสานงานกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าตราที่ซื้อมาของบริษัท โดยเน้นตลาดภายในประเทศ และกลุ่มประเทศอาเซียน อีกทั้งช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของบริษัทออกสู่ตลาด

นอกจากนี้ยังมีทีมงานฝ่ายขายสินค้ากลุ่มหมู่น้ำ และแหลมอนี่เน้นจำหน่ายไปยังกลุ่มร้านอาหาร โรงแรม และอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ HoReCa (Hotel Restaurant Catering) ภายใต้ตราสินค้าซาฟ-โคล โดยรายได้ของบริษัทเกิดจากการซื้อมา-ขายไปของสินค้า รวมถึงการได้รับค่าที่ปรึกษา และค่านายหน้าจากยอดขาย และ/หรือบริการต่างๆ

2. การตลาดและสถานะการแข่งขัน

จากภาพรวมของตลาดที่ค่อนข้างซับซ้อนทำให้หลายบริษัทพยายามกระตุ้นยอดขายด้วยรายการส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ทั้งห้างค้าปลีก-ส่งสมัยใหม่ (Modern Trade) หรือห้างท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศ (General Trade) ซึ่งในส่วนของบริษัทก็ได้มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับแผนงาน รวมถึงสถานะการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น

สำหรับสินค้าของบริษัท ทางบริษัทมุ่งเน้นอย่างมากในด้านของคุณภาพวัตถุดิบ ตลอดจนมาตรฐานการผลิตเพื่อให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ถึงคุณภาพ ตลอดจนความคุ้มค่าในการเลือกรับประทานสินค้าของทางบริษัท

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

งานบริการ ประสานงานจะต้องรวดเร็วมีประสิทธิภาพ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสถานะการแข่งขันที่สูงยิ่งขึ้นรวมถึงการพยายามมองหาโอกาสใหม่ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า และสร้างผลตอบแทนแก่บริษัทที่สูงขึ้นในระยะยาว

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ - ไม่มี -

บริษัท ทรอปีคอลแพคเกจจิ้ง จำกัด (TP)

บริษัทได้หยุดดำเนินการ รอการชำระบัญชี

บริษัท ทรอปีคอลพรีฟอรัตี้ แอนด์ ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด (TPD)

บริษัทได้ทยอยขายอสังหาริมทรัพย์ที่มีอยู่

บริษัทฟาร์มเฟรชโปรดักส์มานูแฟกเจอร์ จำกัด (FPM)

บริษัทได้หยุดดำเนินการ รอจำหน่ายทรัพย์สิน และรอการชำระบัญชี

3 ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการจัดหาและราคาวัตถุดิบ

ความผันผวนของส่วนต่างของราคาราวัตถุดิบ วัสดุบรรจุภัณฑ์ ส่วนผสม ที่ผันแปรตามแนวโน้มเศรษฐกิจ ฤดูกาล และปัจจัยเฉพาะ อาทิ โรคระบาด ภัยพิบัติ รวมทั้งราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อต้นทุนของผลิตภัณฑ์

แนวทางการดำเนินการเพื่อลดปัจจัยความเสี่ยง ขยายห้องเย็นเพื่อให้สามารถเก็บวัตถุดิบได้มากขึ้น มีการจัดการหมุนเวียนสินค้าคงคลังให้เหมาะสม มีการวางแผนการขายสินค้าล่วงหน้า และการซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าให้สอดคล้องกัน เพื่อให้สามารถกำหนดราคาขายตามราคาตลาดในช่วงนั้น ๆ ได้อย่างเหมาะสม

3.2 ความเสี่ยงทางด้านการตลาดและภาวะการแข่งขัน

นโยบายภาครัฐของแต่ละประเทศ รวมถึงมาตรการกีดกันการนำเข้ามาตรการสนับสนุนผู้ผลิตภายในประเทศ เช่น US Antidumping ของสหรัฐอเมริกา และ GSP ของยุโรป ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจโลก ตลาดตะวันออกกลางที่ประสบปัญหาความไม่สงบในบางประเทศ ผู้ผลิตมีจำนวนมาก สินค้าไม่แตกต่างกัน ทำให้การแข่งขันด้านราคาค่อนข้างรุนแรง ผู้ผลิตจึงต้องกำหนดราคาตามตลาดผู้ผลิตที่มีกำลังการผลิตขนาดใหญ่ได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต สามารถเป็นผู้นำด้านการปรับราคาขายได้

