

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท หรือกลุ่มบริษัทในภาพรวม

วิสัยทัศน์ บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำระดับโลกในการผลิตอาหารทะเลด้วยประสิทธิภาพที่ยอดเยี่ยม การตอบสนองการให้บริการลูกค้าที่ดีและเป็นพันธมิตรที่ดีของลูกค้าเป็นเวลายาวนาน

- 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 การปฏิบัติการแก้ไขและป้องกันไม่ล่าช้ากว่าเป้าหมายที่กำหนด
- 6) จำกัดข้อบกพร่องที่เกิดจากสาเหตุเดิม ไม่ให้เกินเป้าหมายที่กำหนด

เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทยังมุ่งมั่นในการพัฒนากลยุทธ์ เพื่อเป็นผู้นำระดับโลกในการผลิตอาหาร โดยมีกลยุทธ์หลัก 3 ด้าน ในการดำเนินงานดังนี้

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

1.2 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญ

โครงสร้างการถือหุ้น การจัดการ และการประกอบธุรกิจ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมีการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ตามภาระกิจของบริษัทด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและเที่ยงธรรม ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างยิ่ง ลดต้นทุนเพิ่มผลผลิต เพิ่มความสามารถในการทำกำไรโดยการหาผลิตภัณฑ์โดยใช้นวัตกรรมใหม่ด้วยการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

กลุ่มธุรกิจของบริษัทเป็นไปในลักษณะการกระจายการลงทุนไปในกลุ่มธุรกิจต่อเนื่องสนับ

สนับสนุนและให้บริการ แต่จากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่มีผลกระทบทั่วโลก บริษัทได้เน้นพัฒนาปรับปรุงในธุรกิจหลักเพื่อให้ยืนหยัดอยู่รอด และสามารถแข่งขันได้ และพยายามลดบทบาทและเลิกธุรกิจต่อเนื่องที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ ไม่สามารถสร้างรายได้และให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาการ

บริษัททรอปิคอลแคนนิง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตและส่งออกอาหารทะเลแปรรูปบรรจุกระป๋อง และบรรจุซอง (Pouch) ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาแซลมอนกระป๋อง ปลาซาร์ดีนกระป๋อง ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง และอาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง

พ.ศ. 2523 บริษัททรอปิคอลแคนนิง (ประเทศไทย) จำกัด เริ่มดำเนินการผลิตและส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง โดยเป็นการร่วมทุนระหว่างผู้ถือหุ้นคนไทยและคนมาเลเซีย

พ.ศ. 2533 จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน

พ.ศ. 2537 จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด

พ.ศ. 2540 -ได้รับการรับรองมาตรฐาน Good Manufacturing Practice (GMP) จากกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

-ได้รับการรับรอง มาตรฐาน Hazard Analysis And Critical Control Point (HACCP) จากกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

พ.ศ. 2541 ได้รับการรับรองเครื่องหมายรับรองสินค้า HALAL จากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

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	ได้รับการรับรอง คุณภาพผลิตภัณฑ์ จาก โครงการยกระดับสถานที่ผลิตอาหาร (Food Safety) ของกระทรวงสาธารณสุข
พ.ศ. 2547	-ได้รับการรับรองมาตรฐาน Hazard Analysis And Critical Control Point (HACCP) ในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงบรรจุก่อนแปรรูป จากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตร และสหกรณ์
พ.ศ. 2547	-ได้รับการรับรองระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001:1996 จาก TUV Rheinland (Thailand)
	-ได้รับการรับรองระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001 จาก TUV Rheinland (Thailand)
	-ได้รับการรับรองสถานประกอบการดีเด่นด้านการจัดการคุ้มครองความปลอดภัย ใน การทำงานการจัดการดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงาน และคุ้มครอง สุขภาพ อนามัยระดับ จังหวัด ของจังหวัดสงขลา
	-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) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
	-ได้รับการรับรองมาตรฐาน Woolworths Quality Assurance (WQA) Standard จาก SGS
พ.ศ. 2550	-ได้รับการรับรองสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและ สภาพแวดล้อมในการทำงานระดับจังหวัดของจังหวัดสงขลา

