

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) เริ่มจดทะเบียนก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2531 เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 25 ล้านบาท จากนั้น ในปี 2537 ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2537 และได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น “บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)” พร้อมทั้งตราสัญลักษณ์ เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2558 โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทมีการดำเนินงานภายใต้นโยบายการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การแปรรูป การผลิต ตลอดจนการควบคุมคุณภาพมาตรฐานอย่างเคร่งครัด

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมายของกลุ่มบริษัท

ในแต่ละปีคณะกรรมการจะพิจารณาทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมายของกลุ่มบริษัท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผล และบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ในปีนี้เช่นกัน คณะกรรมการได้ทบทวนและพิจารณาแล้วมีมติว่า วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ ที่บริษัทตั้งไว้มีความเหมาะสม จึงไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด มีเพียงเป้าหมายขององค์กรที่บริษัททบทวนและปรับให้มีความชัดเจนและกว้างไกลยิ่งขึ้น ทั้งนี้ บริษัทจะผลักดันสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุพันธกิจที่กำหนดไว้ต่อไป

วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจทางด้านอาหารทะเลที่น่าเชื่อถือที่สุดของโลก ตลอดจนใส่ใจดูแลและรักษาทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้คงไว้แก่คนรุ่นต่อไป

พันธกิจ

การเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมอาหารทะเล และสร้างความแตกต่างที่ดีให้เกิดขึ้นจริงต่อผู้บริโภค ลูกค้า และแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจ

วัตถุประสงค์และเป้าหมายองค์กร

มุ่งสร้าง “สุขภาพที่ดี และท้องทะเลที่สมบูรณ์” โดยให้ความสำคัญในทุกประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค ซึ่งจะสร้างเสริมการเติบโตและความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจหลัก อีกทั้งขยายไปยังธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ องค์กรจะเดินหน้าขับเคลื่อนอุตสาหกรรมนี้ให้มีความยั่งยืน

ศักยภาพทางการแข่งขัน

บริษัทมีศักยภาพทางการแข่งขันหลายประการ ดังนี้

1. บริษัทเน้นผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานมีคุณภาพสูงด้วยเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและเทคโนโลยีการผลิตสินค้าที่ดี ประกอบกับระบบการตรวจสอบคุณภาพสินค้าทุกขั้นตอนจึงทำให้สินค้าของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพระดับโลก ดังนี้
 - ISO 9001:2015 ระบบการบริหารงานคุณภาพมาตรฐานสากลของสถาบัน Joint Accreditation System of Australia and New Zealand (JAS-ANZ)
 - ISO 14001:2015 ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม จากสถาบัน United Kingdom Accreditation Service (UKAS)
 - ISO/IEC 17025 การรับรองความสามารถของห้องปฏิบัติการสอบเทียบและห้องปฏิบัติการทดสอบ จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งเป็นระบบการจัดการคุณภาพของห้องปฏิบัติการ กรมวิทยาศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (ACFS) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

- ISO 50001:2011 ระบบการบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์พลังงาน จากกระทรวงอุตสาหกรรม
 - BRC7 Global Standard for Food Safety ได้รับการรับรองจากสถาบัน Joint Accreditation System of Australia and New Zealand (JAS-ANZ)
 - FDA การรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา
 - International Food Standard Version 6 (IFS6) จาก SGS – International Certification Service GmbH (Germany)
 - Kosher Certificate จากสถาบัน Union of Orthodox Jewish Congregations of America
 - Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) จากกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกรมวิชาการเกษตร และ HACCP USDA จากสถาบัน SGS (Thailand) โดยเป็นระบบที่เน้นถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม เป็นระบบการประกันคุณภาพด้านความปลอดภัยของอาหารที่สามารถป้องกันอันตรายหรือสิ่งปนเปื้อนทางด้านชีวภาพ เคมี และกายภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนกำหนดวิธีการป้องกันและแก้ไขในจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม (CCP) เพื่อให้มีความปลอดภัย และได้มาตรฐานตามหลักสากล
 - Good Manufacturing Practices (GMP) โดยถือว่าเป็นบริษัทที่มีคุณภาพการผลิตอาหารแช่แข็งเพื่อการส่งออก ที่ผ่านการรับรองจากกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมปศุสัตว์ กรมวิชาการเกษตร และสำนักงานสาธารณสุข จังหวัดสมุทรสาคร
 - HALAL เครื่องหมาย "ฮาลาล" จากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย
 - Best Aquaculture Practices (BAP) จากสถาบัน Aquaculture Certification Council, Inc. มาตรฐานรับรองกระบวนการเพาะเลี้ยงและแปรรูปกุ้ง ครอบคลุมทั้งโรงเพาะฟักอนุบาลลูกกุ้ง ฟาร์มกุ้ง และโรงงานแปรรูปกุ้ง โดยเน้นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ความใส่ใจกับความปลอดภัยของสินค้าอาหารและความสามารถตรวจสอบย้อนกลับของสินค้าได้
 - Supplier Quality Management System (SQMS) ระบบการบริหารจัดการคุณภาพของผู้ผลิต จาก บจ. เอสไอ ไอ โกบอล (ประเทศไทย)
 - Thai Industrial Standard (TIS18001:2554) / มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เป็นมาตรฐานระบบจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย จากกระทรวงอุตสาหกรรม
 - Occupational Health and Safety (OHSAS18001:2007) มาตรฐานระบบจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยซึ่งกำหนดขึ้นโดยอ้างอิง BS8800 มาตรฐานของประเทศต่างๆ
 - Marine Stewardship Council (MSC) ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการผลิตอย่างยั่งยืน มาตรฐานการประมงวัดความยั่งยืนของการประมงจับสัตว์น้ำ
2. กลุ่มบริษัทและบริษัทย่อยเป็นผู้ผลิตอาหารทะเลแช่แข็งและบรรจุกระป๋องรายใหญ่ ด้วยกำลังการผลิตเฉพาะในประเทศ ปลาหมึก กุ้ง ปลาซาร์ดีนและแมคเคอเรล และอาหารสัตว์เลี้ยง ในปริมาณถึง 610,000 100,000 106,000 และ 49,000 ตันต่อปีตามลำดับ จึงทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ ด้วยการประหยัดจากขนาดของธุรกิจ (Economy of Scale)
 3. บริษัทย่อยในต่างประเทศ คือ บจ. ไทโร-ยูเนี่ยน ชิฟู้ดส์ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า “Chicken of the Sea” จัดเป็นแบรนด์อาหารทะเลบรรจุกระป๋องอันดับ 3 ในประเทศสหรัฐอเมริกาและแบรนด์ “Genova” ผลิตภัณฑ์ปลาหมึกนำฟรีเมียม จึงเป็นการเพิ่มฐานการตลาดของบริษัทให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ก็ยังมีกลุ่มทียูอี (TUE GROUP) หรือเดิมเรียกกลุ่มเอ็มดับเบิลยูแบรนด์ (MW Brands) ที่บริษัทได้เข้าไปลงทุนในอัตรา 100% ก็ยังเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าอีกหลายแบรนด์ ได้แก่
 - “John West” แบรนด์อาหารทะเลบรรจุกระป๋องอันดับ 1 ในประเทศอังกฤษ ไอร์แลนด์ และเนเธอร์แลนด์
 - “Petit Navire” แบรนด์อาหารทะเลบรรจุกระป๋องอันดับ 1 ในประเทศฝรั่งเศส

- “Parmentier” ซูเปอร์พรีเมียมแบรนด์ชาร์ดินบรรจุกระป๋องอันดับ 1 ในประเทศฝรั่งเศส
- “King Oscar” แบรินค์ชั้นนำชาร์ดินอันดับ 1 ในประเทศสหรัฐอเมริกา นอร์เวย์ และออสเตรเลีย
- “Mareblu” แบรินค์ผู้นำบรรจุกระป๋องอันดับ 2 ในประเทศอิตาลี
- “Rugenfisch” “Hawesta” “Ostsee Fisch” and “Lysell” แบรินค์อาหารทะเลชั้นนำในประเทศเยอรมนี
- “Les Pecheries de Chez Nous” แบรินค์ล็อบสเตอร์ในประเทศแคนาดา

ทำให้บริษัทมีฐานการตลาดที่หลากหลาย เพิ่มความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มบริษัท

4. การที่บริษัทได้ลงทุนธุรกิจ在不同ประเทศทำให้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเป็นที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า โดยสามารถเป็นผู้ผลิตปลาทูน่าบรรจุกระป๋องอันดับที่ 1 ของโลก และเป็นผู้นำในตลาดอาหารทะเลแช่แข็งและบรรจุกระป๋องของโลก
5. สินค้าของกลุ่มบริษัทจำหน่ายให้กับลูกค้าในหลายประเทศทั่วโลก ฐานของลูกค้าจึงกว้างขวาง ทำให้สามารถลดความเสี่ยงจากสถานะทางเศรษฐกิจในบางประเทศได้
6. กลุ่มบริษัทมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกสูง ซึ่งนอกจากสินค้าจะมีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้ (Competitive Price) แล้ว ยังมีทีมการตลาดที่มีความสามารถและประสบการณ์สูง มีการเดินทางไปพบลูกค้า เพื่อให้ทราบความต้องการ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าตลอดเวลา
7. กลุ่มบริษัทมีอาหารทะเลแช่แข็งและบรรจุกระป๋องหลายชนิดประกอบกับมีห้องเย็นซึ่งใช้เก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปขนาดใหญ่ถึง 135,000 ตัน จึงทำให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งชนิดของสินค้าและปริมาณการสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากได้

นอกจากนี้ ผู้บริหารของบริษัทยังมีประสบการณ์ในธุรกิจอาหารทะเลแช่แข็งมานาน มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในวงการ และบริษัทยังมีบุคลากรในระดับปฏิบัติที่มีความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในการทำงาน จึงทำให้การดำเนินงานของบริษัทมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตลอดมา

กลยุทธ์ของไทยยูเนียน

ไทยยูเนียน : สุขภาพที่ดี และท้องทะเลที่สมบูรณ์

ที่ไทยยูเนียนการดูแลรักษาท้องทะเล การส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและตอบโจทย์ความยั่งยืนถือเป็นหัวใจสำคัญของทุกสิ่งที่ทำ ปัจจุบัน ผู้บริโภคไม่ได้มองว่าอาหารเป็นเพียงแหล่งพลังงานเท่านั้น แต่ยังมีแนวโน้มในการเลือกสรรอาหารที่ช่วยดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และยังให้ความสนใจในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการลดการบริโภคอาหารจำพวกโปรตีนที่มีกระบวนการผลิตปล่อยก๊าซคาร์บอนออกมาในปริมาณมาก ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทยยูเนียนอุดมไปด้วยโปรตีน โอเมก้า-3 คอลลาเจน และวิตามินต่างๆ และถูกจัดหามาอย่างรับผิดชอบภายใต้กลยุทธ์ระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรมในด้านความยั่งยืน หรือ SeaChange® ทำให้มีความพร้อมในการรองรับความต้องการของผู้บริโภคเหล่านั้น

ในปี 2562 บริษัทได้กำหนดทิศทางและเป้าหมายเชิงกลยุทธ์เพื่อมุ่งสู่ปี 2568 กลยุทธ์นี้ถูกสร้างขึ้นมาจากความมุ่งมั่นในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและรสชาติดีให้กับผู้บริโภค และพันธกิจในการเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนในอุตสาหกรรม สรุปสั้นๆ ได้ว่า บริษัทให้ความสำคัญกับ “สุขภาพที่ดี และท้องทะเลที่สมบูรณ์”

โดยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบทั้งสิ้น 6 ข้อ ในการสร้างมูลค่าของธุรกิจในระยะยาว ซึ่งจะช่วยให้ขับเคลื่อนและรักษาการเติบโตของธุรกิจ รวมทั้งช่วยยกระดับและต่อยอดธุรกิจในกลุ่มองค์กร และนำมาซึ่งการพัฒนาและการสร้างความแข็งแกร่งให้กับการทำกำไรของธุรกิจ