แนวทางการดำเนินการ เพื่อลดปัจจัยความเสี่ยง แนวโน้มความกังวลด้านสุขภาพของผู้บริโภคส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหญ่หลายรายพยายามสร้างตราผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมเพื่อความภักดีในตราผลิตภัณฑ์ระยะยาว ทำให้ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ที่มีตราผลิตภัณฑ์แข็งแกร่งมีแนวโน้มสูงขึ้น กระบวนการผลิตมีแนวโน้มเป็นระบบอัตโนมัติมากขึ้นลดความต้องการใช้แรงงานคนลง เพิ่มอำนาจต่อรองต่อผู้ประกอบการ

3.3 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

สถานการณ์ค่าเงินบาทมีความผันผวนอยู่ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ จึงต้องติดตามดูแลอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด ตลอดจนปัจจัยอื่น ที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการดำเนินการเพื่อลดปัจจัยความเสี่ยง เน้นใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น การทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

3.4 ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อ

ลูกหนี้ส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้การค้าต่างประเทศและติดต่อกำขายกันมานานไม่ค่อยมีปัญหาแต่หากเป็นลูกหนี้รายใหม่จะพิจารณาเข้มงวดมากขึ้น โดยอาจให้ลูกค้าชำระเงินล่วงหน้าบางส่วน ความเสี่ยงยังคงมี โดยต้องติดตามดูแลอย่างใกล้ชิดต่อไป

3.5 ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงด้านดอกเบี้ยเกิดจากเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวจากสถาบันการเงิน ซึ่งมีดอกเบี้ยในอัตราลอยตัว ฝ่ายบริหารเชื่อว่าความเสี่ยงเรื่องอัตราดอกเบี้ยมีน้อย ดังนั้นบริษัทไม่ได้ทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว

4 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

(1) ทรัพย์สินถาวรหลัก มูลค่าสุทธิ

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะสิทธิ	มูลค่า	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	บริษัทเป็นเจ้าของ	36.31	ติดจำนองมูลค่า 68 บาท
อาคาร	บริษัทเป็นเจ้าของ	197.92	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องจักร	บริษัทเป็นเจ้าของ	125.08	ไม่มีภาระผูกพัน

บริษัทและบริษัทย่อยมีสัญญาเงินเบิกเกินบัญชีและวงเงินสินเชื่ออื่นๆ กับธนาคารในประเทศเป็นเงิน รวม 1,373.20 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อดังกล่าวกำประกันในการจำนองที่ดินบางส่วนเนื้อที่ 11-1-5.1 ไร่ พร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่เป็นหลักประกัน

(2) เครื่องหมายการค้า

บริษัทมีเครื่องหมายการค้า คือ TC BOY และ TCB สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทเองเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศและเพิ่มยอดขาย ปัจจุบันตลาดภายในประเทศมีแนวโน้มขยายตัวเรื่อย ๆ เครื่องหมายการค้าดังกล่าวมีอายุ 10 ปี สามารถต่ออายุได้

(3) ในกรณีเป็นที่ดินหรืออาคารที่มีไว้เพื่อขายของบริษัทที่ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (แสดงตามราคาประเมิน)

สถานที่ตั้ง	ขนาด (ไร่)	ประเภทของ การถือสิทธิ	วัตถุประสงค์ของ การถือครอง	มูลค่าตามบัญชี (บาท)	ราคาประเมิน (บาท)
ตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี	13 - 2 - 94	น.ส. 3 ก.	เพื่อขาย	3,676,555	4,949,250