- พ.ศ. 2554 - ได้รับการรับรองมาตรฐานการประมงแปรรูปแบบยั่งยืน MSC Chain of Custody Standard จาก บริษัท SGS (Thailand)
- พ.ศ. 2557 - ได้รับการรับรองสถานภาพผู้ประกอบการระดับมาตรฐานเออีโอ(AEO Certificate) จากกรมศุลกากร

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

จากสถานะเศรษฐกิจโลกมีสัญญาณชะลอตัว โดยเฉพาะสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น จีน อุตสาหกรรมการผลิตยังมีความอ่อนแอต่อการฟื้นตัว เศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบจากการหดตัวของการส่งออก การบริโภคและการลงทุนชะลอตัว แต่บริษัทสามารถฝ่าฟันอุปสรรค ท่ามกลางมาตรการกีดกันทางค้า และการแข่งขันที่รุนแรง บริษัทสามารถขายได้เพิ่มขึ้น ทำให้ผลิตมากขึ้น และต้นทุนลดลงส่งผลให้มีผลกำไร

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

บริษัท อีโลฟาร์ จำกัด (E) ดำเนินการบริการหรือเป็นตัวแทนให้กับบริษัทในการติดตามงาน ประสานงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมของบริษัทที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงการเป็นผู้ประสานงานกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าตราที่ซีบีของบริษัท โดย

เน้นตลาดภายในประเทศ และกลุ่มประเทศอาเซียน อีกทั้งช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของบริษัทออกสู่ตลาด

นอกจากนี้ยังมีทีมงานฝ่ายขายสินค้ากลุ่มทุนน้ำและแหลมอนี่เน้นจำหน่ายไปยังกลุ่มร้านอาหาร โรงแรม และอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ HoReCa (Hotel Restaurant Catering)ภายใต้ตราสินค้าซาฟโคล

โดยรายได้ของบริษัทเกิดจากการซื้อมา-ขายไปของสินค้า รวมถึงการได้รับค่าที่ปรึกษา และค่านายหน้าจากยอดขาย และ/หรือบริการต่างๆ

2.2 โครงสร้างรายได้

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	%ในการถือหุ้น ของบริษัท	ปี 2557	ปี 2556
1. ผลิตและส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง	บมจ.ทรอปิคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) (TC)	-	5,530.57	4,371.43
2. จำหน่ายและบริการ	บจ.อีโอฟาร์ (E)	99.99	67.56	73.88
3.อสังหาริมทรัพย์	บจ.ทรอปิคอลพร็อพเพอร์ตี้ แอนด์ ดีเวลลอปเมนต์ (TPD)	99.99	1.40	10

2.3 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ทรอปิคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ดำเนินการผลิตและส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง 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 บริษัทยังสามารถพัฒนาทักษะในการผลิตจนมีความเชี่ยวชาญในการผลิตในทุกกลุ่มสินค้าจากประสบการณ์ในการประกอบการที่ยาวนานกว่า 30 ปี โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่เน้นทักษะแรงงาน (Skilled Labor) ในการผลิต เพื่อลดต้นทุนต่อหน่วย นอกจากนี้บริษัทยังสามารถวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Product Differentiate) ทั้งด้านรสชาติ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เพื่อสามารถแข่งขันในตลาดใหม่เพิ่มมูลค่าสินค้า

ในส่วนของการบริหารจัดการในภาพรวมขององค์กร จากประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมา ทำให้ ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท มีความสามารถบริหารงานในระดับสากลโดยสามารถจัดการด้านเครือข่ายด้านการตลาด การจัดหา วัตถุดิบ การใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อลดต้นทุนและพัฒนาขั้นตอนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ

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 ปี
สิ้นสุดของการได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิในอัตราร้อยละห้าสิบของ
อัตรากำหนดห้าปี คือ ปี พ.ศ. 2559