1) สร้างการเติบโตในกลุ่มธุรกิจหลัก - บริษัทจะสร้างความเติบโตและเพิ่มมูลค่าของกลุ่มธุรกิจหลัก ซึ่งบริษัทเชื่อว่ายังมีโอกาสอีกมากในการเติบโตทั้งในแง่ของปริมาณและมูลค่า ด้วยวิธีการ 3 ประการ คือ

- การเติมเต็มช่องว่างในตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบันและในตลาดเกิดใหม่ด้วยการแตกไลน์ผลิตภัณฑ์
- การบริหารจัดการส่วนผสมทางด้านลูกค้า (customer mix) และด้านภูมิศาสตร์ (geography mix) โดยเลือกลงทุนในกลุ่มผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงที่น่าสนใจ
- การพัฒนาและสร้างความแตกต่างในแง่คุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้าและผู้บริโภค

2) ขยายธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า - บริษัทจะขยายการลงทุนไปยังธุรกิจที่มีความน่าสนใจตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์พลอยได้ผ่านธุรกิจส่วนประกอบอาหาร หรือ Ingredients และผลิตภัณฑ์นี้ให้เติบโต และขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์จากน้ำมันปลาเข้าไปสู่ผลิตภัณฑ์ส่วนประกอบอาหารอื่นๆ ที่มีความเฉพาะตัวมากขึ้น นอกจากนี้ จะขยายธุรกิจอาหารสัตว์น้ำ (Feed) ให้เติบโตขึ้น และเดินหน้านำลงทุนในงานวิจัยและพัฒนาอาหารกุ้งและปลาที่มีประสิทธิภาพสูงและตอบโจทย์ด้านความยั่งยืน เพื่อรองรับความต้องการในตลาดเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำโลกที่กำลังเติบโต

3) มองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ - โดยการสร้างธุรกิจโปรตีนทางเลือก ไม่ว่าจะเป็นการใช้วัตถุดิบจากพืช แมลง สาหร่าย หรือแหล่งโปรตีนทางเลือกอื่นๆ ซึ่งนอกจากจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับทุกกลุ่มธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น อาหารสัตว์น้ำ อาหารสัตว์เลี้ยง อาหารสำหรับผู้บริโภค และส่วนประกอบอาหาร ยังทำให้มีข้อได้เปรียบด้านความยั่งยืนเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งโปรตีนแบบดั้งเดิม

บริษัทตระหนักดีว่าไม่ใช่ทุกนวัตกรรมจะสามารถพัฒนาภายในบริษัทได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทคโนโลยีอาหารมีวิวัฒนาการอย่างรวดเร็ว ดังนั้น บริษัทจึงทำงานอย่างใกล้ชิดรวมทั้งให้การสนับสนุนสตาร์ทอัพเทคโนโลยีอาหารทั่วโลกในฐานะเป็นหนึ่งในสมาชิกผู้ก่อตั้งสเปซ-เอฟ ซึ่งเป็นศูนย์บ่มเพาะและเร่งการเติบโตให้กับสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีอาหารแห่งแรกของประเทศไทย อีกทั้งยังมีการลงทุนผ่านกองทุน venture fund ของบริษัท

4) สร้างรากฐานที่มั่นคงในการดำเนินธุรกิจในอนาคต - เป้าหมายหนึ่งในทศวรรษหน้าคือการทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มผลผลิตและลดค่าใช้จ่ายเชิงโครงสร้างเพิ่มเป็นทวีคูณ บริษัทได้วางรากฐานโครงการต่างๆ ที่จะผลักดันให้เกิดการพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนงานโดยละเอียดและชัดเจนในการลดต้นทุนแปรสภาพ (conversion costs) นอกจากนี้ ยังมีแผนการลงทุนในระบบอัตโนมัติ (automation) และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพื่อให้มั่นใจว่า ห่วงโซ่อุปทานมีความพร้อมในการรองรับการดำเนินธุรกิจในอนาคต

5) สืบสานความเป็นผู้นำด้านความยั่งยืน - บริษัทภูมิใจที่ได้รับการยกย่องในความทุ่มเทด้านความยั่งยืน ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะแค่การดำเนินงานภายในองค์กร แต่ยังรวมถึงความทุ่มเทที่มอบให้ทั้งอุตสาหกรรม ไทยยูเนี่ยนได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในลำดับที่ 1 ของโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในปี 2561 และ 2562 จากดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ หรือ DJSI และเป็นอันดับที่ 1 ในการจัดอันดับโดยดัชนี Seafood Stewardship Index อีกทั้งยังได้รับการยกย่องสูงสุดจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มมูลค่าตลาดหลักทรัพย์

บริษัทยังให้ความสำคัญกับการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรมในด้านความยั่งยืน หรือ SeaChange® ในทุกภาคส่วนของธุรกิจของกลุ่มไทยยูเนี่ยนทั่วโลก ในขณะเดียวกัน ก็ก้าวไปสู่กลยุทธ์เพื่อความยั่งยืนในขั้นต่อไป โดยการขยายงานในด้านความรับผิดชอบต่อท้องทะเลและการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ด้วยความทุ่มเทเหล่านี้

6) พัฒนาบุคลากร - ไทยยูเนียนให้ความสำคัญกับการดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถมาร่วมงาน รวมทั้งพัฒนาและรักษามูลค่าบุคลากรไว้ และยังคงผลักดันในเรื่องของการเพิ่มความผูกพัน การมีส่วนร่วมของพนักงานในทุกภาคส่วน นอกจากนี้ มีการสนับสนุนให้มีการหมุนเวียนตำแหน่งงานภายในองค์กร และยังให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในอนาคต

ไทยยูเนียนจะจัดสรรทรัพยากรให้สอดคล้องกับงานสำคัญข้างต้น ในขณะที่เดินหน้าพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจหลัก และจะบริหารทรัพยากรเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทั้งในด้านนวัตกรรมของกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก และการลงทุนเชิงกลยุทธ์ในธุรกิจใหม่ที่มีโอกาสเติบโต จะยังคงเดินหน้าบริหารกลุ่มธุรกิจอย่างเข้มข้น โดยลงทุนในธุรกิจที่มีกำไรและการเติบโตสูง และมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงกลุ่มธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานต่ำกว่าเป้าหมาย พร้อมทำการพิจารณาตัดสินใจที่จะปรับปรุงหรือยุติกิจการที่มีผลการดำเนินงานต่ำกว่าเป้าหมาย โดยการไตร่ตรองและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบคอบ ทั้งนี้เพื่อจำกัดความเสี่ยงและเปิดโอกาสให้ธุรกิจที่ดำเนินอยู่นั้นดำเนินไปได้อย่างเต็มศักยภาพ

ในขณะที่ให้ความสำคัญกับการลงทุนเพื่อผลักดันการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพทางกำไรของกลุ่มธุรกิจ ก็ยังคงมองหาโอกาสในการเข้าซื้อกิจการและสร้างพันธมิตรทางการค้าเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ สำหรับโอกาสในการเข้าซื้อกิจการจะมุ่งเน้นที่ธุรกิจที่มีความน่าสนใจเชิงกลยุทธ์สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มและภูมิภาคที่มีโอกาสเติบโตสูง

ด้วยกลยุทธ์ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ไทยยูเนียนมุ่งมั่นในการสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทั้งในแง่ของยอดขายและกำไร และการสร้างรากฐานที่มั่นคงให้กับการดำเนินธุรกิจในอนาคต ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเชื่อว่าหัวใจสำคัญของความสำเร็จ คือ การเดินหน้าเสริมสร้างจุดแข็งของเรา รวมทั้ง เพิ่มการเข้าถึงแหล่งอาหารทะเลที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นผู้นำขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน ไทยยูเนียนจะยึดมั่น ในเป้าหมาย “สุขภาพที่ดี และท้องทะเลที่สมบูรณ์” ของเราสืบเนื่องต่อไป

กลยุทธ์ด้านการตลาด

- กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth strategy)

บริษัทให้ความสำคัญกับการเติบโตของธุรกิจ ด้วยอัตราการเติบโตของยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็น ปลาหมึกบรรจุกระป๋อง ปลาซาร์ดีนและแมคเคอเรลบรรจุกระป๋อง ปลาหมึกและแชลมอนแช่แข็ง กุ้งแช่แข็ง ปลาเส้น อาหารพร้อมปรุง/พร้อมรับประทาน ในทุกๆ ตลาด ซึ่งบริษัท มองว่ายังสามารถเติบโตได้อีกทั้งในตลาดปัจจุบัน และตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

- กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Market Differentiation)

บริษัทเป็นผู้นำในการสร้างความแตกต่างทางการตลาด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ บรรลุคุณค่าในรูปแบบใหม่ที่มีความน่าสนใจต่อผู้บริโภค การบริการหลังการขาย กระบวนการจัดส่งที่แตกต่างจากที่มีอยู่ในตลาด อันจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดการจดจำในตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสร้างความสามารถในการกำหนดราคาที่แตกต่างกันจากผู้ผลิตรายอื่นในตลาดอีกด้วย

- กลยุทธ์การรวมพลังทางธุรกิจ (Marketing Synergy Strategy)
บริษัทใช้ประโยชน์จากการผนึกกำลังทางธุรกิจของแต่ละธุรกิจเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นปลาหมึกน่าบรรจุกระป๋อง ปลาซาร์ดีนและแมกเคอเรลกระป๋อง กุ้งแช่แข็ง ปลาหมึกและแชลมอนแช่แข็ง ปลาเส้น อาหารพร้อมปรุง/อาหารพร้อมรับประทาน และเบเกอรี่ต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรและลูกค้าในการเพิ่มทางเลือก และความสะดวกในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากผู้ขายรายเดียว การส่งมอบสินค้าที่สามารถทำพร้อมกันได้ในเรื่องเดียวกัน การทำการตลาดแบบข้ามธุรกิจ จะสามารถเพิ่มยอดขายให้กับบริษัทได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังได้รับผลดีจากการแนะนำลูกค้าเดิมของธุรกิจหนึ่งให้กับอีกธุรกิจหนึ่ง ซึ่งเป็นลูกค้าเดิมของบริษัทที่มีประวัติและข้อมูลของลูกค้ารายนั้นๆ อยู่ก่อนแล้ว เป็นการลดความเสี่ยงและการคัดเลือกลูกค้าไปพร้อมๆ กัน และสามารถขยายฐานลูกค้าให้ได้มากขึ้นในเวลาอันสั้น
- กลยุทธ์การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Alliance)
บริษัทเลือกลูกค้าที่มีศักยภาพสูงในแต่ละตลาดทั้งอเมริกาเหนือ เอเชีย ยุโรป ละตินอเมริกา และแอฟริกา เพื่อพัฒนาให้เป็นคู่ค้าในระยะยาว โดยวางแผนธุรกิจร่วมกัน ทั้งด้านการตลาด การกำหนดแผนเชิงกลยุทธ์ และทิศทางธุรกิจ เพื่อให้เกิดการเติบโตและความยั่งยืน
- กลยุทธ์การรับจ้างผลิต (OEM) และการผลิตร่วม (Co-packing)
บริษัทให้ความสำคัญกับธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้าและการผลิตร่วม ทั้งที่บริษัทเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยตัวเองหรือลูกค้านำวัตถุดิบมาจ้างให้บริษัทผลิตเพื่อให้มีรายได้ประจำอย่างสม่ำเสมอในแต่ละเดือน รวมทั้งการจ้างงานในระยะยาว ตลอดจนเพื่อแก้ปัญหาวัตถุดิบขาดแคลนเพราะลูกค้าสามารถนำเข้าวัตถุดิบอาหารทะเลสดมาให้บริษัทแปรรูปเป็นสินค้าสำเร็จรูปและส่งกลับไปยังประเทศต้นทางได้
- กลยุทธ์การรักษาลูกค้าเก่า (Customer retention)
บริษัทเอาใจใส่และดูแลตลาดส่งออก ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญที่สุด โดยพยายามรักษฐานลูกค้าเก่าในปัจจุบันทั้งรายใหญ่และรายเล็กให้อยู่กับบริษัทได้มากที่สุดและนานที่สุด ทั้งนี้เพราะลูกค้าปัจจุบันถือเป็นลูกค้าที่มีคุณค่าต่อบริษัทเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในตลาดหลัก คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นลูกค้าที่มีคุณภาพ มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ เพราะรู้จักบริษัทเป็นอย่างดีอยู่แล้ว ดังนั้น ด้วยการเพิ่มปริมาณการใช้ และวิธีการประยุกต์ใช้สินค้าของบริษัท ด้วยวิธีใหม่ๆ การร่วมกันพัฒนาสินค้า โดยเฉพาะลูกค้ารายใหญ่ๆ ซึ่งบริษัทได้คัดแยกกลุ่มออกมาโดยเฉพาะเพื่อให้เกิดความคล่องตัว และให้ความสะดวกแก่ลูกค้ามากที่สุด ขณะที่ตลาดในประเทศ ซึ่งเป็นตลาดที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ก็จะเป็นอีกหนึ่งตลาดที่บริษัทให้ความสนใจและกำหนดแผนกลยุทธ์การตลาดไว้อย่างชัดเจน
- กลยุทธ์การเจาะตลาดเชิงลึก (Market Penetration)
นอกจากบริษัทจะรักษาดตลาดลูกค้าในปัจจุบัน ซึ่งเป็นตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ไว้ให้ได้แล้ว บริษัทยังได้พยายามเจาะตลาดในปัจจุบัน ในช่องทางอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นตลาดขายส่งขนาดใหญ่ ช่องทางการค้าสมัยใหม่ อันเป็นช่องทางใหม่ในสภาพสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่เปลี่ยนแปลงไป อันประกอบไปด้วย ห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ตลาด Lifestyle ที่ผู้บริโภคในปัจจุบันมีการใช้ชีวิตให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เช่น ศูนย์กลางการตกแต่งบ้าน การท่องเที่ยว แฟชั่น สวนสนุก ซึ่งได้บรรจุร้านอาหาร ไว้เป็นส่วนหนึ่งของร้านค้าประเภทต่างๆ ข้างต้น
- กลยุทธ์การเปิดตลาดใหม่ (New Market Development)
บริษัทมีนโยบายในการเปิดตลาดใหม่ๆ ให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงไม่ให้ขึ้นอยู่กับตลาดใดตลาดหนึ่งมากเกินไป นอกเหนือจากตลาดหลักแล้ว ยังเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายสินค้าใหม่ๆ ที่เหมาะสมสำหรับตลาดใหม่นั้นๆ ซึ่งได้แก่ ตลาดเอเชียที่นอกเหนือจากญี่ปุ่น ตลาดแคนาดา ตลาดออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ หมู่เกาะ

