

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท หรือกลุ่มบริษัท  
ในภาพรวม

วิสัยทัศน์ บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำระดับโลกในการผลิตอาหารทะเลด้วยประสิทธิภาพที่ยอดเยี่ยม การตอบสนองการให้บริการลูกค้าที่ดีและเป็นพันธมิตรที่ดีของลูกค้าเป็นเวลายาวนาน

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

#### วัตถุประสงค์

- 1) จัดระบบบริหารงานให้ได้ตามมาตรฐาน ISO9001 :2015
- 2) ผู้บริโภคปลอดภัยในการบริโภคสินค้าของบริษัท
- 3) สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า
- 4) ส่งมอบทันกำหนดเวลา
- 5) การแก้ไขและติดตามผล การปฏิบัติการแก้ไขและป้องกันไม่ล่าช้ากว่าเป้าหมายที่กำหนด
- 6) จำกัดข้อบกพร่องที่เกิดจากสาเหตุเดิม ไม่ให้เกินเป้าหมายที่กำหนด

### เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทยังคงมุ่งเน้นในการพัฒนากลยุทธ์ 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 เทียงธรรม ดำเนินการสอดคล้องตามกฎหมาย ให้เกิดความเสมอภาคเท่าเทียมกันและเป็นธรรมแก่ทุกกลุ่ม

### 1.2 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญ

บริษัทยังคงประกอบธุรกิจตามหลักจริยธรรม สอดคล้องตามข้อกำหนดกฎหมายให้มีความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างยิ่ง ใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยลดต้นทุนเพิ่มผลผลิต เพิ่มความสามารถในการทำกำไร โดยการหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ นำนวัตกรรมใหม่มาใช้ ค้นคว้าวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทไม่เปลี่ยนแปลง เน้นประกอบธุรกิจหลักให้มีความเจริญเติบโต สามารถแข่งขันได้ พยายามลดบทบาทและเลิกธุรกิจที่ไม่สามารถสร้างรายได้ และให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาการ

บริษัท ทรอปิคอลแคนนิง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตและส่งออกอาหารทะเลแปรรูปบรรจุกระป๋อง และบรรจุซอง (Pouch) ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาแซลมอนกระป๋อง ปลาชาร์คินกระป๋อง ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง และอาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง

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

พ.ศ. 2533 จัดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน

พ.ศ. 2537 จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด

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

-ได้รับการรับรองมาตรฐาน Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) จากกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

พ.ศ. 2541 ได้รับการรับรองเครื่องหมายรับรองสินค้า HALAL จากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

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

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

พ.ศ. 2546 ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์จากโครงการยกระดับสถานที่ผลิตอาหาร (Food Safety) ของกระทรวงสาธารณสุข

- พ.ศ.2547 -ได้รับการรับรองมาตรฐาน Hazard Analysis And Critical Control Point (HACCP) ในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงบรรจุนะปีดพนักจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ได้รับการรับรองระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001:1996 จาก TUV Rheinland (Thailand)
- ได้รับการรับรองระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001 จาก TUV Rheinland (Thailand)
- ได้รับการรับรองสถานประกอบการดีเด่นด้านการจัดการคุ้มครองความปลอดภัยในการทำงาน การจัดการดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงาน และคุ้มครองสุขภาพอนามัยระดับจังหวัดของจังหวัดสงขลา
- 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 -ได้รับการรับรองสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับจังหวัดของจังหวัดสงขลา
- พ.ศ. 2554 -ได้รับการรับรองมาตรฐานการประมงแปรรูปแบบยั่งยืน MSC Chain of Custody Standard จาก บริษัท SGS (Thailand)

- พ.ศ. 2557 ได้รับการรับรองสถานภาพผู้ประกอบการระดับมาตรฐานเออีโอ (AEO Certificate) จากกรมศุลกากร
- พ.ศ. 2558 ได้รับใบประกาศเกียรติคุณดำเนินการโครงการสถานประกอบการปลอดภัยเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในโอกาสฉลองพระชนมายุ 60 พรรษา 2 เมษายน 2558
- พ.ศ. 2562 -ได้รับเกียรติบัตรดำเนินการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานในสถานประกอบการระดับทอง จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน
- ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลระบบ ISO45001:2018 การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานจาก BSI Group (Thailand) Company Limited

บริษัททอปปิคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (TC) ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง ปลาซาร์ดีนกระป๋อง ปลาแซลมอนกระป๋อง อาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง รวมถึงผลิตภัณฑ์บรรจุซอง (Pouch) ปัจจุบันได้ขยายสายการผลิตไปสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มมากขึ้น และมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองผู้บริโภคในหลายกลุ่มลูกค้า วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศร้อยละ 80 นอกเหนือจากนั้นยังใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งผลิตภายในประเทศ ได้แก่ ปลาซาร์ดีน ผักสด เครื่องเทศ สมุนไพร ดังนั้น ผลิตภัณฑ์จึงมีความเด่นในด้านรสชาติ และความสด ใหม่จากธรรมชาติ ซึ่งมีความหลากหลายตามความต้องการของกลุ่มลูกค้านานาชาติ