(2) สิทธิอื่น

เครื่องหมายการค้า เช่น TC BOY , TCB, SAFCOL, SNAPPY TOM , POUNCE,
โอชะ เป็น BRAND ที่สร้างขึ้นเอง เพื่อใช้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัท และบริษัทในเครือสามารถ
ใช้ได้ตลอดไป

(3) ข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ - ไม่มี-

2.4 การตลาดและการแข่งขัน

ปี 2557 สภาวะเศรษฐกิจโลกมีสัญญาณชะลอตัว โดยเฉพาะประเทศในกลุ่ม สหภาพ
ยุโรป ญี่ปุ่น รวมทั้งจีน สหรัฐอเมริกาเข้าสู่สภาวะการฟื้นตัว อุตสาหกรรมการผลิตยังมีความ
อ่อนแอต่อการฟื้นตัว ด้านการลงทุนหดตัวแต่เป็นไปในทิศทางบวก อัตราการจ้างงานสูงขึ้น

เศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบที่สำคัญมาจากการหดตัวของ การส่งออก การบริโภค
และการลงทุนที่ชะลอตัว รวมทั้งภาคการท่องเที่ยวที่หดตัวอันเป็นผลมาจากวิกฤตการณ์ในช่วง
ต้นปี ขณะเดียวกันการบริโภคภาคประชาชนมีการชะลอตัวรวมถึงรายได้ภาคเกษตรซึ่งได้รับ
ผลกระทบจากราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ โดยเฉพาะข้าว และยางพารา บริษัทสามารถเพิ่มยอดขาย ทำ
ให้มีการผลิตเพิ่มขึ้น ต้นทุนลดลง มีกำไรเพิ่มขึ้น

แนวโน้มปี 2558 คาดว่าการบริโภคภายในประเทศ การลงทุน อุตสาหกรรมการ
ส่งออกจะขยายตัวมีปัจจัยสนับสนุนจากเศรษฐกิจโลกฟื้นตัว เศรษฐกิจเอเชียยังคงขยายตัวได้ดี
อัตราดอกเบี้ยทรงตัวในระดับต่ำ การปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การสร้างโครงสร้าง
พื้นฐานของรัฐบาล นโยบายการเงินและการคลังกระตุ้นเศรษฐกิจ การปรับโครงสร้างการผลิตของ
ภาคเอกชนที่ใช้เทคโนโลยีทดแทนแรงงานมากขึ้น การพัฒนาระบบ 4G ส่วนปัจจัยที่บั่นทอน
เศรษฐกิจ ได้แก่ สถานการณ์ทางการเมืองไทย ความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ
โลก ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ภาระหนี้ครัวเรือนยังคงทรงตัวอยู่ในระดับสูง ภัย
ธรรมชาติ และต้นทุนการผลิตและต้นทุนค่าครองชีพยังทรงตัวในระดับสูง บริษัทจำเป็นต้อง

ติดตามสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างใกล้ชิดและคำนึงถึงปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ เพื่อให้สามารถลดต้นทุนและ
รองรับการแข่งขันได้

(1) ตลาดเป้าหมาย

กลุ่มตลาดเป้าหมายของบริษัท แยกเป็น 2 กลุ่ม

(1.1) ตลาดส่งออก

ยอดส่งออกมีสัดส่วนถึงร้อยละ 96.84 ของยอดขายทั้งหมด มีลูกค้า
กลุ่มลูกค้าประเทศในทวีปเอเชีย แอฟริกา สหภาพยุโรป และออสเตรเลีย โดยจำแนกได้ดังนี้

ปี 2557	ลำดับที่	กลุ่มประเทศ	% ของยอดขาย
	1	เอเชีย	80.34
	2	แอฟริกา	19.44
	3	สหภาพยุโรป	0.19
	4	ออสเตรเลีย	0.03

(1.2) ตลาดภายในประเทศ

ปี 2557 สินค้าที่จำหน่ายในประเทศไม่ว่าจะเป็นช่องทางค้าปลีก, ค้า
ส่ง หรือกลุ่ม HoReCa (Hotel Restaurant Catering) มียอดขายคิดเป็นร้อยละ 3.16 ของยอดขาย
ทั้งหมด ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2556 สาเหตุหลักเกิดจากปัญหาด้านเศรษฐกิจของประเทศ
สินค้าเกษตรตกต่ำ การบริโภคภายในประเทศชะลอตัว การท่องเที่ยวชะงัก เป็นต้น

