

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 โดยสำนึกในการปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีงามอันเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรอย่างสุจริต เทียงธรรม ดำเนินการสอดคล้องตามกฎหมาย ให้เกิดความเสมอภาคเท่าเทียมกันและเป็นธรรมแก่ทุกกลุ่ม

1.2 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญ

บริษัทยังคงประกอบธุรกิจตามหลักจริยธรรม สอดคล้องตามข้อกำหนดกฎหมายให้มีความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างยิ่ง ใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยลดต้นทุนเพิ่มผลผลิต เพิ่มความสามารถในการทำกำไร โดยการหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ นำนวัตกรรมใหม่มาใช้ ค้นคว้าวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทไม่เปลี่ยนแปลง เน้นประกอบธุรกิจหลักให้มีความเจริญเติบโต สามารถแข่งขันได้ พยายามลดบทบาท และเลิกธุรกิจที่ไม่สามารถสร้างรายได้ และให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาการ

บริษัท ทropicคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตและส่งออกอาหารทะเลแปรรูปบรรจุกระป๋อง และบรรจุซอง (Pouch) ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาแซลมอนกระป๋อง ปลาชาร์ดินกระป๋อง ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง และอาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง

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

พ.ศ. 2533 จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน

พ.ศ. 2537 จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด

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 ISO 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. 2560 ได้รับการรับรองมาตรฐานการคุ้มครองแรงงานและความปลอดภัยในการทำงาน (Sedex smeta)
- พ.ศ. 2562 - ได้รับเกียรติบัตรดำเนินการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานในสถานประกอบการระดับทอง จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน
- ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลระบบ ISO45001:2018 การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานจาก BSI Group (Thailand) Company Limited
- พ.ศ. 2563 - ได้รับการรับรองระบบการจัดการคุณภาพระดับสากล ISO9001:2015 จาก BSI Group (Thailand) Company Limited
- ได้รับการรับรองระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001:2015 จาก BSI Group (Thailand) Company Limited
- ได้รับรองมาตรฐาน BRC Global Standard Food Safety Issue 5 จาก BSI Group (Thailand) Company Limited

บริษัท ทรอปีคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (TC) ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง ปลาซาร์ดีนกระป๋อง ปลาแซลมอนกระป๋อง อาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง รวมถึงผลิตภัณฑ์บรรจุซอง (Pouch) ปัจจุบันได้ขยายสายการผลิตไปสู่ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงมากขึ้น และมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองผู้บริโภคในหลายกลุ่มลูกค้า วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศร้อยละ 80 นอกเหนือจากนั้นยังใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งผลิต

ภายในประเทศ ได้แก่ ปลาช่อน ผักสด เครื่องเทศ สมุนไพร ดังนั้น ผลิตภัณฑ์จึงมีความเด่นในด้านรสชาติ และความสะดวก ใหม่จากธรรมชาติ ซึ่งมีความหลากหลายตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าในประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการเพิ่มวัตถุดิบประเภทไก่ และผลิตภัณฑ์จากไก่สำหรับผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากที่ใช้วัตถุดิบจากสัตว์น้ำ และบริษัทยังได้ขยายการทำตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงภายในประเทศ ซึ่งเป็นตลาดที่กำลังขยายตัวอย่างมากโดยผ่านบริษัท อีโอฟาร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยเช่นกัน

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

โดยรายได้ของบริษัทเกิดจากการซื้อมา-ขายไปของสินค้า รวมถึงการได้รับค่าที่ปรึกษา และค่านายหน้าจากยอดขาย และ/หรือบริการต่างๆ

2.2 โครงสร้างรายได้

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	%ในการถือหุ้นของบริษัท	ปี 2563	ปี 2562
1. ผลิตและส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง	บมจ.ทรอปิคอลแคนนิง (ประเทศไทย) (TC)	-	4,971.66	4,889.39
2. จำหน่ายและบริการ	บจ.อีโอฟาร์ (E)	99.99	55.25	77.85

2.3 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ทรอปีคอลแคนนิ่ง (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 อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบประเภทไก่ และอาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบเครื่องในสัตว์ |

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

ในส่วนของการบริหารจัดการในภาพรวมขององค์กร จากประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมา ทำให้ ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท มีความสามารถบริหารงานในระดับสากลโดยสามารถจัดการด้านเครือข่ายด้านการตลาด การจัดหาวัตถุดิบการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อลดต้นทุนและพัฒนาขั้นตอนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