ต่างๆ และตลาดในประเทศ ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพ ลูกค้ามีอำนาจซื้อสูง พฤติกรรมในการบริโภคที่นิยมอาหารทะเลแช่แข็ง เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

บริษัทให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการทำธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในสินค้าและบริการ ก่อให้เกิดการกลับมาซื้อซ้ำ นิยมชมชอบคุณภาพสินค้าของบริษัท จนเกิดเป็นความจงรักภักดีต่อบริษัท (Loyalty) โดยกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ หมายถึง

- ก) ผลิตภัณฑ์คุณภาพดี (High Quality) หมายถึง การเลือกวัตถุดิบ ส่วนผสมที่ดีมีคุณภาพมาผลิตผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน และบุคลากรที่มีทักษะความชำนาญด้านการผลิต ก่อให้เกิดสินค้าสำเร็จรูปที่มีคุณภาพดี มีรสชาติอร่อย ถูกใจลูกค้า
- ข) ผลิตภัณฑ์ที่มีความสะอาดปลอดภัย (Food Safety) เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารทะเลและผลิตภัณฑ์อาหารรูปแบบอื่นของบริษัท เป็นสินค้าที่ใช้ในการบริโภคอันมีผลต่อสุขภาพและร่างกายของผู้บริโภค จึงมีความจำเป็นที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ต้องมีความสะอาดปลอดภัย ผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานสากล
- ค) ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ (Traceability) เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคชั้นสุดท้ายมีความมั่นใจถึงแหล่งที่มาที่ไปของสินค้า
- ง) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Variety) บริษัทมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลไว้ให้ลูกค้าได้เลือกซื้อในที่เดียวกัน

- กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Development)

บริษัทมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาด้วยทีมงาน Research and Development (R&D) เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มบริษัท การพัฒนาสินค้าใหม่ มีทั้งการพัฒนาต่อยอดแนวความคิดของลูกค้าที่ร้องขอหรือเสนอแนวความคิดเบื้องต้น หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่เกิดจากการค้นคว้าและพัฒนาด้วยทีมงาน R&D ของบริษัท

- กลยุทธ์ราคาที่เหมาะสมผลที่สามารถแข่งขันได้ (Reasonable & Competitive Pricing)

บริษัทจะกำหนดราคาที่เหมาะสมผลเหมาะกับคุณภาพที่ดี ระบบการผลิตที่ได้มาตรฐาน และสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันได้

- การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย (Market Place Strategy)

บริษัทเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใหม่ๆ เพื่อการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใหม่ๆ ตามสภาพแวดล้อมทางสังคม และเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าจำหน่ายสินค้าของกลุ่มบริษัท และช่องทางการจำหน่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อออนไลน์ เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ ที่มีความคุ้นเคยและมีพฤติกรรมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งสองวิธีนี้ จะเป็นช่องทางที่ลูกค้าสามารถเข้ามาติดต่อหรือซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง

- กลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Strategy)

บริษัทตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดด้วยการยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ที่บริษัทได้ให้ความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นกำหนดผู้ดูแลลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจงเป็นรายๆ ไป การรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า เป็นต้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2531 ซึ่งครั้งแรกตอนจัดตั้งใช้ชื่อ บริษัท เอเชียน แปซิฟิก ไทยทูน่า จำกัด ขึ้นก่อน ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 25 ล้านบาท ทั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการผลิตและนำเข้าส่งออกอาหารทะเลแช่แข็ง รวมถึงแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ และได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2531 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2533 ได้เริ่มดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ 3 ประเภทแรกออกจำหน่าย ได้แก่ ปลาทูน่าสุกแช่แข็ง ปลาแช่แข็ง และอาหารแมวกระป๋อง ต่อมาในปี 2535 บริษัทได้ก่อสร้างห้องเย็นเพิ่มเติม พร้อมกับการเข้าร่วมลงทุนจากบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายใหญ่ ในประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ บริษัท มิตซูบิชิ คอร์ปอเรชั่น จำกัด และบริษัท ฮาโกโรโมะ ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งเป็นลูกค้าและผู้จำหน่ายของบริษัท อย่างไรก็ตาม ในส่วนของเจ้าของรายใหญ่ที่ถือเกินกว่าร้อยละ 10 ยังคงเป็นกลุ่มจันศิริ ต่อมาบริษัทได้แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน พร้อมทั้งเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2537 โดยบริษัทได้ดำเนินงานและขยายการลงทุนไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น อาหารสัตว์น้ำ โรงพิมพ์ อุตสาหกรรมกระป๋องบรรจุอาหาร และตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา บริษัทได้เริ่มขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ โดยเริ่มจากการเข้าลงทุนในซีกเก้นออฟเดอะซี ในประเทศสหรัฐอเมริกา แล้วขยายต่อไปในภูมิภาคต่างๆ เรื่อยมา ทั้งในอเมริกา ยุโรป และเอเชีย

จนกระทั่งในปี 2558 เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มบริษัทที่ขยายเติบโตขึ้น ในส่วนของโครงสร้างการลงทุน บริษัทจึงได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)” รวมถึงชื่อย่อหลักทรัพย์จากเดิม TUF เปลี่ยนเป็น TU พร้อมทั้งเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ของบริษัทในเครื่องหมายเป็นดังนี้



ปัจจุบัน ณ วันที่ 31 มกราคม 2562 บริษัทมีทุนจดทะเบียน 1,492,953,874 บาท (5,971,815,496 หุ้น) ทุนชำระแล้ว 1,192,953,874 บาท (4,771,815,496 หุ้น) โดยมีมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 0.25 บาท

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในปี 2562

มีนาคม - เข้าซื้อหุ้นร้อยละ 49 ในบริษัท ทีเอ็มเอซี จำกัด (TMAC) ซึ่งเป็นบริษัทผู้ลงทุนในกิจการฟาร์มเพาะพันธุ์กุ้ง เลี้ยงกุ้งและจำหน่ายอาหารกุ้ง จากบริษัท มิตซูบิชิ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ผู้ถือหุ้นเดิม) ทำให้อัตราส่วนการถือหุ้นเปลี่ยนจากร้อยละ 51 เป็นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน หรือ 112,999,997 หุ้น สำหรับทุนจดทะเบียน 113,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

พฤษภาคม - จัดตั้งบริษัท ไทยยูเนี่ยน อินกรีเดียนท์ จำกัด (TUI) ด้วยทุนจดทะเบียน 30 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยมีอัตราส่วนในการถือหุ้นร้อยละ 100 หรือจำนวน 29,999,996 หุ้น เพื่อดำเนินกิจการผลิตและจำหน่ายน้ำมันปลา โดยโอนธุรกิจโรงงานสกัดน้ำมันปลาที่สังกัดอยู่ใต้การดูแลของบริษัท ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม จำกัด และหน่วยธุรกิจ Ingredient ซึ่งเป็นหน่วยธุรกิจภายใต้บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มาอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทที่จัดตั้งขึ้นใหม่นี้

มิถุนายน - บริษัท ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์ จำกัด (บริษัทย่อยซึ่ง TU ถือหุ้นร้อยละ 66.90 ของทุนจดทะเบียน) ดำเนินการจดทะเบียนแปรรูปเป็นบริษัทมหาชน เพื่อการเตรียมพร้อมยื่นขอเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Upcoming IPO) และเสนอขายหลักทรัพย์ต่อไป

สิงหาคม – จำหน่ายหุ้นสามัญของบริษัท บีเอส ไคเมนชั่น จำกัด (BZD) ที่ถืออยู่ทั้งหมดจำนวน 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.00 ของทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงของธุรกิจสินเชื่อบุคคลรายย่อยระดับจังหวัดภายใต้การกำกับ (พิโกไฟแนนซ์) เนื่องจาก BZD ได้ขยายธุรกิจไปทางด้านสินเชื่อส่วนบุคคลซึ่งจะมีลูกหนี้รายย่อยจำนวนมาก

พฤศจิกายน

- ลงทุนเพิ่มเติม โดยซื้อหุ้นสามัญ 23,940 หุ้น คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 39.9 ของทุนจดทะเบียนในบริษัท ธรรมชาติ ซีฟู้ด รีเทล จำกัด (TSR) จากผู้ถือหุ้นเดิม ทำให้สัดส่วนการลงทุนจากเดิมร้อยละ 25.1 เปลี่ยนเป็นร้อยละ 65.0 ของทุนจดทะเบียน ทั้งนี้ ส่งผลให้ TSR เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท

- ออกหุ้นกู้ด้อยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายหุ้น และหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิไม่มีประกัน รวมมูลค่า 12,000 ล้านบาท โดยการระดมทุนครั้งนี้เพื่อใช้ในการชำระคืนหุ้นกู้เดิมที่ครบกำหนดในปีนี้ จึงไม่ทำให้เงินกู้ทั้งหมดของบริษัทเพิ่มขึ้น และได้ทำให้อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ND/E) ลดลงมาอยู่ที่ระดับ 1.07 เท่า จากระดับ 1.40 เท่า ณ สิ้นปี 2561