บริษัทพยายามออกผลิตภัณฑ์ใหม่ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด
ขยายช่องทางการจำหน่าย ผ่าน 7-Eleven ในปี 2558 หากเศรษฐกิจและภาคเอกชนมีการบริโภค
ขยายตัว การเมืองนิ่งมีเสถียรภาพ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น น่าจะมีส่วนทำให้ตลาดขยายตัวสามารถเพิ่ม
ยอดขาย

(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 34.16 ของยอดส่งออกเป็นการส่งออกโดยตรง และผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของลูกค้าผู้นำเข้า มีกลุ่มลูกค้าในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง เช่น ปลาทูน่าในน้ำเกลือ ปลาทูน่าในน้ำมัน และ ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าแปรรูปพร้อมทาน อีกส่วนหนึ่งประมาณร้อยละ 65.84 ของยอดส่งออกใช้ช่องทางการตลาดโดยให้ บริษัททรอปิคอลคอนโซลิเดเตดคอเปอร์ชั่น เอสดีเอ็น บีเอชดี (Tropical consolidated Corp. Sdn. Bhd.) เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยได้รับกำไรส่วนเกินจากการขาย และมีความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างกันมายาวนาน

สำหรับการดำเนินการทางการตลาดของบริษัททรอปิคอล คอนโซลิเตด เตต คอปอเรชั่น เอสดีเอ็น บีเอชดี (Tropical consolidated Corp. Sdn. Bhd.) นั้น ได้ทำกิจกรรมทางการตลาดให้กับบริษัท ในทุกภูมิภาคทั่วโลก โดยแสวงหากลุ่มผู้นำเข้าสินค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเองและมีความเชี่ยวชาญในทางการตลาดในพื้นที่ภูมินาณั้นๆ เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดออสเตรเลียที่เป็นตลาดหลัก มีกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง ปลาทูน่า ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าพร้อมทาน ปลาแชลมอน ผลิตภัณฑ์ปลาแชลมอนพร้อมทาน และอาหารสัตว์เลี้ยง

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

(ข) การตลาดภายในประเทศ

บริษัทตั้งเป้าหมายเพื่อกระจายสินค้าได้ครอบคลุมตลาดทั่วประเทศเพิ่มมากขึ้น ภายใต้ตราสินค้าทีซีบี (TCB) ทางบริษัทได้ร่วมกับบริษัทตัวแทนจำหน่ายในการบริหารจัดการสินค้าที่ดี มีประสิทธิภาพ ทำให้สินค้าตราทีซีบี (TCB) พร้อมจำหน่ายอยู่เสมอร้านค้าต่าง ๆ ตลอดจนถึงผู้บริโภคมีความมั่นใจในสินค้าของบริษัทเพิ่มมากขึ้น โดยในปีที่ผ่านมาทางบริษัทสามารถขยายช่องทางการจำหน่ายเข้าไปใน 7-Elevenได้อีกช่องทางหนึ่ง

(2.5) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1) กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ปี 2557		ปี 2556		ปี 2555	
	ปริมาณ	อัตราเพิ่ม (ลด) ปริมาณการผลิต	ปริมาณ	อัตราเพิ่ม (ลด) ปริมาณการผลิต	ปริมาณ	อัตราเพิ่ม (ลด) ปริมาณการผลิต
<u>อาหารทะเลบรรจุกระป๋อง</u>						
กำลังการผลิตเต็มที่ (ตัน)	62,755		62,755		62,755	
กำลังการผลิตจริง (ตัน)	47,086	15.87%	40,634	(12.41%)	46,395	11.09%
กำลังการผลิต (%)	75.03		64.75		73.93	