(1) บัตรส่งเสริมการลงทุน เลขที่ 1357/2543 ลงวันที่ 10 กรกฎาคม 2543 ให้การส่งเสริมการผลิตปลาบรจูภาษาชะเผือก อาหารทะเลบรจูภาษาชะเผือก และอาหารสัตว์เลี้ยงบรจูภาษาชะเผือก โดยสิทธิพิเศษที่สำคัญโดยสังเขป ดังนี้

(ก) ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลาแปดปีนับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบธุรกิจส่งเสริมและได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล ในอัตราครึ่งหนึ่ง เป็นเวลาห้าปีหลังจากระยะเวลาการส่งเสริมการลงทุน

(ข) ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลาห้าปี นับแต่วันนำเข้าครั้งแรก

(ค) ได้รับอนุญาตให้หักเงินได้พึงประเมินเป็นจำนวนเท่ากับร้อยละห้าของรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน จากการส่งออกเป็นระยะเวลาสิบปีนับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบธุรกิจส่งเสริม

โดยมีเงื่อนไขที่สำคัญโดยสังเขปดังนี้

(ก) จะต้องมีการจดทะเบียนที่ชำระเต็มมูลค่าไม่น้อยกว่าสามร้อยสามสิบล้านบาท

(ข) บุคคลผู้มีสัญชาติไทยจะต้องถือหุ้นรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ดของทุนจดทะเบียน

ในฐานะที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เพื่อการอุตสาหกรรมบริษัทจะต้องปฏิบัติตาม

เงื่อนไขและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่กำหนดในบัตรส่งเสริม

บริษัทเริ่มมีรายได้ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2546

ปีสิ้นสุดของการได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ คือปี พ.ศ. 2554 ปี
สิ้นสุดของการได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิในอัตราร้อยละห้าสิบของ
อัตราปกติกำหนดห้าปี คือ ปี พ.ศ. 2559

(2) บัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 63-1109-1-05-1-0 ลงวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ให้การ
ส่งเสริมการผลิตปลาหมึกบรรจุกระป๋อง อาหารทะเลบรรจุกระป๋อง และอาหารสัตว์เลี้ยง
บรรจุกระป๋อง เป็นการปรับเปลี่ยนเครื่องจักรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตตามบัตรส่งเสริม
เลขที่ 1357/2543 ลงวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2543 โดยได้สิทธิและประโยชน์ที่สำคัญโดยสังเขป
ดังนี้

1. ตามมาตรา 31 วรรคหนึ่ง ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จาก
การประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของเงินลงทุนในระบบอัตโนมัติ
หรือหุ่นยนต์มีกำหนดเวลา 3 ปี นับจากวันที่มีรายได้ภายหลังการได้รับบัตรส่งเสริม

วรรคสาม รายได้ที่ต้องนำมาคำนวณกำไรสุทธิที่ได้รับจากการประกอบกิจการตามวรรค
หนึ่งให้รวมถึงรายได้จากการจำหน่ายผลพลอยได้ ได้แก่ เศษหรือของเสียจากกระบวนการผลิต

เงื่อนไขเฉพาะโครงการ

1. จะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จพร้อมที่จะเปิดดำเนินการได้ภายในวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ.
2566 โดยจะต้องแจ้งขอเปิดดำเนินการตามแบบที่สำนักงานกำหนด
2. ภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ได้รับยกเว้นตามมาตรา 31 วรรคหนึ่งและวรรคสามมีมูลค่าไม่
เกิน 209,010,000 บาท ทั้งนี้จะปรับเปลี่ยนตามจำนวนเงินลงทุนในระบบอัตโนมัติ
หรือหุ่นยนต์ที่แท้จริงในวันเปิดดำเนินการตามโครงการที่ได้รับการส่งเสริม

(3) สิทธิอื่น

เครื่องหมายการค้า เช่น TC BOY , TCB, SAFCOL, SNAPPY TOM , HUG, โอชะ
เป็น BRAND ที่สร้างขึ้นมาเอง เพื่อใช้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัท และบริษัทในเครือสามารถใช้ได้
ตลอดไป