ภาวะเศรษฐกิจไทย การส่งออกติดลบอยู่ในภาวะชะลอตัวชัดเจน การตัดสิทธิประโยชน์ GSP สินค้าไทย ความผันผวนของค่าของเงินดอลลาร์สหรัฐส่งสัญญาณการลงทุนและกำลังซื้อลดลงต่อเนื่อง จากความขัดแย้งในตะวันออกกลาง เศรษฐกิจจีนชะลอตัว วิกฤตจากไวรัสโควิด-19 ที่ระบาดทั่วโลก มีผลทำให้เศรษฐกิจไทยมีอัตราการขยายตัวไม่แน่นอน และผันผวนสูงมาก การเจริญเติบโตต่ำกว่าศักยภาพต่อเนื่องยาวนาน

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

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

นอกจากนี้ยังมีทีมงานฝ่ายขายสินค้ากลุ่มปลาทูน่า และแซลมอนที่เน้นจำหน่ายไปยังกลุ่มร้านอาหาร โรงแรม และอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ HoReCa (Hotel Restaurant Catering ) ภายใต้ตราสินค้าซาฟโคโล ตลอดจนอาหารสัตว์เลี้ยงภายใต้สินค้าตราสแนปปีทอม(อาหารแมว) และฮัก(อาหารสุนัข)

โดยรายได้ของบริษัทเกิดจากการซื้อมา-ขายไปของสินค้า รวมถึงการได้รับค่าที่ปรึกษา และค่านายหน้าจากยอดขาย และ/หรือบริการต่างๆ

## 2.2 โครงสร้างรายได้

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	%ในการถือหุ้นของบริษัท	ปี 2562	ปี 2561
1. ผลิตและส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง	บมจ.ทรอปికอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) (TC)	-	4,889.39	5,019.43
2. จำหน่ายและบริการ	บจ.อีโอฟาร์ (E)	99.99	77.85	76.40

## 2.3 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### บริษัท ทรอปิกอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ดำเนินการผลิตและส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง โดยตลอดระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา ได้มีการพัฒนาระบบการจัดการและมาตรฐานการผลิตจนทำให้สามารถดำเนินการผลิตสินค้าภายใต้มาตรฐานการจัดการระดับสากล ทั้งในส่วนของมาตรฐานการผลิต GMP, HACCP, และมาตรฐานระบบการจัดการ ISO9001:2015, ISO14001:2015, ISO45001:2018 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 การจัดหาวัตถุดิบ การใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อลดคนงานและพัฒนาขั้นตอนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

(1) บัตรส่งเสริมการลงทุน เลขที่ 1357/2543 ลงวันที่ 10 กรกฎาคม 2543 ให้การส่งเสริมการผลิตปลาทูน่าบรรจุภาชนะผนึก อาหารทะเลบรรจุภาชนะผนึก และอาหารสัตว์เลี้ยงบรรจุภาชนะผนึก โดยสิทธิพิเศษที่สำคัญโดยสังเขป ดังนี้

- (ก) ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลาแปดปีนับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบธุรกิจส่งเสริมและได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล ในอัตราครึ่งหนึ่ง เป็นเวลาห้าปีหลังจากระยะเวลาการส่งเสริมการลงทุน
- (ข) ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลาห้าปี นับแต่วันนำเข้าครั้งแรก
- (ค) ได้รับอนุญาตให้หักเงินได้พึงประเมินเป็นจำนวนเท่ากับร้อยละห้าของรายได้ที่



เพิ่มขึ้นจากปีก่อน จากการส่งออกเป็นระยะเวลาสิบปีนับตั้งแต่วันที่มียาได้จากการประกอบธุรกิจส่งเสริม

โดยมีเงื่อนไขที่สำคัญโดยสังเขปดังนี้

- (ก)จะต้องมีทุนจดทะเบียนที่ชำระเต็มมูลค่าไม่น้อยกว่าสามร้อยสามสิบล้านบาท
- (ข)บุคคลผู้มีสัญชาติไทยจะต้องถือหุ้นรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ดของทุนจดทะเบียน

ในฐานะที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เพื่อการอุตสาหกรรมบริษัทจะต้องปฏิบัติตาม

เงื่อนไขและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่กำหนดในบัตรส่งเสริม

บริษัทเริ่มมียาได้ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2546

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

## (2) สิทธิอื่น

เครื่องหมายการค้า เช่น TCBOY , TCB, SAFCOL, SNAPPY TOM , POUNCE, โอชะ เป็น BRAND ที่สร้างขึ้นมาเอง เพื่อใช้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัท และบริษัทในเครือสามารถใช้ได้ตลอดไป

## (3) ข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ - ไม่มี-

## 2.4 การตลาดและการแข่งขัน

ปี 2562 ภาวะเศรษฐกิจไทย GDP เติบโตประมาณ 2.5% การส่งออกติดลบอยู่ในภาวะการชะลอตัวชัดเจน โดยมีสาเหตุมาจากปัจจัยภายนอก ทั้งสงครามการค้าจีน-สหรัฐอเมริกา ที่กระทบคู่ค้าตลาดส่งออกทั่วโลก รวมทั้งไทย การถูกสหรัฐอเมริกาตัดสิทธิประโยชน์ GSP สินค้าไทย ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ความผันผวนของค่าเงิน ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ส่งสัญญาณการลงทุนและกำลังซื้อลดลงต่อเนื่อง