(4) สัญญาเช่าระยะยาว และข้อผูกพันของบริษัทตามสัญญา

สัญญาเช่า/ ให้เช่า	อายุสัญญา	ระยะเวลาที่เหลือ	สาระสำคัญ
1. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	3 ปี	5 เดือน	เพื่อทำทางเข้า-ออก
2. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	3 ปี	8 เดือน	เพื่อทำโรงอาหาร
3. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	3 ปี	2 เดือน	เพื่อทำเป็นอาคารสำนักงาน
4. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	5 ปี	2 ปี 5 เดือน	เพื่อทำเป็นลานจอดรถ กองเก็บของ และมีหลังคาล้อมรั้ว
5. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	15 ปี	1 ปี 1 เดือน	เพื่อวางท่อส่งน้ำมาใช้ในกิจการ
6. เช่าที่ดินบริษัทเอกชน	5 ปี	9 เดือน	เพื่อเป็นแหล่งน้ำ สำหรับนำมาใช้ในกิจการ
7. เช่าที่ดินกับเอกชน	20 ปี	7 ปี 1 เดือน	เพื่อทำเป็นอาคารที่จอดรถ

หมายเหตุ บริษัทมีสัญญาเช่าที่ดินระยะยาวกับการรถไฟแห่งประเทศไทย และบริษัทเอกชนที่ไม่เกี่ยวข้องกัน เพื่อใช้เป็นทางเข้า-ออก โรงเก็บสินค้า และเป็นแหล่งน้ำสำหรับนำมาใช้ในการกิจการ เป็นต้น

(5) ทรัพย์สินที่ไม่ได้ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

สถานที่ตั้ง	ประเภทของการถือสิทธิ	มูลค่าตามบัญชี (บาท)
1. อาคารพร้อมที่ดิน ต.ท่าทองใหม่ อ.กาญจนดิษฐ์ จ.สุราษฎร์ธานี	น.ส. 3ก.	5,853,841.26
2. อาคารพร้อมที่ดิน ต.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	น.ส. 3ก.	2,200,002.00
3. ที่ดิน ต.ตะโกละกาโปร์ อ.ยะหริ่ง จ.ปัตตานี	น.ส. 3ก.	54,650,267.00
4. ที่ดิน ต.ตลิ่งชัน อ.จะนะ จ.สงขลา	โฉนด	35,959,766.00
5. ที่ดิน ต.วัดขนุน อ.สิงหนคร จ.สงขลา	น.ส. 3ก.	17,500,000.00
6. ที่ดิน ต.นาหม่อม อ.นาหม่อม จ.สงขลา	น.ส. 3ก.	8,190,745.00
7. ที่ดิน ต.ปากนคร อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช	น.ส. 3	3,319,130.67
8. ที่ดิน ต.ม่วงงาม อ.สิงหนคร จ.สงขลา	โฉนด	1,837,105.00
9. ที่ดิน ต.ท่าทองใหม่ อ.กาญจนดิษฐ์ จ.สุราษฎร์ธานี	น.ส. 3ก.	1,172,510.00
10. ที่ดิน ต.หนองหล่ม อ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง	โฉนด	220,100.00

ทรัพย์สินที่มีการนำไปค้าประกัน/จำนอง

สถานที่ตั้ง	ประเภทของการถือสิทธิ	มูลค่าตามบัญชี (บาท)
ตำบลทุ่งใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เนื้อที่ 5-0-72.1 ไร่	โฉนด	จำนองกับ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย 36 ล้านบาท
ตำบลน้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เนื้อที่ 6-0-33 ไร่	น.ส. 3 ก.	จำนองกับ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย 32 ล้านบาท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

4.5 ข้อมูลทั่วไป

(1) ชื่อ สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่

ชื่อบริษัท: บริษัท ทropicคอลแคนนิง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ประเภทธุรกิจ: ผลิตและส่งออกอาหารทะเลแปรรูปบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง (Pouch)
ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาแซลมอนกระป๋อง ปลาซาร์ดีน
กระป๋อง ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง และอาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง

เลขทะเบียนบริษัท: 0107537000076

จำนวนและชนิดหุ้นจำหน่าย หุ้นสามัญ จำนวน 330 ล้านหุ้น

ที่ตั้งสำนักงานและโรงงาน: เลขที่ 1/1 หมู่ที่ 2 ตำบลทุ่งใหญ่ อำเภอลำลูกกา

จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ 90110

โทรศัพท์: + 66 (0)74 273600

โทรสาร: + 66 (0)74 273691-4

Home page : www.tropical.co.th

E-mail Address: info@tropical.co.th

1. นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้ว ทั้งหมดของนิติบุคคล การดำเนินการธุรกิจภายใต้กลุ่มธุรกิจของ บริษัท ทropicool แคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นไปในลักษณะการกระจายการลงทุนไปในกลุ่มธุรกิจต่อเนื่อง โดยมีกลุ่มนิติบุคคลที่บริษัทได้ถือหุ้น ตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมด ดังนี้