(4) ข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ - ไม่มี-

2.4 การตลาดและการแข่งขัน

ปี 2563 เศรษฐกิจไทยเติบโตต่ำกว่าระดับศักยภาพ โดยปัจจัยหลักคือ ปัจจัยชั่วคราว แต่รุนแรง ได้แก่ การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ปัญหาภัยแล้ง พ.ร.บ. งบประมาณที่ล่าช้า นอกจากนี้ไทยยังมีปัจจัยเชิงโครงสร้างที่เป็นปัญหาเรื้อรังมานาน อาทิ ความสามารถในการแข่งขันของภาคส่งออก ปัญหาความเหลื่อมล้ำและการกระจายรายได้ของภาคครัวเรือน รวมถึงปัญหานี้ครัวเรือนซึ่งล้วนเกี่ยวพันและผูกโยงกัน

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2564 ยังคงอยู่ในภาวะหดตัว เนื่องจากการพบ ผู้ติดเชื้อโรค Covid-19 ในประเทศเพิ่มขึ้น มีผลให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย อย่างไรก็ตามมีแนวโน้มที่จะเริ่มฟื้นตัวชัดเจนมากขึ้นในไตรมาส 2 ตามสถานะเศรษฐกิจโลกที่ปรับตัวดีขึ้น หลังจากการเข้าถึงวัคซีนต้านโรค Covid-19 เป็นวงกว้างมากขึ้น

ภาคการผลิต คาดว่าจะกลับมาเติบโตได้ดีจากแรงหนุนของอุปสงค์ในตลาดโลกที่ปรับตัวดีขึ้น รวมถึงคาดว่ารัฐบาลจะยังคงมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อหนุนการใช้จ่ายของผู้บริโภค นอกจากนี้การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของรัฐบาลหลายโครงการจะทยอยเสร็จสิ้นในปี 2564 ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ภาคเอกชนและเพิ่มการลงทุน

(1) ตลาดเป้าหมาย

กลุ่มตลาดเป้าหมายของบริษัท แยกเป็น 2 กลุ่ม

(1.1) ตลาดส่งออก

ยอดส่งออกมีสัดส่วนถึงร้อยละ 93.53 ของยอดขายทั้งหมด มีกลุ่มลูกค้าในทวีปเอเชีย สหรัฐอเมริกา แอฟริกา และออสเตรเลีย โดยจำแนกได้ดังนี้

ปี 2563	ลำดับที่	กลุ่มประเทศ	% ของยอดขาย
	1	ทวีปเอเชีย	66.94
	2	ทวีปอเมริกา	14.13
	3	ทวีปแอฟริกา	7.88
	4	ทวีปยุโรป	4.17
	5	ทวีปออสเตรเลีย	0.41

(1.2) ตลาดภายในประเทศ

ปี 2563 บริษัทจำหน่ายสินค้า มูลค่าตลาดประมาณ 83 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น แบรินด์ทีซีบี 51 ล้านบาท, แบรินด์ซาฟโคล 29 ล้านบาท, แบรินด์สแนปปี้ทอม และอีก 3 ล้านบาท ซึ่งมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มยอมรับกับราคาสินค้าที่ซีบีทีมีการปรับตัวได้บ้าง ในส่วนของสินค้าแบรินด์ซาฟโคล ได้รับผลกระทบจากการเกิดโรคระบาด Covid-19 ส่งผลให้ไม่มีนักท่องเที่ยวภายในประเทศ มีผลกับธุรกิจโรงแรมโดยตรง สินค้าอาหารสัตว์ลูกค้าเปิดใจยอมรับในแบรินด์ตราสินค้าเพิ่มขึ้นและขยายตลาดได้มากขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าตลาดให้กับบริษัท โดยในปีนี้ได้เน้นหนักไปที่สินค้ากลุ่มอาหารสัตว์ ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตเป็นอย่างมาก

(2) กลยุทธ์ทางการตลาด

สินค้าในท้องตลาดมีการแข่งขันทางด้านราคารุนแรงมาโดยตลอด โดยบริษัทพยายามไม่แข่งขันด้านราคามากนักหากไม่จำเป็น เนื่องจากจะทำให้ภาพรวมของราคาสินค้าในท้องตลาดไม่ดี และกลไกตลาดสินค้าเสียหาย แต่มีการสนับสนุนรายการโปรโมชันในบางช่วงเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และเพื่อรักษาลูกค้าเดิมไว้ ทั้งนี้บริษัทยังคงเน้นด้านคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้า ตลอดจนบริการเป็นหลัก เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจยอมรับในตัวสินค้า ซึ่งเป็นวิธีการที่ยั่งยืนมากขึ้น