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2563 คาดการณ์การขยายตัวของเศรษฐกิจโลกอยู่ที่ประมาณ 3.5-3.6% ปัจจัยเสี่ยงของเศรษฐกิจโลกล่าสุดเกิดจากความขัดแย้งทางทหารระหว่างสหรัฐอเมริกากับอิหร่าน และการขยายวงกว้างของวิกฤตการณ์สงครามและความขัดแย้งในตะวันออกกลาง จะกดดันให้ราคาน้ำมันและพลังงานเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ต้นปี วิกฤตจากไวรัสโควิด-19 ระบาดทั่วโลก เศรษฐกิจจีนชะลอตัว เศรษฐกิจประเทศไทย อัตราการขยายตัวมีความไม่แน่นอน และผันผวนสูงมาก การเจริญเติบโตต่ำกว่าศักยภาพต่อเนื่องยาวนาน

#### (1) ตลาดเป้าหมาย

กลุ่มตลาดเป้าหมายของบริษัท แยกเป็น 2 กลุ่ม

##### (1.1) ตลาดส่งออก

ยอดส่งออกมีสัดส่วนถึงร้อยละ 94.51 ของยอดขายทั้งหมด มีกลุ่มลูกค้าในทวีปเอเชีย สหรัฐอเมริกา แอฟริกา และออสเตรเลีย โดยจำแนกได้ดังนี้

ปี 2562	ลำดับที่	กลุ่มประเทศ	% ของยอดขาย
	1	เอเชีย	64.34
	2	สหรัฐอเมริกา	16.96
	3	แอฟริกา	12.55
	4	ออสเตรเลีย	0.66

##### (1.2) ตลาดภายในประเทศ

ปี 2562 บริษัทจำหน่ายสินค้า มูลค่าตลาดประมาณ 115 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น แบรินด์ทีซีบี 60 ล้านบาท, แบรินด์ซาฟโคล 51 ล้านบาท, แบรินด์สแนปปีทอมและอีก 4 ล้านบาท ซึ่งมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มยอมรับกับราคาสินค้าทีซีบีที่มีการปรับตัวได้บ้าง ลูกค้ารายใหญ่ของสินค้าแบรินด์ซาฟโคลมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทำให้มียอด

ตั้งซื้อเพิ่มขึ้น สินค้าอาหารสัตว์ถูกค้าเปิดใจยอมรับในแบรนด์ตราสินค้าเพิ่มขึ้นและขยายตลาดได้มากขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าตลาดให้กับบริษัท โดยในปีนี้ได้เน้นหนักไปที่สินค้ากลุ่มอาหารสัตว์ ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตเป็นอย่างมาก

## (2) กลยุทธ์ทางการตลาด

สินค้าในท้องตลาดมีการแข่งขันทางด้านราคารุนแรงมาโดยตลอด โดยบริษัทพยายามไม่แข่งขันด้านราคามากนักหากไม่จำเป็น เนื่องจากจะทำให้ภาพรวมของราคาสินค้าในท้องตลาดไม่ดี และกลไกตลาดสินค้าเสียหาย แต่มีการสนับสนุนรายการโปรโมชั่นให้บางช่วงเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และเพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ ทั้งนี้บริษัทยังคงเน้นด้านคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้า ตลอดจนบริการเป็นหลัก เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจยอมรับในตัวสินค้า ซึ่งเป็นวิธีการที่ยั่งยืนมากขึ้น

## (3) การจัดจำหน่ายและช่องทางการตลาด

บริษัทดำเนินการช่องทางการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ

### (ก) การส่งออก

การส่งออกประมาณร้อยละ 55.27 ของยอดส่งออกเป็นการส่งออกโดยตรง และผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของลูกค้าผู้นำเข้า มีกลุ่มลูกค้าในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และกลุ่มประเทศแอฟริกา กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง เช่น ปลาทูน่าในน้ำเกลือ ปลาทูน่าในน้ำมัน และ ผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทาน อีกส่วนหนึ่งประมาณร้อยละ 44.73 ของยอดส่งออกใช้ช่องทางการตลาดโดยให้ บริษัททรอปิคอลคอนโซลิเตดคอปอเรชั่น เอสดีเอ็น บีเอชดี (Tropical Consolidated Corp. Sdn. Bhd.) เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยได้รับกำไรส่วนเกินจากการขาย และมีความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างกันมายาวนาน

สำหรับการดำเนินการทางการตลาดของบริษัททรอปิคอล คอนโซลิเตดคอปอเรชั่น เอสดีเอ็น บีเอชดี (Tropical consolidated Corp. Sdn. Bhd.) นั้น ได้ทำกิจกรรมทางการตลาดให้กับบริษัท ในทุกภูมิภาคทั่วโลก โดยแสวงหากลุ่มผู้นำเข้าสินค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเองและมีความเชี่ยวชาญในทางการตลาดในพื้นที่ภูมิภาคนั้นๆ เป็น

อย่างมาก โดยมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋องปลาทูน่า ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าพร้อมทาน ปลาแชลมอน ผลิตภัณฑ์ปลาแชลมอนพร้อมทาน และอาหารสัตว์เลี้ยง