บริษัท/สถานที่ตั้ง	โทรศัพท์/ โทรสาร	ประเภทธุรกิจ/ลักษณะการดำเนินงาน	ชนิดและจำนวนของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด	
			ชนิด	จำนวนหุ้น
1.บจ.อีโอฟาร์ 898/15 ชั้นที่10 อาคาร สำนักงานที่ 2 เอสวีซีดี ถ.พระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพ 10120	Tel. 02-682-5482-7 Fax. 02-682-5488	ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนในการติดต่อและ ประสานกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและ เอกชนที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และเขต ปริมณฑล ทางด้านเอกสารทางการค้าต่างๆ ทั้งการค้าภายในประเทศและการส่งออก โดยลูกค้ากลุ่มหลักคือบริษัทต่างๆ ในกลุ่ม ธุรกิจเครื่อง	หุ้นสามัญ	1 ล้านหุ้น
2.บจ.ทropicoolแพคเกจจิ้ง 80 หมู่ที่ 8 ต.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	Tel. 074-273-600 Fax. 074-273-691-4	ธุรกิจซ่อมบำรุง ดำเนินการซ่อม/สร้าง เครื่องจักรในอุตสาหกรรมผลิตอาหาร กระป๋อง โดยดำเนินการเพื่อสนับสนุน กิจการในเครือเป็นหลัก	หุ้นสามัญ	1.8 ล้านหุ้น
3.บจ. ฟาร์มเฟรชโปรดักส์ มานูแฟกเจอร์ 98 หมู่ที่ 2 ต.หนองหล่ม อ.ห้วยฉัตร จ.ลำปาง 52190	Tel. 054-368-039 Fax. 054-368-039	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะเขือเทศแปรรูป มีผลิตภัณฑ์หลักคือ น้ำมะเขือเทศ เข้มข้น มีลูกค้าในกลุ่มโรงงานผู้ผลิตปลาใน ซอสมะเขือเทศ	หุ้นสามัญ	1.25 ล้านหุ้น
4.บจ. ทropicool ฟร็อพเพอร์ดี แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ 115 ถ.พลพิชัย ต.คอหงส์อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	Tel. 074-273-600 Fax. 074-273-691-4	ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ	10 ล้านหุ้น
5. PT. MEDAN TROPICAL CANNING & FROZEN INDUSTRIES . Jl. K.L. Yos Sudarso Km. 10,5 Kawasan Industri Medan, Medan 20242, North Sumatera, Indonesia www.indonesiaseafood.com	Tel.(62 - 61) 6850038 Fax. (62-61) 6851330, 6851973	ผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง และแช่แข็ง	หุ้นสามัญ	12,486 หุ้น

(3) บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

(ก) นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : 0 2229-2800

โทรสาร : 0 2654-5427

(ข) ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้

- ไม่มี -

(ค) ผู้ตรวจสอบบัญชี

บริษัทเคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

ชั้น 50 เอ็มไพร์ทาวเวอร์

195 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร

กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ (02) 677 2000 โทรสาร (02) 677 2222

นางสาวอรรณพ ชุณหกิจไพศาล

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 6105 หรือ

นายวิเชียร ธรรมตระกูล

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 3183 หรือ

นายไวยโรจน์ จินตามณีพิทักษ์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 3565 หรือ

นางสาวบงกช อ่ำเสงี่ยม

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 3684

(ง) ที่ปรึกษาทางกฎหมาย

บริษัท เอทีซีแอล คอนซัลแทนส์ จำกัด

2074/30-31 ซอยโรงแรมแม่น้ำ ถนนเจริญกรุง

แขวงวัดพระยาไกร เขตบางคอแหลม

กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ (02) 2917451-2, 2917134

(จ) ปรึกษาทางการเงิน

- ไม่มี -

(ฉ) ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ - ไม่มี -

4.6 ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

-ไม่มี-