หมายเหตุ : สามารถทำการผลิตได้ 2 กะ แต่ดำเนินการผลิตจริงเพียง 1 กะ

ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.87 ประกอบด้วย กลุ่มผลิตภัณฑ์ทูน่า กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทาน กลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยง โดยมีสัดส่วนปริมาณการผลิต 86 : 9: 5

ส่วนของบุคลากรซึ่งบริษัทให้ความสำคัญในการพัฒนามูลค่าการเป็นอย่างมาก 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 ใช้วางแผนและบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลอย่างต่อเนื่องเพิ่มศักยภาพขององค์กรให้สามารถแข่งขันได้ ภายใต้สภาวะการแข่งขันของตลาดโลกที่ได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น บริษัทจึงนำ ระบบสารสนเทศ ERP (Enterprise Resource Planning) ซึ่งเป็นระบบสารสนเทศสำเร็จรูปที่ได้รับความนิยมทั่วโลก ทำให้บริษัทเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้สูงขึ้นกว่าระบบเดิมเนื่องจากบริษัทมีระบบฐานข้อมูลการผลิตที่ทันสมัย

2) วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (SUPPLIER)

บริษัทใช้วัตถุดิบการผลิตจากต่างประเทศ ร้อยละ 70 ของปริมาณการใช้วัตถุดิบทั้งหมด ทำให้เผชิญกับความเสี่ยงในการดำเนินงานจากความผันผวนด้านราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวขึ้นลงตามราคาตลาดโลก ซึ่งปี 2557 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
 หนึ่งให้สุกด้วยไอน้ำ แยกเลือดปลา และชุดทำความสะอาด คัดเกรดแยก
 ผลิต ตามตลาด บรรจุและ ชั่งน้ำหนัก เติมน้ำเกลือหรือน้ำมันพืช ปิดผนึก
 ด้วยเครื่องปิดผนึก (Steamer) ล้าง ทำความสะอาดกระป๋องก่อนฆ่าเชื้อ
 ด้วยหม้อฆ่าเชื้อแบบ 6 ตะกร้า ปล๋อยไว้ให้เย็น ตรวจสอบคุณภาพและติด
 ฉลาก/บรรจุกล่อง จำหน่าย

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

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

กลุ่มที่สาม กลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง (Pet Food) มีผลิตภัณฑ์หลัก คือ อาหารสัตว์
 เลี้ยงจากวัตถุดิบปลาซาร์ดีน อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบปลาทูน่าและ
 อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบเครื่องในสัตว์

ขั้นตอนการผลิต คือ นำวัตถุดิบ ล้างทำความสะอาดคัดสิ่งเจือปนออก เข้า
 เครื่องตัดปลาเป็นชิ้นเล็กๆ ให้ได้ขนาด 2-3 เซนติเมตร บรรจุใส่กระป๋อง
 เติมน้ำมันหรือน้ำเจลลี่ ปิดผนึกด้วยเครื่อง ปิดผนึก(Steamer) ล้างทำ
 ความสะอาดกระป๋องก่อนฆ่าเชื้อด้วยหม้อฆ่าเชื้อแบบ 6 ตะกร้า ปล๋อยไว้
 ให้เย็น 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 รวมทั้งใส่ปลา เครื่องในปลา ก็ส่งขายโรงงานอาหารสัตว์

(ค) น้ำมันปลา ที่ได้จากเครื่องแยกน้ำมันปลา น้ำนึ่งปลา ได้ส่งขายเป็นส่วนผสม สำหรับอาหารเลี้ยงกุ้ง, อาหารสัตว์

(ง) ขยะมูลฝอย เช่น เศษอาหาร เศษกระดาษ ถุงพลาสติก เป็นต้น ได้จัดตั้งเก็บอย่าง มีดัดจริต และว่าจ้างทางเทศบาลนครหาดใหญ่ จัดรถขนทุกวัน