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

#### (ข) การตลาดภายในประเทศ

บริษัทตั้งเป้าหมายเพื่อกระจายสินค้าให้ครอบคลุมตลาดทั่วประเทศเพิ่มมากขึ้น ภายใต้ตราสินค้าทีซีบี (TCB) ทางบริษัทได้ร่วมกับบริษัทตัวแทนจำหน่ายในการบริหารจัดการสินค้าที่ดี มีประสิทธิภาพ ทำให้สินค้าตราทีซีบี (TCB) พร้อมจำหน่ายอยู่เสมอตามร้านค้าต่างๆ ตลอดจนถึงผู้บริโภคมีความมั่นใจในสินค้าของบริษัทเพิ่มมากขึ้น

## 2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### 1) กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
	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)	48,087	(2.52%)	49,332	26.85%	38,890	3.94%
กำลังการผลิต (%)	76.62		78.61		61.97	

หมายเหตุ : สามารถทำการผลิตได้ 2 กะ แต่ดำเนินการผลิตจริงเพียง 1 กะ

ปริมาณการผลิตลดลงร้อยละ 2.52 ประกอบด้วย กลุ่มผลิตภัณฑ์ทูน่า กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทาน กลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยง โดยมีสัดส่วนปริมาณการผลิต 62:16:22

ส่วนของบุคลากรซึ่งบริษัทให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างมาก โดยส่งเสริมให้มีความรู้ทั้งทางด้านการจัดการและความรู้เฉพาะด้านอย่างต่อเนื่อง มีการอบรมระบบการจัดการต่างๆ อันได้แก่ ระบบ 5 ส. ความรู้ทางด้าน GMP และ HACCP ระบบการจัดการคุณภาพ ISO 9001:2015, ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015, ระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO45001:2018 และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ HALAL และผลิตภัณฑ์ KOSHER เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งทางด้านการจัดการและการผลิต นอกจากนี้ได้ขอรับการรับรองระบบการจัดการคุณภาพ ISO 9001 : 2015 และการให้ความตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมโดยการขอรับรองระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015 เรียบร้อยแล้ว และให้ความสำคัญในเรื่องของอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน บริษัทจึงขอการรับรองมาตรฐานสากลระบบ ISO45001:2018 การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน สำเร็จเรียบร้อยเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2562 นอกจากนี้บริษัทยังเพิ่มศักยภาพ จัดความสามารถในการบริหารงานในกระบวนการ

ผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคสูงขึ้น จึงได้ขอรับรองระบบการจัดการทางด้านการปลอดภัยอาหาร BRC (Global Standard for Food Safety ) และขอการรับรอง MSC Chain of Custody พร้อมทั้งมีแผนการฝึกอบรมประจำปี ทำให้มีการอบรมอย่างต่อเนื่องตลอดปี ทั้งการฝึกอบรมภายในและภายนอก ในบุคลากรทุกระดับ นอกจากนี้บริษัทได้รับเกียรติจากมหาวิทยาลัยในภาคใต้ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการทำวิจัย พัฒนาเพิ่มศักยภาพในกระบวนการผลิต รวมถึงเปิดโอกาสส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อในระดับสูงเพื่อเพิ่มทักษะ และสร้างวิสัยทัศน์ให้กว้างไกล

งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจและช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ บริษัทให้ความสำคัญและส่งเสริมสนับสนุนงานในด้านนี้มาโดยตลอด มีการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อสนับสนุนงานต่าง ๆ ทั้งในแง่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ช่วยลดต้นทุนและอื่น ๆ นอกจากนี้ได้นำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ และเครื่องจักรที่ทันสมัยมีความปลอดภัยสูงมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานอย่างต่อเนื่อง

#### การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

บริษัทมีเป้าหมายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Product differentiate) ทั้งด้านรสชาติ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดใหม่เพิ่มมูลค่าสินค้าได้

#### การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีประกอบด้วย

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตาม specification ที่ลูกค้ากำหนดมาภายใต้ Brand ของลูกค้า
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับแนวโน้มการตลาด โดยพัฒนาสินค้าภายใต้ Brand ของบริษัท
3. พัฒนากระบวนการผลิต เพื่อให้สามารถลดต้นทุนต่อหน่วย
4. พัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น
5. ศึกษากระบวนการกระจายความร้อนและการฆ่าเชื้อของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค

ปี 2562 บริษัทมีรายจ่ายในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเป็นเงินทั้งสิ้นประมาณ 8.66 ล้านบาท

## 2) วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (SUPPLIER)

บริษัทใช้วัตถุดิบการผลิตจากต่างประเทศ ร้อยละ 80 ของปริมาณการใช้วัตถุดิบทั้งหมด ทำให้เผชิญกับความเสี่ยงในการดำเนินงานจากความผันผวนด้านราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวขึ้นลงตามราคาตลาดโลก ปี 2562 ราคาปลาทูน่ายังคงอยู่ที่ 900-1,500 เหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อตัน หรือเฉลี่ยทั้งปี 1,200 เหรียญดอลลาร์สหรัฐฯต่อตัน ซึ่งถือเป็นระดับราคาที่เหมาะสม อีกทั้งบริษัทมีการปรับความยืดหยุ่นในการผลิต และมีการคาดการณ์พยากรณ์ยอดขายอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สามารถรับมือกับปัญหาไม่ว่าจะเป็นการขาดแคลนวัตถุดิบ หรือการมีวัตถุดิบมากเกินไปเกินความต้องการ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งได้ตลอดทั้งปี จึงสามารถที่จะปรับเปลี่ยนสายการผลิตให้กระจายการผลิตได้สอดคล้องกับช่วงฤดูกาลของวัตถุดิบ