(3) การจัดจำหน่ายและช่องทางการตลาด

บริษัทดำเนินการช่องทางการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ

(ก) การส่งออก

การส่งออกประมาณร้อยละ 49.21 ของยอดส่งออกเป็นการส่งออกโดยตรง และผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของลูกค้าผู้นำเข้า มีกลุ่มลูกค้าในกลุ่มประเทศในอเมริกาเหนือ-ใต้ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และกลุ่มประเทศแอฟริกา กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง เช่น ปลาทูน่าในน้ำเกลือ ปลาทูน่าในน้ำมัน และ ผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทาน อีกส่วนหนึ่งประมาณร้อยละ 50.79 ของยอดส่งออกใช้ช่องทางการตลาดโดยให้ บริษัททรอปิคอลคอนโซลิเตดคอปอเรชั่น เอสดีเอ็น บีเอสดี (Tropical Consolidated Corp. Sdn. Bhd.) เป็นผู้ดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดโดยได้รับกำไรส่วนเกินจากการขาย และมีความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างกันมายาวนาน

สำหรับการดำเนินการทางการตลาดของบริษัททรอปิคอล คอนโซลิเตดคอปอเรชั่น เอสดีเอ็น บีเอสดี (Tropical consolidated Corp. Sdn. Bhd.) นั้น ได้ทำกิจกรรมทางการตลาดให้กับบริษัท ในทุกภูมิภาคทั่วโลก โดยแสวงหากลุ่มผู้นำเข้าสินค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเองและมีความเชี่ยวชาญในทางการตลาดในพื้นที่ภูมินาณนั้นๆ เป็นอย่างมาก โดยมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋องปลาทูน่า ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าพร้อมทาน ปลาแชลมอน ผลิตภัณฑ์ปลาแชลมอนพร้อมทาน และอาหารสัตว์เลี้ยง

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

(ข) การตลาดภายในประเทศ

บริษัทตั้งเป้าหมายเพื่อกระจายสินค้าให้ครอบคลุมตลาดทั่วประเทศเพิ่มมากขึ้น ภายใต้สินค้าตราที่ชิปี (TCB) ทางบริษัทได้ร่วมกับบริษัทตัวแทนจำหน่ายในการบริหารจัดการสินค้าที่ดี มีประสิทธิภาพ ทำให้สินค้าตราที่ชิปี (TCB) พร้อมจำหน่ายอยู่เสมอในร้านค้าต่างๆ ตลอดจนถึงผู้บริโภคมีความมั่นใจในสินค้าของบริษัทเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้บริษัทได้เริ่มทำตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศภายใต้เครื่องหมายการค้า Snappy Tom (อาหารแมว) และ Hug (อาหารสุนัข)

2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1) กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ปริมาณ	อัตราเพิ่ม (ลด) ปริมาณการผลิต	ปริมาณ	อัตราเพิ่ม (ลด) ปริมาณการผลิต	ปริมาณ	อัตราเพิ่ม (ลด) ปริมาณการผลิต
อาหารทะเลบรรจุกระป๋อง						
กำลังการผลิตเต็มที่ (ตัน)	62,755		62,755		62,755	
กำลังการผลิตจริง (ตัน)	53,378	11%	48,087	(2.52%)	49,332	26.85%
กำลังการผลิต (%)	85.05		76.62		78.61	

ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 ประกอบด้วย กลุ่มผลิตภัณฑ์ทูน่า กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทาน กลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยง โดยมีสัดส่วนปริมาณการผลิต 60:8:32

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 และการให้ความสำคัญถึงความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมโดยการขอรับรองระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015 เรียบร้อยแล้ว และให้ความสำคัญในเรื่องของอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน บริษัทจึงขอการรับรองมาตรฐานสากลระบบ ISO45001:2018 การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน สำเร็จเรียบร้อยเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2562 นอกจากนี้บริษัทยังเพิ่มศักยภาพ จัดความสามารถในการบริหารงานในกระบวนการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคสูงขึ้น จึงได้ขอรับรองระบบการจัดการทางด้านความปลอดภัยอาหาร 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. พัฒนาระบวนการผลิต เพื่อให้สามารถลดต้นทุนต่อหน่วย

4. พัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น

5. ศึกษากระบวนการกระจายความร้อนและการฆ่าเชื้อของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค

ปี 2563 บริษัทมีรายจ่ายในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเป็นเงินทั้งสิ้นประมาณ 9.024 ล้านบาท

2) วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (SUPPLIER)