ทั้งนี้ในทุกขั้นตอนของการบำบัดน้ำเสียของเสีย การนำวัสดุเหลือใช้มาใช้ประโยชน์ได้รับการดูแลเอาใจใส่อย่างดี แทบจะไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการดำเนินงานภายใต้การบริหารจัดการ ทางด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐที่ดูแลผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมได้เอาใจใส่ให้คำแนะนำและดูแลอย่างใกล้ชิดโดยผลของการปฏิบัติงานจริงสามารถควบคุมให้ เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้บริษัทได้มุ่งมั่นในการพัฒนาการใช้พลังงานแบบองค์ รวม และพัฒนาการนำพลังงานที่ได้จากขั้นตอนการบำบัดน้ำเสียของเสีย นำกลับมาใช้เป็นพลังงานให้เกิด ประโยชน์อีกครั้งหนึ่ง การใช้น้ำในระบบ Re-Cycle และการรณรงค์ปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงานทุกคนให้ ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

2.6 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

งานที่ยังไม่ส่งมอบมีน้อยมาก เนื่องจากการผลิตตามคำสั่งซื้อส่วนปัจจัยตาม ฤดูกาลมีผลกระทบ เช่น วัตถุดิบไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับมรสุมทางทะเล ก็ได้มีการพยากรณ์และแก้ปัญหาการ ส่งมอบ โดยการทำสินค้าในบางส่วนล่วงหน้าเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบตามช่วงฤดู

บริษัท อีโอฟาร์ จำกัด (E)

1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ติดตามงาน ประสานงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมของบริษัทที่เกิดขึ้นใน กรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงการเป็นผู้ประสานงานกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าตราที่ ซิปิของบริษัท โดยเน้นตลาดภายในประเทศ และกลุ่มประเทศอาเซียน อีกทั้งช่วยในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของบริษัทออกสู่ตลาด

นอกจากนี้ยังมีทีมงานฝ่ายขายสินค้ากลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ตและแฟรนไชส์ที่เน้นจำหน่ายไปยังกลุ่ม ร้านอาหาร โรงแรม และอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ HoReCa (Hotel Restaurant Catering) ภายใต้ตรา สินค้าชาฟโคล นอกจากนี้ได้ขยายช่องทางการจำหน่ายผ่าน 7-Eleven โดยรายได้ของบริษัทเกิดจากการซื้อมา-ขายไปของสินค้า รวมถึงการได้รับค่าที่ปรึกษา และค่านายหน้าจากยอดขาย และ/หรือ บริการต่างๆ

2. การตลาดและสถานะการแข่งขัน

จากภาพรวมของตลาดที่ค่อนข้างซับซ้อนทำให้หลายบริษัทพยายามกระตุ้นยอดขายด้วย รายการส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ทั้งห้างค้าปลีก-ส่งสมัยใหม่ (Modern Trade) หรือห้างท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศ (General Trade) ซึ่งในส่วนของ บริษัทก็ได้มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับแผนงาน รวมถึงสถานะการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น

สำหรับสินค้าของบริษัท ทางบริษัทมุ่งเน้นอย่างมากในด้านของคุณภาพวัตถุดิบ ตลอดจนมาตรฐานการผลิตเพื่อให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ถึงคุณภาพ ตลอดจนความคุ้มค่าในการเลือกรับประทานสินค้าของทางบริษัท

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

งานบริการ ประสานงานจะต้องรวดเร็วมีประสิทธิภาพ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสถานะการแข่งขันที่สูงยิ่งขึ้นรวมถึงการพยายามมองหาโอกาสใหม่ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า และสร้างผลตอบแทนแก่บริษัทที่สูงขึ้นในระยะยาว

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ - ไม่มี -

บริษัท ทรอปิคอลแพคเกจจิ้ง จำกัด (TP)

บริษัทได้หยุดดำเนินการ รอการชำระบัญชี

บริษัท ทรอปิคอลฟร็อพเพอร์ตี้ แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (TPD)

บริษัทได้ทยอยขายอสังหาริมทรัพย์ที่มีอยู่

บริษัทฟาร์มเฟรชโปรดักส์มานูแฟเจอริง จำกัด (FPM)