นอกจากนี้ เพื่อรองรับสถานการณ์ราคาต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นตามเศรษฐกิจของโลก บริษัทมีนโยบายพยายามเพิ่มช่องทางการนำเข้าให้มากขึ้น ให้สามารถมีแหล่งอุปทานจากหลายประเทศและจากหลายแหล่งที่มีคุณภาพ โดยมีต้นทุนที่ต่ำ

## 3) ขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิต

กลุ่มที่หนึ่ง      กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง (Regular Tuna Products) มีผลิตภัณฑ์หลักคือ ปลาทูน่าในน้ำแร่ ปลาทูน่าในน้ำเกลือ ปลาทูน่าในน้ำมัน

ขั้นตอนการผลิต คือ นำวัตถุดิบปลาทูน่า ผ่าท้อง ลวกไส้ ล้างให้สะอาด นึ่งให้สุกด้วยไอน้ำ แยกเลือดปลา และชุดทำความสะอาด ถัดมาแยกผลิต ตามตลาด บรรจุและ ชั่งน้ำหนัก เติมน้ำเกลือหรือน้ำมันพืช ปิดผนึกด้วยเครื่องปิดผนึก (Steamer) ล้าง ทำความสะอาดกระป๋องก่อนนำเข้าเชืด้วยหม้อฆ่าเชื้อแบบ 6 ตะกร้า ปล๋อยไว้ให้เย็น ตรวจสอบคุณภาพและติดฉลาก/บรรจุกล่อง จำหน่าย

กลุ่มที่สอง	<p>กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทานบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง (Ready-To-Serve Products) มีผลิตภัณฑ์หลักคือ ปลาชาร์ดินในซอสมะเขือเทศ ปลาแมคเคอเรลในซอสมะเขือเทศ ปลาทูน่าแปรรูปพร้อมทาน ปลาแซลมอนแปรรูปพร้อมทาน</p> <p>ขั้นตอนการผลิต คือ นำวัตถุดิบปลา ตัดหัวปลาและควักไส้ นำเนื้อปลาที่ต้มแล้วล้างสะอาดและบรรจุกระป๋อง เข้าเครื่องอบให้สุกพร้อมสะเด็ดน้ำ เติมน้ำมันหรือซอสมะเขือเทศ ปิดผนึกด้วยเครื่องปิดผนึก(Steamer) ล้างทำความสะอาดกระป๋องก่อนฆ่าเชื้อด้วยหม้อฆ่าเชื้อแบบ 4 ตะกร้า ปล่อยไว้ให้เย็น ตรวจสอบคุณภาพและติดฉลาก/บรรจุกล่อง จำหน่าย</p>
กลุ่มที่สาม	<p>กลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง (Pet Food) มีผลิตภัณฑ์หลักคือ อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบปลาชาร์ดิน อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบปลาทูน่า และ อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบเครื่องในสัตว์</p> <p>ขั้นตอนการผลิต คือ นำวัตถุดิบ ล้างทำความสะอาดคัดสิ่งเจือปนออก เข้าเครื่องตัดปลาเป็นชิ้นเล็กๆ ให้ได้ขนาด 2-3 เซนติเมตร บรรจุใส่กระป๋อง เติมน้ำมันส่วนผสมของน้ำเจลลี่ ปิดผนึกด้วยเครื่อง ปิดผนึก(Steamer) ล้างทำความสะอาดกระป๋องก่อนฆ่าเชื้อด้วยหม้อฆ่าเชื้อแบบ 6 ตะกร้า ปล่อยไว้ให้เย็น ตรวจสอบคุณภาพและติดฉลาก/บรรจุกล่อง จำหน่าย</p>

#### 4) ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบจากกระบวนการผลิตจะมีของเสียและวัสดุเหลือใช้ คือ

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



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

(ค) น้ำมันปลา ที่ได้จากเครื่องแยกน้ำมันปลา น้ำมันปลา ได้ส่งขายเป็นส่วนผสม สำหรับอาหารเลี้ยงกุ้ง, อาหารสัตว์

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

ทั้งนี้ในทุกขั้นตอนของการบำบัดน้ำเสียของเสีย การนำวัสดุเหลือใช้มาใช้ ประโยชน์ได้รับการดูแลเอาใจใส่อย่างดี แทบจะไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการดำเนินงาน ภายใต้การบริหารจัดการทางด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015 และได้รับการสนับสนุนจาก หน่วยงานของรัฐที่ดูแลผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้เอาใจใส่ให้คำแนะนำและดูแลอย่างใกล้ชิดโดย ผลของการปฏิบัติงานจริงสามารถควบคุมให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ บริษัทได้มุ่งมั่นในการพัฒนาการใช้พลังงานแบบองค์รวม และพัฒนาการนำพลังงานที่ได้จาก ขั้นตอนการบำบัดน้ำเสียของเสียกลับมาใช้เป็นพลังงานให้เกิดประโยชน์อีกครั้งหนึ่ง การใช้ น้ำ ในระบบ Re-Cycle และการรณรงค์ปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงานทุกคนให้ตระหนักถึงการใช้ ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