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลแช่แข็งและบรรจุกระป๋องเพื่อส่งออกต่างประเทศ ปัจจุบันโรงงานของบริษัทตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรสาคร และเพื่อให้การดำเนินงานธุรกิจครบวงจร ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต การบริหารต้นทุน และการให้บริการลูกค้า บริษัทจึงดำเนินกลยุทธ์ขยายการลงทุนทั้งในแบบ Expansion และ Integration ดังนั้น ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทเข้าลงทุนในบริษัทย่อยรวม 35 แห่ง ครอบคลุมธุรกิจด้านอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่าง ได้แก่ อาหารแปรรูป อาหารแช่แข็ง อาหารแช่เย็น และอาหารว่างประเภทต่างๆ โดยเน้นอาหารทะเลเป็นหลัก ขณะเดียวกันก็ได้ขยายเข้าสู่การดำเนินงานในธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ ธุรกิจตลาดภายในประเทศ ธุรกิจอาหารสัตว์ พัฒนาสายพันธุ์กุ้งเพื่อจำหน่าย ธุรกิจโรงเพาะฟักและอนุบาลลูกกุ้ง และฟาร์มเลี้ยงกุ้ง เป็นต้น

และยังได้มีการลงทุนในบริษัทร่วมอีก 10 แห่ง ประกอบด้วยธุรกิจผลิตปุ๋ยอัด อาหารกุ้ง อาหารสัตว์ ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์พลอยได้จากอาหารทะเล ลงทุนในธุรกิจการจับปลาทูน่า และธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดซื้อจัดจ้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Procurement)

นอกจากบริษัทย่อยและบริษัทร่วมตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว บริษัทยังคงมีบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทย่อยในต่างประเทศอีก 39 แห่ง (รายละเอียดเพิ่มเติมหน้า 28-30) เนื่องจากการประกอบธุรกิจในต่างประเทศจึงมีการจัดตั้งบริษัทขึ้นเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายท้องถิ่นของแต่ละประเทศ

ทั้งนี้ บริษัทได้มีนโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มตามประเภทของธุรกิจและลักษณะของผลิตภัณฑ์ ซึ่งแต่ละกลุ่มธุรกิจจะมีการสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกัน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ตามโครงสร้างในหน้าถัดไป

* ลงทุน โดย บมจ. สงขลาเคาน์นิ่ง

** ลงทุน โดย บจ. ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม

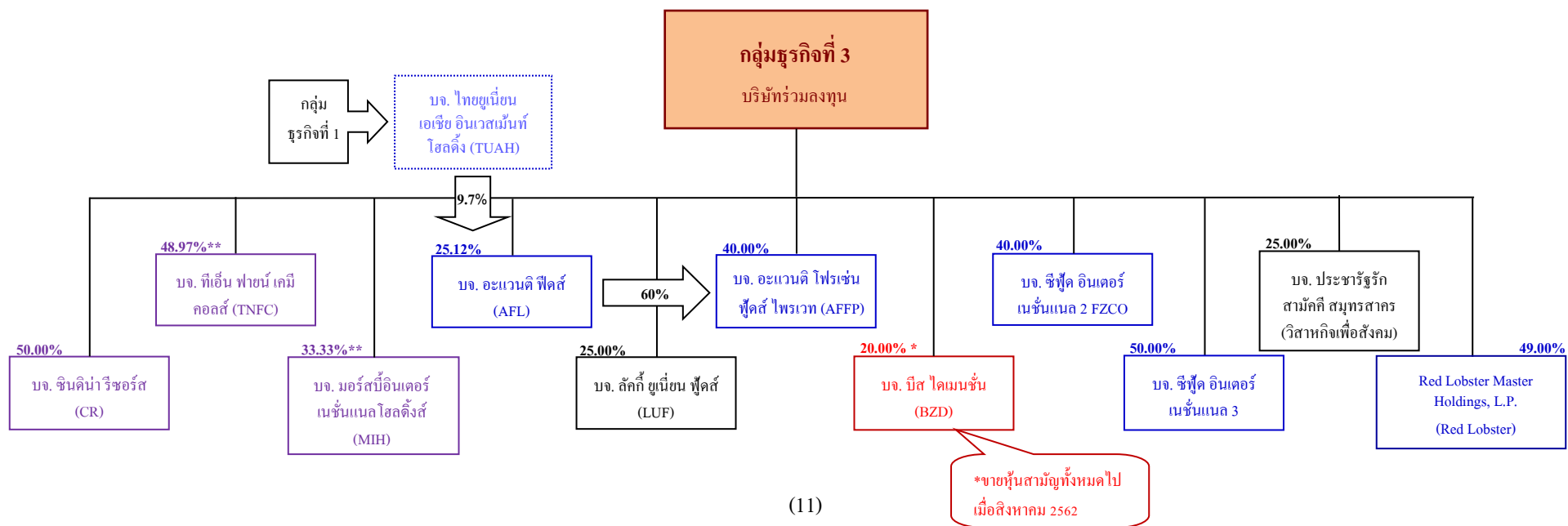
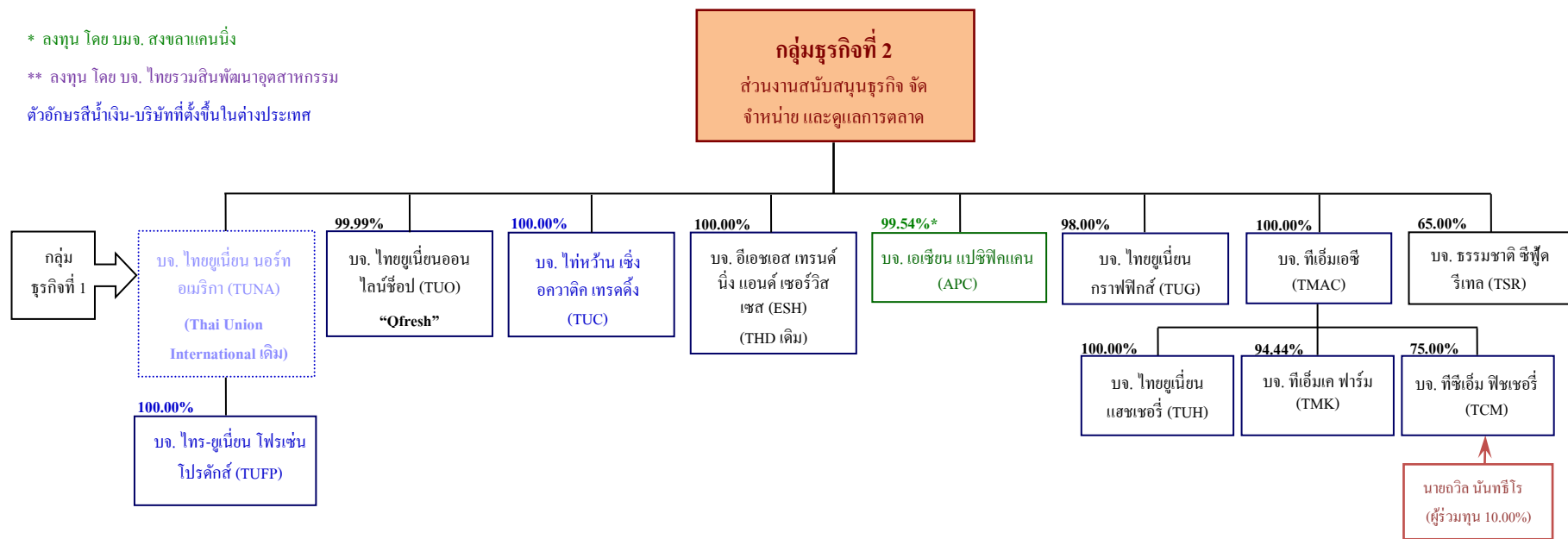
ตัวอักษรสีน้ำเงิน-บริษัทที่ตั้งขึ้นในต่างประเทศ



* ลงทุน โดย บมจ. สงขลาเคาน์นิ่ง

** ลงทุน โดย บจ. ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม

ตัวอักษรสีน้ำเงิน-บริษัทที่ตั้งขึ้นในต่างประเทศ



ข้อมูลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

กลุ่มที่ 1

1) บริษัท ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม จำกัด (TUM)

สำนักงาน	เลขที่ 979/13-16 ชั้นเอ็ม อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์ ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ +66(0) 2298-0025 โทรสาร +66(0) 2298-0027 – 28
โรงงาน	เลขที่ 30/2 หมู่ 8 ถนนเศรษฐกิจ 1 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โทรศัพท์ +66(0) 3441-2210 โทรสาร +66(0) 3442-5459
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและส่งออกปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง และอาหารแมวบรรจุกระป๋อง
ทุนจดทะเบียน	30,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 99.66 หรือ 29,897,830 หุ้น

2) บริษัท สงขลาแคนนิ่ง จำกัด (มหาชน) (SC)

สำนักงาน	เลขที่ 979/9-10 ชั้น 12 อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์ ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ +66(0) 2298-0029 โทรสาร +66(0) 2298-0442 – 3
โรงงาน	เลขที่ 333 ถนนกาญจนวนิช ตำบลพะวง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา 90100 โทรศัพท์ +66(0) 7433-4005 - 8 โทรสาร +66(0) 7433-4009
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง
ทุนจดทะเบียน	36,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 99.55 หรือ 35,839,169 หุ้น

3) บริษัท ไทยยูเนียน ซีฟู้ด จำกัด (TUS)

สำนักงาน	เลขที่ 979/8 ชั้น 12 อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์ ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ +66(0) 2298-0024 โทรสาร +66(0) 2298-0550
โรงงาน	เลขที่ 77 หมู่ 5 ถนนสงขลา-ระโนด ตำบลวัดขนุน อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา 90330 โทรศัพท์ +66(0) 7448-3482 - 7 โทรสาร +66(0) 7448-3480
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและส่งออกกุ้งแช่แข็ง

- | | |
|--------------------------|---|
| ทุนจดทะเบียน | 30,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 51.00 หรือ 15,300,000 หุ้น |
- 4) บริษัท ไทยยูเนียน ฟีดมิลล์ จำกัด (มหาชน) (TFM)**
- | | |
|--------------------------|---|
| สำนักงาน / โรงงาน | เลขที่ 89/1 หมู่ 2 ถนนพระรามสอง ตำบลกาหลง อำเภอเมืองสมุทรสาคร
จังหวัดสมุทรสาคร 74000 |
| โทรศัพท | +66(0) 3441-7222 โทรสาร +66(0) 3488-5125 - 7 |
| โรงงาน สาขา 1 | เลขที่ 103/1 หมู่ 2 ถนนสงขลา-ระโนด ตำบลปากแตระ อำเภอระโนด จังหวัด
สงขลา 90140 |
| โทรศัพท | +66(0) 7453-6260 - 2 โทรสาร +66(0) 7453-6263 - 5 |
| ประเภทธุรกิจ | ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ |
| ทุนจดทะเบียน | 410,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 2 บาท |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 66.90 หรือ 274,300,075 หุ้น |
| เว็บไซต์ | www.thaiunionfeedmill.com |
- 5) บริษัท ไทยยูเนียน คาริสมา เลสตารี จำกัด (TUKL) / Thai Union Kharisma Lestari PT.**
- | | |
|--------------------------|--|
| สำนักงาน / โรงงาน | เมืองสุราบายา ประเทศอินโดนีเซีย |
| ประเภทธุรกิจ | ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์น้ำ ได้แก่ อาหารกุ้ง อาหารปลา |
| ทุนจดทะเบียน | 15,993,600 หุ้น มูลค่าหุ้นละ Rp10,000
*เรียกชำระครั้งแรกแล้ว ร้อยละ 25.00 ของทุนจดทะเบียน |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 65.00 หรือ 10,395,840 หุ้น
<i>ลงทุนโดย บมจ. ไทยยูเนียน ฟีดมิลล์</i> |
- 6) บริษัท ไทยยูเนียน นอร์ท อเมริกา จำกัด (TUNA) / Thai Union North America, INC.**
- เดิมชื่อ “บริษัท ไทยยูเนียน อินเตอร์เนชันแนล จำกัด” (TUI) / Thai Union International, INC.
- | | |
|----------------------------|---|
| สำนักงาน | No. 2150, E. Grand Ave, EI Segundo, CA 90245, USA
โทรศัพท +1(424) 397-8556 โทรสาร +1(424) 397-8600 |
| ประเภทธุรกิจ | ผู้ลงทุนธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา |
| Common stock, Authorized | 12,000,000 shares, no par value |
| Issued and outstanding | 10,050,000 USD |
| Additional paid-in capital | 329,068,225 USD |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 12,000,000 หุ้น |