บริษัทใช้วัตถุดิบการผลิตจากต่างประเทศ ร้อยละ 80 ของปริมาณการใช้วัตถุดิบทั้งหมด ทำให้เผชิญกับความเสี่ยงในการดำเนินงานจากความผันผวนด้านราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวขึ้นลงตามราคาตลาดโลก ปี 2563 ราคาปลาทูน่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1,385 เหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อตันปี 2564 คาดว่าราคาปลาทูน่าประมาณ 1,300 -1,500 เหรียญดอลลาร์สหรัฐฯต่อตัน ซึ่งถือเป็นระดับราคาที่เหมาะสม อีกทั้งบริษัทมีการปรับความยืดหยุ่นในการผลิต และมีการคาดการณ์พยากรณ์ยอดขายอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สามารถรับมือกับปัญหาไม่ว่าจะเป็นการขาดแคลนวัตถุดิบ หรือการมีวัตถุดิบมากเกินไปเกินความต้องการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งได้ตลอดทั้งปี จึงสามารถที่จะปรับเปลี่ยนสายการผลิตให้กระจายการผลิตได้สอดคล้องกับช่วงฤดูกาลของวัตถุดิบ

นอกจากนี้ เพื่อรองรับสถานการณ์ราคาต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นตามเศรษฐกิจของโลก บริษัทมีนโยบายพยายามเพิ่มช่องทางการนำเข้าให้มากขึ้น ให้สามารถมีแหล่งอุปทานจากหลายประเทศและจากหลายแหล่งที่มีคุณภาพโดยมีต้นทุนที่ต่ำ

3) ขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิต

กลุ่มที่หนึ่ง กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง (Regular Tuna Products) มีผลิตภัณฑ์หลักคือ ปลาทูน่าในน้ำแร่ ปลาทูน่าในน้ำเกลือ ปลาทูน่าในน้ำมัน

ขั้นตอนการผลิต คือ นำวัตถุดิบปลาทูน่า ผ่าท้อง ควักไส้ ล้างให้สะอาด นึ่งให้สุกด้วยไอน้ำ แยกเกลือปลา และชุบทำความสะอาด คัดเกรดแยกผลิต ตามตลาด บรรจุและ ชั่งน้ำหนัก เติมน้ำเกลือหรือน้ำมันพืช ปิดผนึกด้วยเครื่องปิดผนึก (Steamer) ล้าง ทำความสะอาดกระป๋องก่อนฆ่าเชื้อด้วยหม้อฆ่าเชื้อแบบ 6 ตะกร้า ปล๋อยไว้ให้เย็น ตรวจสอบคุณภาพและติดฉลาก/บรรจุกล่อง จำหน่าย

กลุ่มที่สอง กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมทานบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง (Ready-To-Serve Products) มีผลิตภัณฑ์หลักคือ ปลาซาร์ดีนในซอสมะเขือเทศ ปลาแมคเคอเรลในซอสมะเขือเทศ ปลาทูน่าแปรรูปพร้อมทาน ปลาแซลมอนแปรรูปพร้อมทาน

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

กลุ่มที่สาม กลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงบรรจุกระป๋องและบรรจุซอง (Pet Food) มีผลิตภัณฑ์หลักคือ อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบปลาซาร์ดีน อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบปลาทูน่า และ อาหารสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบเครื่องในสัตว์

ขั้นตอนการผลิต คือ นำวัตถุดิบ ล้างทำความสะอาดคัดสิ่งเจือปนออก เข้าเครื่องตัดปลาเป็นชิ้นเล็กๆ ให้ได้ขนาด 2-3 เซนติเมตร บรรจุใส่กระป๋อง เติมส่วนผสมของน้ำเจลลี่ ปิดผนึกด้วยเครื่อง ปิดผนึก(Steamer) ล้างทำ

ความสะอาดกระป๋องก่อนนำเข้าเช็ดด้วยหม้อน้ำเช็ดแบบ 6 ตะกร้า ปล่อยไว้
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, สามารถควบคุมคุณภาพน้ำเสียเป็นไปตามมาตรฐาน

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

(ค) น้ำมันปลา ที่ได้จากเครื่องแยกน้ำมันปลา น้ำนิ่งปลา ได้ส่งขายเป็นส่วนผสม
สำหรับอาหารเลี้ยงกุ้ง, อาหารสัตว์

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

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

2.6 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

งานที่ยังไม่ส่งมอบมีน้อยมาก เนื่องจากการผลิตตามคำสั่งซื้อส่วนปัจจัยตาม
ฤดูกาลมีผลกระทบ เช่น วัตถุดิบไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับการมรสุมทางทะเล ก็ได้มีการพยากรณ์และ
แก้ปัญหาการส่งมอบ โดยการทำสินค้าในบางส่วนล่วงหน้าเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบตาม
ช่วงฤดู