บริษัทได้หยุดดำเนินการ รอจำหน่ายทรัพย์สิน และรอการชำระบัญชี

3 ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการจัดหาและราคาวัตถุดิบ

ความผันผวนของส่วนต่างของราคาวัตถุดิบ วัสดุบรรจุภัณฑ์ ส่วนผสม ที่ผันแปรตามแนวโน้มเศรษฐกิจ ฤดูกาล และปัจจัยเฉพาะ อาทิ โรคระบาด ภัยพิบัติ รวมทั้งการผันผวนของราคาน้ำมันส่งผลต่อต้นทุนของผลิตภัณฑ์

แนวทางการดำเนินการเพื่อลดปัจจัยความเสี่ยง มีห้องเย็นเพื่อให้สามารถเก็บวัตถุดิบได้เพียงพอ มีการจัดการหมุนเวียนสินค้าคงคลังให้เหมาะสม มีการวางแผนการขายสินค้าล่วงหน้า และการซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าให้สอดคล้องกัน เพื่อให้สามารถกำหนดราคาขายตามราคาตลาดในช่วงนั้น ๆ ได้อย่างเหมาะสม

3.2 ความเสี่ยงทางด้านการตลาดและภาวะการแข่งขัน

นโยบายภาครัฐของแต่ละประเทศ รวมถึงมาตรการกีดกันการกำหนดโควตา การนำเข้ามาตรการสนับสนุนผู้ผลิตภายในประเทศ เช่น US Antidumping ของสหรัฐอเมริกา และ GSP ของยุโรป ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจโลก ตลาดตะวันออกกลางที่ประสบปัญหาความไม่สงบในบางประเทศ ผู้ผลิตมีจำนวนมาก สินค้าไม่แตกต่างกันทำให้การแข่งขันด้านราคาค่อนข้างรุนแรง ผู้ผลิตจึงต้องกำหนดราคาตามตลาดผู้ผลิตที่มีกำลังการผลิตขนาดใหญ่ได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต สามารถเป็นผู้นำด้านการปรับราคาขายได้

แนวทางการดำเนินการ เพื่อลดปัจจัยความเสี่ยง แนวโน้มความกังวลด้านสุขภาพของผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหญ่หลายรายพยายามสร้างตราผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมเพื่อความภักดีในตราผลิตภัณฑ์ระยะยาว ทำให้ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ที่มีตราผลิตภัณฑ์แข็งแกร่งมีแนวโน้มสูงขึ้น

กระบวนการผลิตมีแนวโน้มเป็นระบบอัตโนมัติมากขึ้นลดความต้องการใช้แรงงานคนลง ลดต้นทุนเพิ่มอำนาจต่อรองต่อผู้ประกอบการ

3.3 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

สถานการณ์ค่าเงินบาทมีความผันผวนอยู่ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ จึงต้องติดตามดูแลอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด ตลอดจนปัจจัยอื่น ที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการดำเนินการเพื่อลดปัจจัยความเสี่ยง เน้นใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น การทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

3.4 ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อ

ลูกหนี้ส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้การค้าต่างประเทศและติดต่อกับขายกันมานาน จากสถานะเศรษฐกิจโลกชะลอตัวและมีความเสี่ยง การให้สินเชื่อกับลูกค้านี้ต้องระมัดระวัง ลูกหนี้มีโอกาสขยายเวลาการชำระหนี้ออกไป ทำให้บริษัทมีความเสี่ยง ต้องมีการติดตามดูแลอย่างใกล้ชิด และประเมินเป็นระยะๆ

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	184.81	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องจักร	บริษัทเป็นเจ้าของ	112.65	ไม่มีภาระผูกพัน