7) บริษัท ไทร-ยูเนี่ยน ซีฟู้ดส์ จำกัด (TRI-U) / Tri-Union Seafoods, LLC

สำนักงาน	No. 2150, E. Grand Ave, EI Segundo, CA 90245, USA โทรศัพท์ +1(424) 397-8556 โทรสาร +1(424) 397-8600
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ชิกเก้นออฟเดอะซี”
ส่วนของเจ้าของ	54,739,979 เหรียญสหรัฐ
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	ร้อยละ 100.00 (ไม่มีการออกใบหุ้น) <i>ลงทุนโดย บจ. ไทยยูเนี่ยน นอร์ท อเมริกา</i>
เว็บไซต์	www.chickenofthesea.com

8) บริษัท ยูเอสเพ็ต นูทริชั่น จำกัด (USPN) / US Pet Nutrition, LLC

สำนักงาน	No. 2150, E. Grand Ave, EI Segundo, CA 90245, USA โทรศัพท์ +1(424) 397-8556 โทรสาร +1(424) 397-8600
โรงงาน	เลขที่ 212 นอร์ทคอมเมอร์เชียลโรด ลีเยง จอร์เจีย 30436 สหรัฐอเมริกา โทรศัพท์ +1(912) 805-6136 โทรสาร +1(912) 526-3344
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงทั้งแบบเปียกและแห้งในประเทศสหรัฐอเมริกา
ทุนจดทะเบียน	1 เหรียญสหรัฐ
ส่วนของเจ้าของ	64,000,000 เหรียญสหรัฐ
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	ร้อยละ 99.00 <i>ลงทุนโดย บจ. ไทยยูเนี่ยน นอร์ท อเมริกา</i> และร้อยละ 1.00 <i>ลงทุนโดย บจ. ไทร-ยูเนี่ยน ซีฟู้ดส์</i>

9) บริษัท ไทยยูเนี่ยน อินเวสเมนต์ โฮลดิ้ง จำกัด (TUIH) / Thai Union Investment Holding

สำนักงาน	ชั้น 8 เมดิน มิวส์ ถนนเลอชาเซ่ พอร์ทหลุยส์ สาธารณรัฐมอริเชียส
ประเภทธุรกิจ	ผู้ลงทุนธุรกิจในภูมิภาคยุโรป
ทุนจดทะเบียน	222,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 ยูโร
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 222,000,000 หุ้น

10) บริษัท ไทยยูเนี่ยน อีซู ซีฟู้ด 1 เอสเอ จำกัด (TUES1) / Thai Union EU Seafood 1 S.A.

สำนักงาน	46เอ ถนนเจเอฟ เคนเนดี้ แอล-1855 ลักเซมเบิร์ก ประเทศลักเซมเบิร์ก
ประเภทธุรกิจ	ผู้ลงทุนธุรกิจในภูมิภาคยุโรป
ทุนจดทะเบียน	221,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 ยูโร
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 221,500,000 หุ้น

11) บริษัท ไทยยูเนี่ยน ยูโรป จำกัด (TUE) / THAI UNION EUROPE

เดิมชื่อ “MW Brands SAS” และควบรวมกับ Thai Union France Holding 2 SAS

สำนักงาน	เลขที่ 104 เดอร์เพรสซิเคนท์ อเวนิว เคนเนดี้ 75016 ปารีส ประเทศฝรั่งเศส โทรศัพท์ +33(1) 53-7753-53 โทรสาร +33(1) 53-7717-13
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลบรรจุกระป๋องแบบครบวงจรในภูมิภาคยุโรป
ทุนจดทะเบียน	31,367,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 ยูโร
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 31,367,000 หุ้น <i>ลงทุนโดย บจ. ไทยยูเนี่ยน อีซู ซีฟู้ด 1 เอสเอ</i>

12) บริษัท เมอรัลลิอันซ์ เอสเอเอส จำกัด (MAA) / Meralliance SAS

สำนักงาน	เลขที่ 55 อเวนิว เดอ เคออาดอง ควิมเปร์ ประเทศฝรั่งเศส โทรศัพท์ +33(2) 98-6844-45 โทรสาร +33(2) 98-6899-53
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตแชลมอนรมควันชั้นนำของยุโรป
ทุนจดทะเบียน	50,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 ยูโร
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 <i>ลงทุนโดย บจ. ไทยยูเนี่ยน อีซู ซีฟู้ด 1 เอสเอ</i>

13) บริษัท ไทยยูเนี่ยน โปแลนด์ เอสพี (TU Poland) / Thai Union Poland Sp. Z.o.o.

สำนักงาน	Strzebielinko 22, 84-250 Gniewino, ประเทศโปแลนด์ โทรศัพท์ +48(586) 706-519 โทรสาร +48(586) 706-506
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง
ทุนจดทะเบียน	1,000,100 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 50 สลือติโปแลนด์
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 1,000,100 หุ้น <i>ลงทุนโดย บจ. ไทยยูเนี่ยน อีซู ซีฟู้ด 1 เอสเอ</i>

14) บริษัท คิง ออสการ์ เอเอส จำกัด (KO) / King Oscar AS

สำนักงาน	นอสท์กาเทน เลขที่ 58 ฟิปี 400 เซนทรีม เบอร์เกน เอ็น 5805 ประเทศนอร์เวย์ โทรศัพท์ +47 800 30 501
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง (ปลาซาร์ดีน แมคเคอเรล) ในภูมิภาคยุโรป สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย
ทุนจดทะเบียน	52,481 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 โครนนอร์เวย์
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 52,481 หุ้น <i>ลงทุนโดย บจ. ไทยยูเนี่ยน อีซู ซีฟู้ด 1 เอสเอ</i>

15) บริษัท แพ็คฟู้ด จำกัด (มหาชน) (PPC)

สำนักงาน	เลขที่ 103 ซอยร่วมมิตร ถนนนนทบุรี แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ +66(0) 2295-1991 - 9 โทรสาร +66(0) 2295-2012
โรงงาน	เลขที่ 85 หมู่ 4 ตำบลนาดี อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โทรศัพท์ +66(0) 3483-3803 - 6, 3486-4143 โทรสาร +66(0) 3486-1110
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารและสัตว์น้ำแช่แข็ง
ทุนจดทะเบียน	33,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	32,999,979 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 99.73 หรือ 32,912,392 หุ้น
เว็บไซต์	www.pakfood.co.th และ www.ttimefood.com

16) บริษัท เจ้าพระยาห้องเย็น จำกัด (CHP)

สำนักงาน	เลขที่ 32 ซอยสะพานปลา ถนนเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10500 โทรศัพท์ +66(0) 2212-0496 - 7 โทรสาร +66(0) 2211-5704
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์และผู้ผลิตและจำหน่ายคัมชะแช่แข็ง <u>หยุดการดำเนินกิจการและจดทะเบียนเลิกกิจการในปี 2561 รอการชำระบัญชี</u>
ทุนจดทะเบียน	500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 500,000 หุ้น <i>ลงทุนโดย บมจ. แพ็คฟู้ด</i>

17) บริษัท ทักษิณสมุทร จำกัด (TZ)

สำนักงาน	เลขที่ 103 ซอยร่วมมิตร ถนนนนทบุรี แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา
----------	--

- กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ +66(0) 2295-1991 - 9 โทรสาร +66(0) 2295-2013
- ประเภทธุรกิจ ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารและสัตว์น้ำแช่แข็ง หยุดการดำเนินงานกิจการและจดทะเบียนเลิกกิจการในปี 2561 รอการชำระบัญชี
- ทุนจดทะเบียน 1,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
- ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 1,500,000 หุ้น
ลงทุนโดย บมจ. แพคเกจ
- 18) บริษัท โอคีนอสฟูด จำกัด (OKF)**
- สำนักงาน เลขที่ 103 ซอยร่วมมิตร ถนนนนทบุรี แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา
กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ +66(0) 2295-1991 - 9 โทรสาร +66(0) 2295-2013
- โรงงาน เลขที่ 85 หมู่ 4 ตำบลนาดี อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000
โทรศัพท์ +66(0) 3483-3803 - 6 โทรสาร +66(0) 3486-1110
- ประเภทธุรกิจ ผู้ผลิต จำหน่าย และส่งออกสัตว์น้ำแช่แข็งและอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง
- ทุนจดทะเบียน 38,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
- ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 38,000,000 หุ้น
ลงทุนโดย บมจ. แพคเกจ
- 19) บริษัท ยู่เฉียงแคนฟู้ด จำกัด (YCC) / Yueh Chyang Canned Food Co., Ltd.**
- สำนักงาน นิคมวัง เบงลัดคัสติก จังหวัดลองอัน ประเทศเวียดนาม
โทรศัพท์ +84(072) 387-2377 โทรสาร +84(072) 387-2388
- ประเภทธุรกิจ ผู้ผลิตและส่งออกอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง
- ทุนจดทะเบียน 1,919,936 เหรียญสหรัฐ
- ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00
ลงทุนโดย บมจ. สงขลาแคนนิ่ง
- 20) บริษัท ซีฟู้ด อินเตอร์เนชั่นแนล วัน FZCO (SIC1) / Seafood International One FZCO**
- สำนักงาน / โรงงาน เลขที่ 1317-1318 JAFZA อาคารวันบิวดิง เอ ชั้น 13 เจเบล อาลี ฟรีโซน ดูไบ
ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โทรศัพท์ +971 4 8808318
- ประเภทธุรกิจ ผู้บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ผลิตภัณฑ์ และการตลาด
- ทุนจดทะเบียน 100,000 เอมิเรตส์เดอรัม
- ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น หุ้นสามัญ ร้อยละ 60.00 หรือ 60 หุ้น

21) บริษัท รูกิ้นฟิช เอจี / Rugen Fisch AG

สำนักงาน / โรงงาน	สดราเบเคอ, เลขที่ 18546 แซสตันิตซ์ เกาะรูกิ้น ประเทศเยอรมนี โทรศัพท์ +49(0) 38392 60-0 โทรสาร +49(0) 38392 32041
ประเภทธุรกิจ	ผู้นำตลาดอาหารทะเลกระป๋องในประเทศเยอรมนี ซึ่งเป็นเจ้าของแบรนด์ “ฮาเวิสต้า” (Hawesta)
ทุนจดทะเบียน	2,827,840 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 ยูโร
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 51.00 <i>ลงทุนโดย บจ. ไทยยูเนี่ยน ฟรานซ์ โฮลดิ้ง 2</i>

22) บริษัท ไทยยูเนี่ยน แคนาดา จำกัด (TUCa)

สำนักงาน / โรงงาน	78 Rue du Quai, Val Comeau, NB Canada, E1X 4L1 Tel. +1(506) 395-3292 Fax. +1(506) 395-3849
ประเภทธุรกิจ	แปรรูปและจัดจำหน่ายสล็อสเตอร์ในแถบแอตแลนติกเหนือ ภายใต้แบรนด์ เล เพ็ชเชอรี เดอ เชซนูส์ (Les Pecheries de Chez Nous)
ทุนจดทะเบียน	17,523,875 ดอลลาร์แคนาดา
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 80.00 หรือ 91,726 หุ้น <i>ลงทุนโดย บจ. ไทยยูเนี่ยน อียู ซีฟู้ด 1 เอสเอ</i>

23) บริษัท ไทยยูเนี่ยน เอเชีย อินเวสเมนต์ โฮลดิ้ง จำกัด (TUAH)