บริษัท อีโอฟาร์ จำกัด (E)

1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

นอกจากนี้ยังมีทีมงานฝ่ายขายสินค้าอาหารคนกลุ่มหน้า และปลาแชลมอน ที่เน้น จำหน่ายไปยังกลุ่มร้านค้า ร้านอาหาร โรงแรม และอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ HoReCa (Hotel Restaurant Catering) ภายใต้อินค้าตราชาฟโคล และมีทีมงานฝ่ายขายสินค้าอาหารสัตว์ ที่เน้น จำหน่ายไปยังร้านขายอาหารสัตว์ และช่องทางออนไลน์ ภายใต้อินค้าตราสแนปปี้ ทอม (อาหาร แมว), ฮัก (อาหารสุนัข) และเป็นผู้ประสานงานกับลูกค้าในการผลิตสินค้าตามความต้องการของ ลูกค้าให้กับบริษัท โดยรายได้ของบริษัทเกิดจากการซื้อมา-ขายไปของสินค้า รวมถึงการได้รับค่าที่ บริการ และค่านายหน้าจากยอดขาย และ/หรือบริการต่างๆ

2. การตลาดและสถานะการแข่งขัน

สินค้าตราที่ซีบี บริษัทปรับโครงสร้างการขายกับตัวแทนจำหน่ายเป็นการขายสินค้า ขาด โดยไม่ได้สนับสนุนค่าใช้จ่ายทางการตลาดเหมือนเช่นเดิม ทั้งนี้ จากสถานการณ์ตลาดใน ปัจจุบันเกิดโรคระบาด Covid-19 ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมชะงัก การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค ลดน้อยลง อีกทั้งตัวแทนจำหน่ายไม่ได้จัดการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมต่างๆ ส่งผลให้ สินค้าถูกออกจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เพิ่มมากขึ้น ในส่วนร้านค้าท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศ (General Trade) ได้รับผลกระทบจากตัวแทนจำหน่ายปรับราคาขายเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคา ต้นทุนสินค้าที่ปรับขึ้น ทำให้ภาพรวมของจำนวนร้านค้าลดน้อยลง

สินค้าตราชาฟโคล ทุนามีการแข่งขันกันในกลุ่มอุตสาหกรรมค่อนข้างรุนแรง ซึ่ง ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท เพื่อให้บริษัทยังคงรักษาลูกค้าไว้ได้ ทำให้ต้องลดราคา สินค้าเพื่อให้แข่งขันได้ และปัจจุบันเกิดโรคระบาด Covid-19 ส่งผลให้ไม่มีนักท่องเที่ยว ภายในประเทศซึ่งกระทบกับธุรกิจโรงแรมโดยตรง และส่งผลให้เศรษฐกิจในประเทศชะงัก อย่างไรก็ดีตามบริษัทยังคงตระหนักถึงเรื่องคุณภาพสินค้าและพยายามพิจารณาในเรื่องต้นทุนสินค้า

ให้สามารถแข่งขันได้มาโดยตลอดและคาดว่าสถานการณ์จะดีขึ้นในระยะเวลาอันสั้น รวมทั้งพยายามออกสินค้าใหม่ๆ เพื่อช่วยขยายอีกทาง

สินค้าตราสแนปปี ทอม , อัก กลุ่มเป้าหมายหลักในการทำการตลาดคือร้านอาหารสัตว์และช่องทางออนไลน์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง แต่ก็มีตราสินค้าใหม่ๆ เข้ามาในตลาดอย่างต่อเนื่องเช่นกัน อย่างไรก็ตามบริษัทเล็งเห็นความสำคัญของตลาดอาหารสัตว์เป็นอย่างมาก จึงมีความตั้งใจที่จะทำตลาดสินค้ากลุ่มนี้และเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเป็นระยะ อีกทั้งยังมีการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเพื่อตอบสนองลูกค้าที่ต้องการผลิตสินค้าแบรนด์ตัวเอง ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าในปี 2563 จะเกิดสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 แต่สำหรับตลาดอาหารสัตว์ได้รับผลกระทบไม่มากนัก ผลตอบรับจากการขายอาหารสัตว์ดีขึ้นกว่าเดิม มีการเปิดร้านค้าและขยายฐานลูกค้าไปต่างจังหวัดได้มากขึ้น ลูกค้าเดิมมีการซื้อซ้ำ ซึ่งในปีหน้ามีแผนที่จะขยายตลาดไปต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น และเน้นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการผลิตสินค้าแบรนด์ของตัวเอง