บริษัทและบริษัทย่อยมีสัญญาเงินเบิกเกินบัญชีและวงเงินสินเชื่ออื่นๆ กับธนาคารในประเทศ เป็นเงิน รวม 1,344.75 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อดังกล่าวค้ำประกันในการจำนองที่ดินบางส่วนเนื้อที่ 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	2 ปี 5 เดือน	เพื่อทำทางเข้า-ออก
2. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	-	-	เพื่อทำโรงอาหาร (อยู่ระหว่างต่ออายุ)
3. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	-	-	เพื่อทำเป็นอาคารสำนักงาน (อยู่ระหว่างต่ออายุ)
4. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	5 ปี	1 ปี 5 เดือน	เพื่อทำเป็นลานจอดรถ กองเก็บของ และมีหลังคาล้อมรั้ว
5. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	15 ปี	1 เดือน	เพื่อวางท่อส่งน้ำมาใช้ในการกิจการ(อยู่ระหว่างต่ออายุ)
6. เช่าที่ดินบริษัทเอกชน	3 ปี	2 ปี 9 เดือน	เพื่อเป็นแหล่งน้ำ สำหรับนำมาใช้ในการกิจการ
7. เช่าที่ดินกับเอกชน	20 ปี	6 ปี 1 เดือน	เพื่อทำเป็นอาคารที่จอดรถ

หมายเหตุ บริษัทมีสัญญาเช่าที่ดินระยะยาวกับการรถไฟแห่งประเทศไทย และบริษัทเอกชนที่ไม่เกี่ยวข้องกัน เพื่อใช้เป็นทางเข้า-ออก โรงเก็บสินค้า และเป็นแหล่งน้ำสำหรับนำมาใช้ในการกิจการ เป็นต้น

(5) ทรัพย์สินที่ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ

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.ตะโกละกาโปร้ 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

ทรัพย์สินที่มีการนำไปค้ำประกัน/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

6.1 ข้อมูลทั่วไป

(1) ชื่อ สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่

ชื่อบริษัท: บริษัท ทropicคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ประเภทธุรกิจ: ผลิตและส่งออกอาหารทะเลแปรรูปบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง (Pouch)

ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาแซลมอนกระป๋อง ปลาชาร์ดิน

กระป๋อง ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง และอาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง

เลขทะเบียนบริษัท: 0107537000076

จำนวนและชนิดหุ้นจำหน่าย หุ้นสามัญ จำนวน 330 ล้านหุ้น

ที่ตั้งสำนักงานและโรงงาน: เลขที่ 1/1 หมู่ที่ 2 ตำบลทุ่งใหญ่ อำเภอลำทะเมนชัย

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

(2) ชื่อ สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ ประเภทธุรกิจ โทรศัพท์ โทรสาร จำนวนและชนิดของ
 หน้าที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของ
 จำนวนหุ้น ที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของนิติบุคคล ดังนี้

บริษัท/สถานที่ตั้ง	โทรศัพท์/ โทรสาร	ประเภทธุรกิจ/ลักษณะการดำเนินงาน	ชนิดและจำนวนของหุ้นที่ จำหน่ายได้ทั้งหมด	
			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 เอกชน ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และเขต ปริมณฑล ทางด้านเอกสารทางการค้าต่างๆ ทั้งการค้าภายในประเทศและการส่งออก โดยลูกค้ากลุ่มหลักคือบริษัทต่างๆ ในกลุ่ม ธุรกิจเครื่อง	หุ้นสามัญ	1 ล้านหุ้น
2.บจ.ทรอปิคอลแพคเกจจิ้ง 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 มานูแฟคเจอร์ริง 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. ทรอปิคอล 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	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 50-51 เอ็มไพร์ทาวเวอร์

1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร

กรุงเทพมหานคร 10120

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

นางสาวอรรณพ ชุนหกิจไพศาล

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 6105 หรือ

นายวิเชียร ธรรมตระกูล

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 3183 หรือ

นายไวยโรจน์ จินตามณีพิทักษ์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 3565 หรือ

นางสาวบงกช อ่ำเสงี่ยม

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 3684

(ง) ที่ปรึกษาทางกฎหมาย

บริษัท เอทีซีแอล คอนซัลแทนส์ จำกัด

84/55 ถนนเจริญกรุง 80

แขวงวัดพระยาไกร เขตบางคอแหลม

กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ (02) 2917451-2, 2917076-7, 2891206 โทรสาร (02) 2917134

(จ) ปรึกษาทางการเงิน - ไม่มี -

(ฉ) ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ - ไม่มี -

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

-ไม่มี-