สำนักงาน	RM 2101, Hong Kong Trade, Centre 161-7 Des Voeux Road, Central Hong Kong
ประเภทธุรกิจ	Holding Company
ทุนจดทะเบียน	20,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 เหรียญสหรัฐ
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 20,000 หุ้น

24) บริษัท ไทยยูเนี่ยน อินกรีเดียนท์ จำกัด (TUI)

สำนักงาน	979/98 ชั้น 30 อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์ ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โรงงาน	เลขที่ 30/24 หมู่ 8 ถนนเศรษฐกิจ 1 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัด สมุทรสาคร 74000
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายน้ำมันและไขมันจากสัตว์ (น้ำมันปลาและหรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ น้ำมันปลา)
ทุนจดทะเบียน	30,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

ทุนชำระแล้ว	ร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน หรือหุ้นละ 10 บาท
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 29,999,996 หุ้น

กลุ่มที่ 2

1) บริษัท เอเชียนแปซิฟิคแคน จำกัด (APC)

สำนักงาน / โรงงาน	เลขที่ 38/70 หมู่ 8 ถนนเศรษฐกิจ 1 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โทรศัพท์ +66(0) 3442-3401 - 6 โทรสาร +66(0) 3442-1493
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและจำหน่ายกระป๋องปลาสำหรับบรรจุอาหาร
ทุนจดทะเบียน	200 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 400,000 บาท
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 200 หุ้น <i>ลงทุนโดย บมจ. สงขลาแคนนิ่ง 198 หุ้น, บจ. ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม 1 หุ้น และ บจ. ไทยยูเนี่ยน กราฟฟิกส์ จำนวน 1 หุ้น</i>

2) บริษัท ไทยยูเนี่ยน กราฟฟิกส์ จำกัด (TUG)

สำนักงาน / โรงงาน	เลขที่ 255 ถนนแสมดำ แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150 โทรศัพท์ +66(0) 2895-5865 - 6 โทรสาร +66(0) 2415-4371
ประเภทธุรกิจ	ผู้ให้บริการด้านงานพิมพ์ ด้วยระบบออฟเซ็ทแบบครบวงจร
ทุนจดทะเบียน	4,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 98.00 หรือ 3,920,000 หุ้น

3) บริษัท ทีเอ็มเอซี จำกัด (TMAC)

สำนักงาน	เลขที่ 89/1 หมู่ 2 ถนนพระรามสอง ตำบลกาหลง อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โทรศัพท์ +66(0) 3441-7222 โทรสาร +66(0) 3488-5125, 3441-7255
ประเภทธุรกิจ	ผู้ลงทุนกิจการฟาร์มเพาะพันธุ์ ปรับปรุงพัฒนาพ่อแม่พันธุ์กุ้ง และเลี้ยงกุ้ง
ทุนจดทะเบียน	113,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 112,999,997 หุ้น <i>*ในเดือนมีนาคม 2562 บริษัทได้ลงทุนเพิ่มร้อยละ 49.00 รวมเป็นร้อยละ 100.00</i>

4) บริษัท ไทยยูเนี่ยน แอสเซอรี่ จำกัด (TUH)

สำนักงาน	เลขที่ 89/1 หมู่ 2 ถนนพระรามสอง ตำบลกาหลง อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000
----------	---

- | | |
|--------------------------|--|
| โรงงาน | โทรศัพท์ +66(0) 3441-7222 โทรสาร +66(0) 3488-5125, 03441-7255
เลขที่ 42 หมู่ 14 ตำบลโคกกลอย อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา 82140
โทรศัพท์ +66(0) 7658-4000 โทรสาร +66(0) 7658-4028 |
| ประเภทธุรกิจ | ประกอบกิจการพัฒนาสายพันธุ์กุ้งขาวที่มีคุณภาพเพื่อผลิตและจำหน่ายลูกกุ้ง |
| ทุนจดทะเบียน | 31,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 31,499,950 หุ้น
<i>ลงทุนโดย บจ. ทีเอ็มเอซี</i> |
- 5) บริษัท ทีซีเอ็ม ฟิชเชอรี จำกัด (TCM)**
- | | |
|--------------------------|---|
| สำนักงาน | เลขที่ 89/1 หมู่ 2 ถนนพระรามสอง ตำบลกาหลง อำเภอเมืองสมุทรสาคร
จังหวัดสมุทรสาคร 74000
โทรศัพท์ +66(0) 3441-7222 โทรสาร +66(0) 3488-5125, 3441-7255 |
| ฟาร์ม | เลขที่ 147 หมู่ 11 ตำบลกำแพง อำเภอละงู จังหวัดสตูล 91110 |
| ประเภทธุรกิจ | ประกอบกิจการฟาร์มเพาะพันธุ์และเลี้ยงกุ้ง |
| ทุนจดทะเบียน | 7,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 75.00 หรือ 5,250,000 หุ้น
<i>ลงทุนโดย บจ. ทีเอ็มเอซี</i> |
- 6) บริษัท ทีเอ็มเค ฟาร์ม จำกัด (TMK)**
- | | |
|--------------------------|---|
| สำนักงาน | เลขที่ 89/1 หมู่ 2 ถนนพระรามสอง ตำบลกาหลง อำเภอเมืองสมุทรสาคร
จังหวัดสมุทรสาคร 74000
โทรศัพท์ +66(0) 3441-7222 โทรสาร +66(0) 3488-5125, 3441-7255 |
| ฟาร์ม | เลขที่ 173/1 หมู่ 4 ตำบลบางสีก อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง 92110 |
| ประเภทธุรกิจ | ประกอบกิจการฟาร์มเพาะพันธุ์และเลี้ยงกุ้ง |
| ทุนจดทะเบียน | 27,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 94.44 หรือ 25,499,999 หุ้น
<i>ลงทุนโดย บจ. ทีเอ็มเอซี</i> |
- 7) บริษัท อีเอสเอส เทรนต์นิ่ง แอนด์ เซอร์วิส จำกัด (EHS)**
เดิมชื่อ บริษัท ซีร์ โฮลดิ้ง จำกัด (THD)
- | | |
|----------|--|
| สำนักงาน | เลขที่ 106/10 หมู่ 7 ซอยรุ่งเศรษฐกิจ 1 ถนนเศรษฐกิจ 1 ตำบลท่าทราย อำเภอ
เมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000
โทรศัพท์ +66(6) 3217-0204 |
|----------|--|

- | | |
|--------------------------|--|
| ประเภทธุรกิจ | ผู้ดูแลให้บริการที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัย การจัดฝึกอบรมหลักสูตรด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัยตามที่กฎหมายกำหนด การให้คำปรึกษาและแนะนำเกี่ยวกับการจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม |
| ทุนจดทะเบียน | 7,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 6,999,998 หุ้น |
- 8) บริษัท ไทร-ยูเนียน โฟรเซน โปรดักส์ จำกัด (TUFP) / Tri-Union Frozen Products, INC**
- | | |
|----------------------------|---|
| สำนักงาน | No. 2150, E. Grand Ave, EI Segundo, CA 90245, USA
โทรศัพท์ +1(310) 469-7030 |
| ประเภทธุรกิจ | ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายอาหารทะเลแช่แข็ง |
| ทุนจดทะเบียน | หุ้นสามัญ 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.001 เหรียญสหรัฐ |
| Additional paid-in capital | 29,097,888 USD |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ 10,000 หุ้น หรือร้อยละ 100.00
<i>ลงทุนโดย บจ. ไทยยูเนียน นอร์ท อเมริกา</i> |
- 9) บริษัท ไทยยูเนียนออนไลน์ช้อปปิ้ง จำกัด (TUO)**
- | | |
|--------------------------|--|
| สำนักงาน / โรงงาน | 979/79 ชั้น 26 อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์ ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 |
| ประเภทธุรกิจ | ประกอบกิจการซื้อขายหรือบริการ โดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต |
| ทุนจดทะเบียน | 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 99.99 หรือ 99,997 หุ้น |
| เว็บไซต์ | www.qfreshshop.com |
- 10) ชื่อภาษาจีน - บริษัท ไท่หว่าน เจิ้ง อควาติก เทคดิง (ไชน่า) จำกัด**
ชื่อภาษาอังกฤษ – THAI UNION CHINA COMPANY LIMITED (TUC)
- | | |
|--------------|---|
| สำนักงานใหญ่ | ชั้น 1 บล็อก 1 เลขที่ 251 ถนนเข้าหัว เชียงไฮ่ ไฟลด์ฟรีเทรดโซน, ประเทศจีน
โทรศัพท์ +86(21) 8017-7564 โทรสาร +86(21) 8017-7899 |
| ประเภทธุรกิจ | การตลาด การสร้างตราสินค้า การขาย ตัวแทนจำหน่ายและผู้จัดจำหน่ายอาหารทะเลและผลิตภัณฑ์อาหารบรรจุหีบห่อ |
| ทุนจดทะเบียน | 8,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 เหรียญสหรัฐ |

ทุนเรียกชำระแล้ว	1,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 เหรียญสหรัฐ
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 100.00 หรือ 8,000,000 หุ้น
11) บริษัท ธรรมชาติ ซีฟู้ด รีเทล จำกัด (TSR)	
สำนักงาน / โรงงาน	58, 58/1-5 ชั้นที่ 5 ซอยสุขุมวิท 63 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ +66(0) 2714-1322 โทรสาร +66(0) 2714-1323
ประเภทธุรกิจ	ผู้จัดหาและนำเข้าอาหารทะเลประเภทแช่แข็งและรมควันเพื่อการค้าปลีกในประเทศ ไทย ผ่านช่องทางเคาน์เตอร์อาหารทะเลในซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และประกอบกิจการ ร้านอาหารทะเล ภายใต้ชื่อ “The Dock by Thammachart Seafood” TSR ตั้งขึ้นในปี 2550 ดำเนินการธุรกิจรวม 158 แห่งทั่วประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 150 ร้านค้าปลีก ในซูเปอร์มาร์เก็ต และ 8 ร้านอาหาร
ทุนจดทะเบียน	60,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 65.00 หรือ 39,000 หุ้น *ในเดือนพฤศจิกายน 2562 บริษัทได้ลงทุนเพิ่มร้อยละ 39.90 รวมเป็นร้อยละ 65.00
เว็บไซต์	www.thammachartseafood.com

กลุ่มที่ 3**1) บริษัท ซินดิเน่า รีซอร์ส จำกัด (CR) / Cindena Resources Limited**

สำนักงาน	ตู้ ปณ. 957, ออฟฟิศ อินคอร์ปอเรชัน เซ็นเตอร์ โรดทาวน์ ทอร์โทลา ประเทศ บริติช เวอร์จิน ไอส์แลนด์ส
ตัวแทนธุรกิจ (เอเจนต์)	บริษัท ออฟฟิศ อินคอร์ปอเรชันส์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ผู้ลงทุนในแบรนด์สินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศจีน
ทุนจดทะเบียน	500,000 เหรียญสหรัฐ
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หุ้นสามัญ ร้อยละ 50.00 <i>ลงทุนโดย บจ. ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม</i>

2) บริษัท ทีเอ็น ฟายน์ เคมีคอลส์ จำกัด (TNFC)

สำนักงาน	เลขที่ 30/2 หมู่ 8 ถนนเศรษฐกิจ 1 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โทรศัพท์ +66(0) 3442-3686 โทรสาร +66(0) 3442-3688
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้จากอาหารทะเล
ทุนจดทะเบียน	9,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10,000 บาท

- ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น หุ้นสามัญ ร้อยละ 48.97 หรือ 4,407 หุ้น
ลงทุนโดย บจ. ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม
- 3) บริษัท มอร์สบี อินเตอร์เนชันแนล โฮลดิ้งส์ จำกัด (MIH) / Moresby International Holdings INC.
- สำนักงาน ห้อง 4 ชั้น 2 อาคารเออีเอฟ สโรว์ส ถนนมัสเกรฟ พอร์ตมอร์สบี ประเทศปาปัวนิวกินี
- ประเภทธุรกิจ ลงทุนจัดตั้งบริษัท มาเจสติก ซีฟู้ด คอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเทศปาปัวนิวกินี เพื่อดำเนินธุรกิจการจับปลาในน่านน้ำปาปัวนิวกินี และบริเวณใกล้เคียง
- ทุนจดทะเบียน 9,327,699 เหรียญสหรัฐ
- ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น หุ้นสามัญ ร้อยละ 33.33
ลงทุนโดย บจ. ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม
- 4) บริษัท อะแวนติ ฟีดส์ จำกัด (AFL) / Avanti Feeds Limited
- สำนักงาน / โรงงาน จี 2 คอนคอร์ด อพาร์ทเมนต์ 6-3-658 โซมาจิคูต้า ไฮเดอราบัด 500 082
 อานธรประเทศ ประเทศอินเดีย
 โทรศัพท์ +91(40) 2331-0260 - 61 โทรสาร +91(40) 2331-1604
- ประเภทธุรกิจ ผู้ผลิตและส่งออกอาหารกุ้ง และกุ้งแช่แข็ง
- ทุนจดทะเบียน 90,830,420 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 เหรียญรูปี
- ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น หุ้นสามัญ ร้อยละ 24.66 หรือ 22,400,594 หุ้น
*ลงทุนโดย บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป ร้อยละ 15.43 หรือ 14,020,420 หุ้น และ
 บจ. ไทยยูเนี่ยน เอเชีย อินเวสเมนต์ โฮลดิ้ง ร้อยละ 9.23 หรือ 8,380,174 หุ้น*
- 5) บริษัท อะแวนติ โฟรเซน ฟู้ดส์ ไพรวาท จำกัด (AFFP) / Avanti Frozen Foods Private Limited
- สำนักงาน / โรงงาน เอช เลขที่ 3 พล็อตเลขที่ 3 เบย์เมทน์ วิชาขาปัตตนม 530 045 อานธรประเทศ
 ประเทศอินเดีย
- ประเภทธุรกิจ ผู้ผลิตและจำหน่ายกุ้งแช่แข็ง
- ทุนจดทะเบียน 10,100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 เหรียญรูปี
- ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น หุ้นสามัญ ร้อยละ 39.67 หรือ 4,006,676 หุ้น
ลงทุนร่วมกับ บจ. อะแวนติ ฟีดส์ ร้อยละ 60.33 หรือ 6,093,324 หุ้น
- 6) บริษัท ลักกี ยูเนี่ยน ฟู้ดส์ จำกัด (LUF)
- สำนักงาน / โรงงาน เลขที่ 1/74-75 นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร
 จังหวัดสมุทรสาคร 74000
 โทรศัพท์ +66(0) 3449-0330, 3449-0009 โทรสาร +66(0) 3449-0008

- | | |
|--------------------------|--|
| ประเภทธุรกิจ | ผู้ผลิตและส่งออกปูอัด |
| ทุนจดทะเบียน | 1,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 25.00 หรือ 375,000 หุ้น |
- 7) บริษัท บีเอส ไดเมนชั่น จำกัด (BZD)**
- | | |
|--------------------------|---|
| สำนักงาน | เลขที่ 979/79-80 ชั้น 26 อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์ ถนนพหลโยธิน
แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ +66(0) 2298-0345 โทรสาร +66(0) 2298-0331 |
| ประเภทธุรกิจ | ผู้ให้บริการบริหารจัดการซื้อจัดจ้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Procurement) |
| ทุนจดทะเบียน | 5,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 5 บาท |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 20.00 หรือ 1,000,000 หุ้น
* บริษัทได้จำหน่ายหุ้นสามัญทั้งหมดไปในเดือนสิงหาคม 2562 |
- 8) บริษัท ซีฟู้ด อินเตอร์เนชั่นแนล 2 FZCO (SIC2) / Seafood International Two FZCO**
- | | |
|--------------------------|--|
| สำนักงาน / โรงงาน | เลขที่ 1317-1318 JAFZA อาคารวันบิวดิง เอ ชั้น 13 เจเบล อาลี ฟรีโซน ดูไบ ประเทศ
สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ |
| ประเภทธุรกิจ | การขายและการจัดจำหน่าย |
| ทุนจดทะเบียน | 100,000 เอมิเรตส์เดอร์แฮม |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 40.00 หรือ 40,000 หุ้น |
- 9) บริษัท ซีฟู้ด อินเตอร์เนชั่นแนล 3 FZCO (SIC3) / Seafood International Three FZCO**
- | | |
|--------------------------|---|
| สำนักงาน / โรงงาน | ฟรีโซน ดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ |
| ประเภทธุรกิจ | การบริหารจัดการทรัพยากรสัตว์ทางปัญญา |
| ทุนจดทะเบียน | 100,000 ดอลลาร์สหรัฐ |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 50.00 หรือ 50,000 หุ้น |
- 10) บริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี สมุทรสาคร (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด**
- | | |
|--------------------------|--|
| สำนักงาน / โรงงาน | 1240/7 ถนนเอกชัย ตำบลมหาชัย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 |
| ประเภทธุรกิจ | การให้คำปรึกษาด้านการบริหารจัดการ |
| ทุนจดทะเบียน | 4,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท |
| ทุนเรียกชำระแล้ว | ร้อยละ 50.00 ของทุนจดทะเบียน หรือหุ้นละ 500 บาท |
| ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น | หุ้นสามัญ ร้อยละ 25.00 หรือ 1,000 หุ้น |

11) เรด ล็อบสเตอร์ มาสเตอร์ โฮลดิ้งส์ แอลพี / Red Lobster Master Holdings, L.P. (Red Lobster)

สำนักงาน	One Embarcadero Center, 39th Floor, San Francisco, CA 94111 USA
ประเภทธุรกิจ	ประกอบธุรกิจเครือข่ายร้านอาหาร Red Lobster และธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค บรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับ Red Lobster รวมถึงการให้สิทธิในการประกอบธุรกิจ (Franchise) ร้านอาหาร Red Lobster ผ่าน (1) ร้านอาหารที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองจำนวน 704 แห่งในทวีปอเมริกาเหนือ และ (2) การให้สิทธิในการประกอบธุรกิจ (Franchise) จำนวน 50 แห่งในประเทศอื่นๆ อีก 9 ประเทศ
ทุนจดทะเบียน	ไม่มี เนื่องจาก Red Lobster เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดที่จัดตั้งขึ้นภายใต้กฎหมายของรัฐแคลิฟอร์เนีย เป็นลักษณะของหน่วยลงทุนสามัญจำนวน 7,600,000 หน่วย หน่วยละ 92 เหรียญสหรัฐ และหน่วยลงทุนบุริมสิทธิที่แปลงสภาพจำนวน 2,400,000 หน่วย รวมเป็นหน่วยลงทุนทั้งสิ้น 10,000,000 หน่วยลงทุน
ชนิด/อัตราส่วน/จำนวนหุ้น	หน่วยลงทุนสามัญจำนวน 2,500,000 หน่วย และหน่วยลงทุนบุริมสิทธิที่แปลงสภาพได้จำนวน 2,400,000 หน่วย <i>ลงทุนโดย บจ. ไทยยูเนียน นอร์ทอเมริกา (ผ่าน บจ. ไทยยูเนียน อินเวสเมนต์ นอร์ท อเมริกา)</i>
เว็บไซต์	www.redlobster.com

บริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทย่อยของบริษัทจดทะเบียน

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้น ที่ประเทศ
Tri-Union Frozen Products North America, LLC (ถือหุ้นโดย TUFPA ร้อยละ 100)	ผู้ลงทุน	สหรัฐอเมริกา
Tri-Union Frozen Products Canada, ULC (ถือหุ้นโดย TUFPA ร้อยละ 100)	ผู้ให้บริการด้านเทคนิค	แคนาดา
MW Brands Seychelles Limited (ถือหุ้นโดย TUE ร้อยละ 100)	ผู้ส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง	เซเชลส์
Etablissements Paul Paulet SAS (EPP) (ถือหุ้นโดย TUE ร้อยละ 100)	ผู้ผลิต นำเข้า จัดจำหน่ายและ ส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง	ฝรั่งเศส
European Seafood Investment Portugal (ESIP) (ถือหุ้นโดย TUE ร้อยละ 100)	ผู้ผลิตและส่งออกปลาซาร์ดีน และปลาแมคคาเรลกระป๋อง	โปรตุเกส
Pioneer Food Cannery Limited (ถือหุ้นโดย EPP ร้อยละ 100)	ผู้ผลิตปลาทูน่ากระป๋อง	กานา
Mareblu SRL (ถือหุ้นโดย TUE ร้อยละ 100)	ผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย อาหารทะเลกระป๋อง	อิตาลี
UK Seafood Investments Limited (UKSI) (ถือหุ้นโดย TUE ร้อยละ 100)	ผู้ลงทุน	สหราชอาณาจักร
Indian Ocean Tuna Limited (IOT) (ถือหุ้นโดย TUE ร้อยละ 60)	ผู้ผลิตและส่งออกปลาทูน่า กระป๋อง	เซเชลส์
John West Foods Limited (JWUK) (ถือหุ้นโดย UKSI ร้อยละ 100)	ผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย อาหารทะเลกระป๋อง	สหราชอาณาจักร
Irish Seafood Investments Limited (ISIL) (ถือหุ้นโดย TUE ร้อยละ 100)	ผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย อาหารทะเลกระป๋อง	ไอร์แลนด์
John West Holland BV (ถือหุ้นโดย ISIL ร้อยละ 100)	ผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย อาหารทะเลกระป๋อง	เนเธอร์แลนด์
TTV Limited (ถือหุ้นโดย EPP ร้อยละ 70)	หยุดดำเนินการ	กานา
Europenne De La Mer SAS (EDM) (ถือหุ้นโดย TUE ร้อยละ 100)	ผู้ลงทุน และผู้จัดจำหน่าย ปลาแซลมอน	ฝรั่งเศส
Meralliance Armoric SAS (ถือหุ้นโดย EDM ร้อยละ 100)	ผู้ผลิตปลาแซลมอนรมควัน	ฝรั่งเศส
Imsaum SCI (ถือหุ้นโดย EDM ร้อยละ 100)	ให้เช่าทรัพย์สิน	ฝรั่งเศส

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้น ที่ประเทศ
Meralliance Poland Sp. z.o.o (ถือหุ้นโดย EDM ร้อยละ 100)	ผู้ผลิตปลาแซลมอนแช่เย็น	โปแลนด์
Naco Trading AS (ถือหุ้นโดย EDM ร้อยละ 100)	ผู้จัดจำหน่ายปลาแซลมอน	นอร์เวย์
The Edinburgh Salmon Company Ltd. (ESCO) (ถือหุ้นโดย EDM ร้อยละ 100)	หุ้ดค้ำเนินกัการ	สก็อตแลนด์
King Oscar Inc. (ถือหุ้นโดย KON ร้อยละ 100)	ผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย อาหารทะเลกระป๋อง	สหรัฐอเมริกา
Norway Foods Europe NV (ถือหุ้นโดย EPP ร้อยละ 100) (พ.ศ. 2561 ถือหุ้นโดย KON ร้อยละ 100)	ผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย อาหารทะเลกระป๋อง	เบลเยียม
Thai Union Germany GmbH (TUGe) (ถือหุ้นโดย TUES1 ร้อยละ 100)	ผู้ลงทุน	เยอรมนี
Thai Union Marine Nutrients GmbH (ถือหุ้นโดย TUGe ร้อยละ 100)	ผู้ผลิตสารสกัดจากน้ำมัน ปลาทูน่า	เยอรมนี
Rugen Fisch AG (RUF1) (ถือหุ้นโดย TUGe ร้อยละ 51)	ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหาร ทะเล	เยอรมนี
Sassnitz Fisch GmbH (พ.ศ. 2561 ถือหุ้นโดย RUF1 ร้อยละ 100)	ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารทะเล (ควบรวมกับ RUF1 ในเคื่อน กรกฎาคม พ.ศ. 2562)	เยอรมนี
Hawesta-Feinkost Hans Westphal GmbH & Co. KG (HAW) (ถือหุ้นโดย RUF1 ร้อยละ 100)	ผู้ผลิตและจำหน่าย อาหารทะเล	เยอรมนี
Seafood Beteiligungs - und Verwaltungs GmbH (ถือหุ้นโดย HAW ร้อยละ 100)	หุ้ดค้ำเนินกัการ	เยอรมนี
Artur Heymann GmbH & Co.KG (HEY) (ถือหุ้นโดย HAW ร้อยละ 100)	ผู้จำหน่ายอาหารทะเล	เยอรมนี
Wefina Feinkost Gunther Wehowsky GmbH (ถือหุ้นโดย HEY ร้อยละ 100)	ผู้จำหน่ายอาหารทะเล	เยอรมนี
Meekrone Fisch-Feinkost GmbH (ถือหุ้นโดย RUF1 ร้อยละ 100)	ให้บริการเช่าสินทรัพย์	เยอรมนี
Ostsee Fisch Verwaltungs GmbH (ถือหุ้นโดย RUF1 ร้อยละ 100)	หุ้ดค้ำเนินกัการ	เยอรมนี
Ostsee Fisch GmbH & Co.Produktions-und Vertriebs KG (ถือหุ้นโดย RUF1 ร้อยละ 100)	ผู้ผลิตและจำหน่าย อาหารทะเล	เยอรมนี