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

งานบริการ ประสานงานจะต้องรวดเร็วมีประสิทธิภาพ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสภาวะการแข่งขันที่สูงยิ่งขึ้นรวมถึงการพยายามมองหาโอกาสใหม่ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า และสร้างผลตอบแทนแก่บริษัทที่สูงขึ้นในระยะยาว

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ - ไม่มี -

บริษัท ทropicollแพคเกจจิ้ง จำกัด (TP)

บริษัทได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2563 และชำระบัญชีเสร็จสิ้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2563

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการจัดหาและราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักของบริษัทคือปลาทูน่า ซึ่งราคาซื้อขายเปลี่ยนแปลงตามราคาตลาดโลกมีการเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว อาจส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตของบริษัทเปลี่ยนแปลงสูงต่ำได้ ปี 2563 ราคาปลาทูน่าเฉลี่ย 1,385 เหรียญสหรัฐต่อตัน ต้นปี 2564 ราคาไม่เปลี่ยนแปลงมาก ทำให้บริหารจัดการไม่ยุ่งยากมากนัก อย่างไรก็ตามฝ่ายบริหารก็ต้องวางแผนทางในการปฏิบัติเพื่อลดความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบในอนาคตโดยติดตามข้อมูลเกี่ยวกับภาวะตลาดของวัตถุดิบต่าง ๆ อย่างใกล้ชิดเพื่อประกอบการตัดสินใจ

3.2 ความเสี่ยงทางด้านการตลาดและภาวะการแข่งขัน

จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ทั่วโลกโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาและทวีปยุโรป ได้รับผลกระทบอย่างมาก สถานการณ์ยังไม่ดีขึ้น ทว่าการบริโภคยังคงมีต่อเนื่อง เมื่อสต็อกสินค้าที่เคยมีอยู่กำลังจะหมดลง ทำให้ภาคการผลิตภายในประเทศมีการหยุดชะงักจากการแพร่ระบาด จึงจำเป็นต้องสั่งสินค้าเข้าจากต่างประเทศทดแทน จึงเป็นโอกาสของหลายประเทศจากเอเชีย เช่น จีน เวียดนาม อินเดีย รวมถึงประเทศไทยสามารถส่งสินค้าไปตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรป ในปริมาณเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการหลายรายรวมทั้งบริษัทได้ขยายการผลิตอาหารสัตว์ (Pet Food) เพราะความต้องการเพิ่มขึ้นและมีกำไรต่อหน่วยมากกว่าอาหารทะเลอื่น ๆ ปัญหาการขาดแคลนตู้สินค้าคอนเทนเนอร์เริ่มมีผลกระทบและต้องเสียค่าระวางเรือที่ปรับตัวสูงขึ้นแล้วเกินกว่า 100% ฝ่ายบริหารต้องปรับตัวและประเมินความเสี่ยงตลอดเพื่อให้สามารถแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ให้ได้

3.3 ความเสี่ยงจากเงินตราต่างประเทศ

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศยังคงมีเนื่องจากการขายสินค้าไปต่างประเทศ บริษัทยังคงใช้นโยบายการบริหารจัดการด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยการนำรายได้ส่วนที่เป็นสกุลเงินเดียวกันไปชำระค่าวัตถุดิบจากต่างประเทศ (Natural Hedge) หรือทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward contract) และให้ความสำคัญติดตามสถานการณ์การเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องเพื่อลดความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้

3.4 ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อ

การจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นการให้สินเชื่อแก่ลูกค้า ดังนั้นกรณีที่ลูกค้าของบริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามภาระผูกพันหรือเงื่อนไขตามสัญญาที่ตกลงไว้ เมื่อครบกำหนดอาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่อง และผลการดำเนินงานของบริษัท ทั้งนี้ฝ่ายบริหารมีการกำหนดนโยบายทางด้านสินเชื่อ โดยมีการวิเคราะห์ฐานะการเงิน ความน่าเชื่อถือของลูกค้าแต่ละราย เงื่อนไขการชำระเงินและกำหนดวงเงินสินเชื่ออย่างสม่ำเสมอ สำหรับกรณีที่ยอดขายเกินกว่าวงเงินสินเชื่อที่กำหนดไว้ ต้องได้รับการอนุมัติจากฝ่ายบริหารก่อน

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	174.13	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องจักร	บริษัทเป็นเจ้าของ	242.95	ไม่มีภาระผูกพัน