## **2.6 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ**

งานที่ยังไม่ส่งมอบมีน้อยมาก เนื่องจากการผลิตตามคำสั่งซื้อส่วนปัจจัยตาม ฤดูกาลมีผลกระทบ เช่น วัตถุดิบไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับมรสุมทางทะเล ก็ได้มีการพยากรณ์และ แก้ปัญหาการส่งมอบ โดยการทำสินค้าในบางส่วนล่วงหน้าเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบตาม ช่วงฤดู

## บริษัท อีโอฟาร์ จำกัด (E)

### 1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ติดตามงาน ประสานงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมของบริษัทที่เกิดขึ้นใน กรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงการเป็นผู้ประสานงานกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าตรา ที่ซีบีของบริษัท โดยเน้นตลาดภายในประเทศ และกลุ่มประเทศอาเซียน อีกทั้งช่วยในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของบริษัทออกสู่ตลาด

นอกจากนี้ยังมีทีมงานฝ่ายขายสินค้าอาหารคนกลุ่มทุนและถั่วขาว ที่เน้นจำหน่าย ไปยังกลุ่มร้านค้า ร้านอาหาร โรงแรม และอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ HoReCa (Hotel Restaurant Catering) ภายใต้อินค้าตราซาฟโคล และมีทีมงานฝ่ายขายสินค้าอาหารสัตว์ ที่เน้นจำหน่ายไปยัง ร้านขายอาหารสัตว์ ภายใต้อินค้าตราแสนปี่ ทอม (อาหารแมว), อัก (อาหารสุนัข) และเป็นผู้ ประสานงานกับลูกค้าในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าให้กับบริษัท โดยรายได้ของ บริษัทเกิดจากการซื้อมา-ขายไปของสินค้า รวมถึงการได้รับค่าที่ปรึกษา และค่านายหน้าจาก ยอดขาย และ/หรือบริการต่างๆ

### 2. การตลาดและสถานะการแข่งขัน

สินค้าตราที่ซีบี บริษัทปรับโครงสร้างการขายกับตัวแทนจำหน่ายเป็นการขายสินค้า ขาด โดยไม่ได้สนับสนุนค่าใช้จ่ายทางการตลาดเหมือนเช่นเดิม ทั้งนี้ จากสถานการณ์ตลาดใน ปัจจุบันเศรษฐกิจโดยรวมซบเซา การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคลดน้อยลง ตลาดอาหารกระป๋อง ยังคงซบเซา มีการแข่งขันกันในเรื่องราคาและ โปรโมชันมาโดยตลอด ซึ่งตัวแทนจำหน่ายไม่ได้จัด รายการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมต่างๆ ได้เท่าเดิม ส่งผลให้สินค้าถูกออกจากร้านค้าปลีก-ส่ง สมัยใหม่ (Modern Trade) บางห้างร้าน ในส่วนร้านค้าท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศ (General Trade) ผลกระทบจากตัวแทนจำหน่ายปรับราคาขายเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาค้นทุนสินค้าที่ปรับขึ้น ทำให้ ภาพรวมของการขายสินค้าที่ซีบีมียอดขายลดน้อยลง

สินค้าตราซาฟโคล ทุนามีการแข่งขันกันในกลุ่มอุตสาหกรรมคอนข้างรุนแรง ซึ่ง ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท เพื่อให้บริษัทยังคงรักษาลูกค้าไว้ได้ ทำให้ต้องลดราคา สินค้าเพื่อให้แข่งขันได้ และสถานการณ์ในท้องตลาดมีการแข่งขันกันเรื่องราคาสูงขึ้น ทำให้ลูกค้า บางรายเปลี่ยนไปสั่งซื้อสินค้าจากคู่แข่ง สภาพตลาดโดยรวมซบเซา ในส่วนของลูกค้ากลุ่มโรงแรม นักท่องเที่ยวเป็นชาวจีนมากขึ้น ทำให้ลักษณะเมนูอาหารเปลี่ยนแปลงไปมีการใช้ทุนในปริมาณที่

น้อยลง อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงตระหนักถึงเรื่องคุณภาพสินค้าและพยายามพิจารณาในเรื่องต้นทุนสินค้าให้สามารถแข่งขันได้มาโดยตลอดและคาดว่าสถานการณ์จะดีขึ้นในระยะเวลาอันสั้น รวมทั้งพยายามออกสินค้าใหม่ๆ เพื่อช่วยขยายอีกทาง

สินค้าตราสแนปปี ทอม , ฮัก กลุ่มเป้าหมายหลักในการทำการตลาดคือร้านขายอาหารสัตว์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง แต่ก็มีตราสินค้าใหม่ๆ เข้ามาในตลาดอย่างต่อเนื่องเช่นกัน อย่างไรก็ตามบริษัทเล็งเห็นความสำคัญของตลาดอาหารสัตว์ค่อนข้างมาก จึงมีความตั้งใจที่จะทำตลาดสินค้ากลุ่มนี้และเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเป็นระยะ อีกทั้งยังมีการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเพื่อตอบสนองลูกค้าที่ต้องการผลิตสินค้าแบรนด์ตัวเอง ทั้งนี้ ผลตอบรับจากการขายอาหารสัตว์ดีขึ้นกว่าเดิม มีการเปิดร้านค้าได้มากขึ้น ลูกค้าเดิมมีการซื้อซ้ำ ซึ่งในปีถัดไปต้องการจะขยายตลาดไปต่างจังหวัดมากขึ้น และหากกลุ่มลูกค้าที่ต้องการผลิตสินค้าแบรนด์ตัวเองเพิ่มขึ้น