บริษัทและบริษัทย่อยมีสัญญาเงินเบิกเกินบัญชีและวงเงินสินเชื่ออื่น ๆ กับธนาคารในประเทศไทยเป็นเงินรวม 1,256.91 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อดังกล่าวค้ำประกันโดยการจำนองที่ดินบางส่วนเนื้อที่ 11 ไร่ 1 งาน 5.1 ตารางวา พร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่เป็นหลักประกัน

(2) เครื่องหมายการค้า

บริษัทมีเครื่องหมายการค้า คือ TC BOY และ TCB สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทเองเพื่อ
เพิ่มส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศและเพิ่มยอดขาย ปัจจุบันตลาดภายในประเทศมีแนวโน้มขยายตัว
เรื่อย ๆ เครื่องหมายการค้าดังกล่าวมีอายุ 10 ปี สามารถต่ออายุได้

(3) สัญญาเช่าระยะยาว และข้อผูกพันของบริษัทตามสัญญา

สัญญาเช่า/ ให้เช่า	อายุสัญญา	ระยะเวลาที่เหลือ	สาระสำคัญ
1. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	3 ปี	2 ปี 5 เดือน	เพื่อทำทางเข้า-ออก
2. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	3 ปี	2 ปี 2 เดือน	เพื่อทำเป็นอาคารสำนักงาน, ทำลานจอดรถ กองวัสดุและล้อมรั้ว
3. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	3 ปี	1 ปี 5 เดือน	เพื่อทำเป็นลานจอดรถ กองเก็บของ มีหลังคาคลุม และล้อมรั้ว
4. เช่าที่ดินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย	3 ปี	3 ปี	เพื่อวางท่อส่งน้ำมาใช้ในกิจการ
5. เช่าที่ดินบริษัทเอกชน	3 ปี	1 ปี 9 เดือน	เพื่อเป็นแหล่งน้ำ สำหรับนำมาใช้ในกิจการ
6. เช่าที่ดินกับเอกชน	20 ปี	20 ปี	เพื่อทำเป็นอาคารที่จอดรถ โดยได้ต่อสัญญาอีก 20 ปี (15 มกราคม 2564 -14 มกราคม 2584)

หมายเหตุ บริษัทมีสัญญาเช่าที่ดินระยะยาวกับการรถไฟแห่งประเทศไทย และบริษัทเอกชนที่ไม่เกี่ยวข้องกัน เพื่อใช้เป็นทางเข้า-ออก โรงเก็บสินค้า และเป็นแหล่งน้ำสำหรับนำมาใช้ในการกิจการ เป็นต้น

(4) ทรัพย์สินที่ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ

สถานที่ตั้ง	ประเภทของการถือสิทธิ	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ(บาท)
1. อาคารพร้อมที่ดิน ต.ท่าทองใหม่ อ.กาญจนดิษฐ์ จ.สุราษฎร์ธานี	น.ส. 3ก.	4,032,036.65
2. อาคารพร้อมที่ดิน ต.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	น.ส. 3ก.	2,200,002.00
3. ที่ดิน ต.ตะโกละกาโปรี อ.ยะหริ่ง จ.ปัตตานี	น.ส. 3ก.	54,650,267.00
4. ที่ดิน ต.คลังชั้น 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.ห้างฉัตร จ.ลำปาง	โฉนด	1,476,082.11
11. ที่ดิน ต.บานา อ.เมือง จ.ปัตตานี	โฉนด	5,500,000.00

ทรัพย์สินที่มีการนำไปค้าประกัน/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 or

www.tropicalgrp.com

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

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

บริษัท/สถานที่ตั้ง	โทรศัพท์/โทรสาร	ประเภทธุรกิจ/ลักษณะการดำเนินงาน	ชนิดและจำนวนของหุ้นที่ จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด	
			ชนิด	จำนวนหุ้น
1.บริษัท อีโลฟาร์ จำกัด 898/15 ชั้นที่10 อาคารสำนักงานที่ 2 เอสวีซีดี ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120	Tel. 02-682-5482-7 Fax. 02-682-5488	ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนในการติดต่อและ ประสานกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและ เอกชนที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และเขต ปริมณฑล ทางด้านเอกสารทางการค้าต่างๆ ทั้งการค้าภายในประเทศและการส่งออก โดยลูกค้ากลุ่มหลักคือบริษัทต่างๆ ในกลุ่ม ธุรกิจเครื่อง	หุ้นสามัญ	1 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

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

ชั้น 50 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 -