### 3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

งานบริการ ประสานงานจะต้องรวดเร็วมีประสิทธิภาพ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสภาวะการแข่งขันที่สูงยิ่งขึ้นรวมถึงการพยายามมองหาโอกาสใหม่ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า และสร้างผลตอบแทนแก่บริษัทที่สูงขึ้นในระยะยาว

### 4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ - ไม่มี -

**บริษัท ทropicคอลแพคเกจจิ้ง จำกัด ( TP )**

บริษัทได้หยุดดำเนินการ รอการจดทะเบียนเลิกบริษัทและชำระบัญชี

### 3.ปัจจัยความเสี่ยง

#### 3.1 ความเสี่ยงจากการจัดหาและราคาวัตถุดิบ

เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง ดังนั้นวัตถุดิบหลักที่สำคัญในการผลิตของบริษัท คือ ปลาทูน่า ปลาซาร์ดีน และปลาแซลมอน เป็นต้น ที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ราคาซื้อขายเปลี่ยนแปลงตามราคาดตลาดโลก ความผันผวนของราคาวัตถุดิบโดยเฉพาะวัตถุดิบปลาทูน่า ซึ่งราคามีการเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว อาจส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตของบริษัทเปลี่ยนแปลงสูง-ต่ำได้ อย่างไรก็ตามผู้บริหารของบริษัทได้วางแนวทางในการปฏิบัติเพื่อลดความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบในอนาคต โดยปัจจุบันบริษัทสามารถซื้อวัตถุดิบปลาทูน่าจากซัพพลายเออร์รายใหญ่ 2-3 รายจากต่างประเทศ ขณะเดียวกันบริษัทยังมีการจัดหาซัพพลายเออร์สำรอง เพื่อลดความเสี่ยงในการขาดแคลนวัตถุดิบ พร้อมทั้งจัดให้มีบุคลากรติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาวะตลาดของวัตถุดิบต่างๆ อย่างใกล้ชิด ประกอบกับประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจอาหารทะเลของผู้บริหารทำให้สามารถคาดการณ์และตัดสินใจเมื่อมีเหตุการณ์เปลี่ยนแปลง

#### 3.2 ความเสี่ยงทางการตลาดและภาวะการแข่งขัน

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารทะเลนับว่ามีการแข่งขันค่อนข้างสูงทั้งคู่แข่งในประเทศที่มีโรงงานผลิตสินค้าประเภทเดียวกันจำนวนมาก ขณะที่การแข่งขันในต่างประเทศแม้ว่าประเทศไทยจะได้เปรียบในด้านคุณภาพมีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและมีมาตรฐานโรงงานที่อยู่ในระดับแนวหน้าของโลก แต่เสียเปรียบในด้านราคาตลอดจนค่าแรงที่สูง ซึ่งทำให้สินค้าของไทยมีราคาสูงเมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาคเดียวกัน ดังนั้นเพื่อที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้บริษัทได้มีนโยบายที่ชัดเจนในการผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ขณะเดียวกันมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และมีการปรับรสชาติให้เข้ากับความต้องการของลูกค้ารวมทั้งเน้นในเรื่องคุณภาพ และบริการเพื่อที่จะรักษาลูกค้าไว้ได้

#### 3.3 ความเสี่ยงจากเงินตราต่างประเทศ

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอันเนื่องมาจากการขายสินค้า และซื้อสินค้า และการกู้ยืมเงินเป็นเงินตราต่างประเทศ หากเกิดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทได้ อย่างไรก็ตามบริษัท

ได้บริหารจัดการด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา โดยการนำรายได้ส่วนที่เป็นสกุลเดียวกันไปชำระค่าวัตถุดิบจากต่างประเทศ (Natural Hedge) หรือทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward contract) ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้ส่วนหนึ่ง นอกจากนี้บริษัทได้พยายามติดตามสถานะเศรษฐกิจโลก และการเคลื่อนไหวของตลาดอัตราแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความเสี่ยงในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้

### 3.4 ความเสี่ยงทางด้านการเงินเชื่อ

การจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นการให้สินเชื่อแก่ลูกค้า ดังนั้นกรณีที่ลูกค้าของบริษัทไม่สามารถชำระหนี้แก่บริษัทตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้เมื่อครบกำหนด อาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่อง และผลการดำเนินงานของบริษัท ทั้งนี้ฝ่ายบริหารมีการกำหนดนโยบายทางด้านการเงินเชื่อที่รัดกุม โดยมีการวิเคราะห์ฐานะการเงินของลูกค้าทุกรายที่ขอวงเงินสินเชื่ออย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในส่วนของลูกค้ารายใหม่จะต้องให้ลูกค้าชำระเงินล่วงหน้าบางส่วน

### 3.5 ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

บริษัทมีความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยที่อันเกิดจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด อย่างไรก็ตามฝ่ายบริหารเชื่อว่าบริษัทมีความเสี่ยงในอัตราดอกเบี้ยน้อย เนื่องจากหนี้สินดังกล่าวจะครบกำหนดชำระภายใน 1 ปี ดังนั้นบริษัทจึงไม่ได้ทำสัญญาเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว

## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### (1) ทรัพย์สินถาวรหลัก มูลค่าสุทธิ

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะสิทธิ	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	บริษัทเป็นเจ้าของ	35.78	ติดจำนองมูลค่า 68 ล้านบาท
อาคาร	บริษัทเป็นเจ้าของ	170.03	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องจักร	บริษัทเป็นเจ้าของ	120.21	ไม่มีภาระผูกพัน

บริษัทและบริษัทย่อยมีสัญญาเงินเบิกเกินบัญชีและวงเงินสินเชื่ออื่น ๆ กับธนาคารในประเทศไทยเป็นเงินรวม 1,406.91 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อดังกล่าวค้ำประกันโดยการจำนองที่ดินบางส่วนเนื้อที่ 11 ไร่ 1 งาน 5.1 ตารางวา พร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่เป็นหลักประกัน

## (2) เครื่องหมายการค้า

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

## (3) สัญญาเช่าระยะยาว และข้อผูกพันของบริษัทตามสัญญา

สัญญาเช่า/ ให้เช่า	อายุสัญญา	ระยะเวลาที่เหลือ	สาระสำคัญ
1. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	3 ปี	5 เดือน	เพื่อทำทางเข้า-ออก (อยู่ระหว่างการต่ออายุ)
2. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	3 ปี	2 เดือน	เพื่อทำเป็นอาคารสำนักงาน (อยู่ระหว่างการต่ออายุ)
3. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	3 ปี	2 ปี 5 เดือน	เพื่อทำเป็นลานจอดรถ กองเก็บของ และมีหลังคา ล้อมรั้ว
4. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	3 ปี	1 ปี 1 เดือน	เพื่อวางท่อส่งน้ำมาใช้ในกิจการ
5. เช่าที่ดินบริษัทเอกชน	3 ปี	2 ปี 9 เดือน	เพื่อเป็นแหล่งน้ำ สำหรับนำมาใช้ในกิจการ
6. เช่าที่ดินกับเอกชน	20 ปี	1 ปี 1 เดือน	เพื่อทำเป็นอาคารที่จอดรถ

หมายเหตุ บริษัทมีสัญญาเช่าที่ดินระยะยาวกับการรถไฟแห่งประเทศไทย และบริษัทเอกชนที่ไม่เกี่ยวข้องกัน เพื่อใช้เป็นทางเข้า-ออก โรงเก็บสินค้า และเป็นแหล่งน้ำสำหรับนำมาใช้ในกิจการ เป็นต้น

(4) ทรัพย์สินที่ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ

สถานที่ตั้ง	ประเภทของการถือสิทธิ	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ(บาท)
1. อาคารพร้อมที่ดิน ต.ท่าทองใหม่ อ.กาญจนดิษฐ์ จ.สุราษฎร์ธานี	น.ส. 3ก.	4,285,873.35
2. อาคารพร้อมที่ดิน ต.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	น.ส. 3ก.	2,200,002.00
3. ที่ดิน ต.ตะโละกาโปร์ 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.อาคารพร้อมที่ดิน ต.หนองหล่ม อ.ห้วยฉัตร จ.ลำปาง	โฉนด	1,486,012.23
11. ที่ดิน ต.บานา อ.เมือง จ.ปัตตานี	โฉนด	5,500,000.00

ทรัพย์สินที่มีการนำไปค้ำประกัน/จำนอง

สถานที่ตั้ง	ประเภทของการถือสิทธิ	มูลค่าตามบัญชี (บาท)
ต.ทุ่งใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เนื้อที่ 5-0-72.1 ไร่	โฉนด	จำนองกับ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย 36 ล้านบาท
ต.น้ำน้อย 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 ปลาซาร์ดีนกระป๋อง ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง และอาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง

เลขทะเบียนบริษัท 0107537000076

จำนวนและชนิดหุ้นจำหน่าย หุ้นสามัญ จำนวน 330 ล้านหุ้น

ที่ตั้งสำนักงานและโรงงาน เลขที่ 1/1 หมู่ที่ 2 ตำบลทุ่งใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ 90110

โทรศัพท์ + 66 (0)74 273600

โทรสาร + 66 (0)74 273691-4

Home page : [www.tropical.co.th](http://www.tropical.co.th) or

[www.tropicalgrp.com](http://www.tropicalgrp.com)

E-mail Address: [info@tropical.co.th](mailto:info@tropical.co.th)



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

บริษัท/สถานที่ตั้ง	โทรศัพท์/โทรสาร	ประเภทธุรกิจ/ลักษณะการดำเนินงาน	ชนิดและจำนวนของหุ้นที่ จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด	
			ชนิด	จำนวนหุ้น
1. บจ.อีโอฟาร์ 898/15 ชั้นที่ 10 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.ทรอปิคอลแพคเคจจิ้ง 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) บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

(ก) นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 93 ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง

เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : 0 2 009-9999

โทรสาร : 0 2 009-99917

<http://www.set.or.th/tsd>

(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

นางสาวบงกช อ่ำเสงี่ยม

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3684 หรือ

นางสาวเนาวรัตน์ นิธิเกียรติพงศ์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 7789 หรือ

นางสาววิภาวรรณ ปัทวันวิเวก

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 4795

(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) ที่ปรึกษาทางการเงิน - ไม่มี -

(ฉ) ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ - ไม่มี -

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ -ไม่มี-