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้น ที่ประเทศ
Ostsee Fisch Kretinga UAB (gAG) (ถือหุ้นโดย RUFi ร้อยละ 100)	ผู้ผลิตและจำหน่าย อาหารทะเล	ลิทัวเนีย
C.H. Rich, Inc. (ถือหุ้นโดย TUCa ร้อยละ 100)	ตัวแทนจำหน่ายอาหารทะเล	สหรัฐ อเมริกา
Thai Union Trading Europe B.V. (ถือหุ้นโดย TUES1 ร้อยละ 100)	ผู้จัดจำหน่ายอาหารทะเล	เนเธอร์แลนด์
PT Thai Union Kharisma Lestari (ถือหุ้นโดย TFM ร้อยละ 65)	ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์	อินโดนีเซีย
Thai Union Trading Europe B.V. (ถือหุ้นโดย TUES1 ร้อยละ 80)	ผู้จัดจำหน่ายอาหารทะเล	เนเธอร์แลนด์
Thammachart Seafood China Limited (TSC) (ถือหุ้นโดย TSR ร้อยละ 90 และโดย TUAH ร้อยละ 10)	ผู้ลงทุน	ฮ่องกง
Thammachart Shanghai (ถือหุ้นโดย TSC ร้อยละ 100)	ร้านอาหารทะเล	จีน

1. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้จากการขายของบริษัทและบริษัทย่อย

หน่วย: ล้านบาท

สายผลิตภัณฑ์ / กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย		% การถือ หุ้นโดย TU และบริษัท ย่อย	2562 / 2019		2561 / 2018		2560 / 2017	
				รายได้ขาย	%	รายได้ขาย	%	รายได้ขาย	%
กลุ่มธุรกิจที่ 1	บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป	TU	-	13,013.1	10.3	13,363.7	10.0	13,040.9	9.6
1.1.1 ผลิต/ส่งออก	บจ. ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม	TUM	99.66	18,282.6	14.5	19,851.3	14.9	19,114.3	14.0
อาหารสำเร็จรูปแช่	บมจ. สงขลาแคนนิ่ง	SC	99.55	4,947.2	3.9	5,798.0	4.4	6,178.6	4.5
แข็งและบรรจุ	บจ. ไทยยูเนี่ยน ซีฟู้ด	TUS	51.00	3,020.7	2.4	3,113.2	2.3	2,534.9	1.9
กระป๋อง	กลุ่ม บมจ. แพ็คฟู้ด (งบการเงินรวม)	PPC	99.73	4,754.9	3.8	4,519.8	3.4	5,751.5	4.2
	บจ. ไทยยูเนี่ยน อินกรีเดียนท์	TUI	100.00	115.6	0.1	N/A		N/A	
1.1.2 ผลิต/ส่งออก	บจ. ไทโร-ยูเนี่ยน ซีฟู้ดส์	Tri-U	100.00	11,243.0	8.9	11,698.5	8.8	13,303.4	9.7
อาหารสำเร็จรูปแช่	บจ. ไทยยูเนี่ยน ยูโรป เอสเอเอส (MWB)	TUE	100.00	21,921.3	17.3	25,502.3	19.1	24,984.6	18.3
แข็งและบรรจุ	บจ. คิง ออสการ์ เอสเอ	KO	100.00	1,245.2	1.0	1,495.7	1.1	1,979.0	1.4
กระป๋อง	บจ. เมอร์อัลลิอันซ์	MAA	100.00	4,745.4	3.7	5,261.0	3.9	5,274.6	5.0
(ต่างประเทศ)	บจ. ยูเอียงแคนฟู้ด	YCC	100.00	321.9	0.2	227.0	0.2	305.2	0.2
	บจ. รุเก้นฟิช เอจี	RGAG	51.00	4,645.5	3.7	4,624.1	3.5	5,030.1	3.7
	บจ. ไทยยูเนี่ยน แคนาดา	TUCa	80.00	288.0	0.2	237.5	0.2	284.7	0.2
	บจ. ซีฟู้ด อินเตอร์เนชันแนล 1	SIC1	60.00	213.5	0.2	477.4	0.4	0.5	0.0
1.2 ผลิต/จำหน่าย	บมจ. ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์	TFM	66.90	4,819.3	3.8	4,401.3	3.3	4,320.2	3.2
อาหารสัตว์	บจ. ยูเอสพีที นูทริชั่น	USPN	100.00	1,499.0	1.2	1,366.5	1.0	1,170.1	0.9
1.3 ธุรกิจการลงทุน ในต่างประเทศ	เนื่องจากกลุ่มธุรกิจนี้เป็นบริษัทผู้เข้าไปลงทุนถือหุ้นเท่านั้น จึงไม่มีรายได้จากการขาย								
กลุ่มธุรกิจที่ 2	บจ. เอเชียนแปซิฟิกแคน	APC	100.00	801.0	0.6	710.1	0.5	665.7	0.5
2.1 ผลิต/จำหน่าย	บจ. ไทยยูเนี่ยน กราฟฟิกส์	TUG	98.00	97.8	0.1	143.7	0.1	154.1	0.1
บรรจุภัณฑ์									
2.2 สินค้าเกษตร	บจ. ทีเอ็มเอซี	TMAC	100.00	84.9	0.1	กิจการร่วม ค้าไม่มีการ นำรายได้มา รวมคำนวณ	--	กิจการร่วม ค้าไม่มีการ นำรายได้มา รวมคำนวณ	--
	บจ. ไทยยูเนี่ยน แอสเซอรี่	TUH	100.00						
	บจ. ทีซีเอ็ม ฟิชเชอรี่	TCM	80.00						
	บจ. ทีเอ็มเค ฟาร์ม	TMK	94.44						
2.3 ธุรกิจจัด	บจ. อีเอสเอส เทรนด์นิงแอนด์เซอร์วิสเชส	EHS	100.00	0.3	0.0	0.5	0.0	379.3	0.3
จำหน่าย	บจ. ไทโร-ยูเนี่ยน โพรเซ่น โปรดักส์	TUFP	100.00	29,767.7	23.6	29,930.4	22.5	30,265.9	22.2
และอื่นๆ	บจ. ไทยยูเนี่ยนออนไลน์ช็อปป	TUO	99.99	4.4	0.0	5.5	0.0	2.4	0.0
	บจ. ไท่หว่าน เจิ้ง อควาติก เทคคิง	TUC	100.00	356.0	0.3	557.1	0.4	197.3	0.1
	บจ. ธรรมชาติ ซีฟู้ด รีเทล	TSR	65.00	87.0	0.1	N/A		N/A	
รวมรายได้				126,275.3	100.0	133,284.6	100.0	134,937.3	100.0

สำหรับกลุ่มธุรกิจที่ 3 เป็นการร่วมทุน (ไม่เกินกว่า 50%) ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทร่วม จึงไม่มีการนำรายได้มารวมในงบการเงินนี้

หมายเหตุ: เนื่องจากการแบ่งโครงสร้างรายได้จากการขาย หลังจากหักรายการระหว่างกันออกแล้ว ดังนั้น รายได้ขายจึงจะไม่ตรงกับงบการเงินของแต่ละบริษัท

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อย

กลุ่มธุรกิจที่ 1 ส่วนงานผลิต จำหน่าย และลงทุนในต่างประเทศ

กลุ่มธุรกิจที่ 1.1 ผลิตและส่งออกอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งและบรรจุกระป๋อง มีผลิตภัณฑ์หลัก 9 ประเภท ได้แก่

1. ปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง/บรรจุถุงสุญญากาศ/บรรจุภาชนะปิดผนึก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำปลาทูน่าสดแช่แข็งมาผ่านกระบวนการคัดสรรละลาย หนึ่งให้สุกด้วยไอน้ำ และผ่านการแปรรูปเป็นชิ้นเนื้อที่สะอาด ก่อนบรรจุกระป๋อง ถุงสุญญากาศ หรือภาชนะปิดผนึกอื่นๆ ตามความต้องการของลูกค้าแล้วเติมส่วนผสมที่เพิ่มคุณค่าทางอาหารและรสชาติ จากนั้นสินค้าที่ปิดผนึกแล้วจะถูกนำมาผ่านกระบวนการสเตอริไลส์และตรวจสอบคุณภาพ สำหรับผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋องของบริษัท แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ชนิดธรรมดา คือทูน่าในน้ำมันพืช น้ำมันดอกทานตะวัน น้ำเกลือ หรือน้ำแร่ ตามคำสั่งของลูกค้า และชนิดปรุงรส ได้แก่ ปลาทูน่าที่นำมาคัดแปรรูปเป็นอาหารไทยโดยผสมส่วนประกอบอื่นเพิ่มเติม และปรุงรสชาติ ได้แก่ ทูน่าผัดพริก แพนงทูน่า มัสมั่นทูน่า เขียวหวานทูน่า ทูน่าผัดพริกใบกะเพรา และทูน่าสูตรน้ำพริกผัด เป็นต้น สำหรับปลาทูน่าที่จัดจำหน่ายในประเทศจะผลิตและจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “ซีเล็ค (Sealect)” และได้มีการพัฒนาสินค้าออกมาใหม่เพื่อขยายตลาดภายในประเทศเพิ่มขึ้น ในปีที่ผ่านมา ยังได้มีการปรับโลโก้และบรรจุภัณฑ์ให้มีความเป็นสากลและพรีเมียมยิ่งขึ้นเพื่อขยายการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย บริษัทในกลุ่มซึ่งดำเนินการผลิตปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง ได้แก่ บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป บจ. ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม บมจ. สงขลาแคนนิ่ง บจ. ไทโร-ยูเนี่ยน ซีฟู้ดส์ บจ. ยูเอียงแคนฟู๊ด กลุ่มบจ. ไทยยูเนี่ยน ยุโรป
2. ปลาซาร์ดีนและปลาแมกเคอเรลบรรจุกระป๋อง/บรรจุถุงสุญญากาศ เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำปลาซาร์ดีน และปลาแมกเคอเรลสดจากทะเลและแช่เยือกแข็งที่ได้มาตรฐานจากในประเทศและต่างประเทศ มาทำความสะอาดและผ่านกระบวนการต่างๆ แล้วเติมซอสมะเขือเทศหรือน้ำมันหรือน้ำเกลือหรือนำมาปรุงรสตามความต้องการของลูกค้าก่อนที่นำไปจำหน่ายเชื่อตามกระบวนการสเตอริไลส์และตรวจสอบคุณภาพ ปัจจุบันบริษัทยังได้พัฒนาสินค้าออกมาใหม่ในรูปแบบของการปรุงรสชาติ “ซีเล็คซาร์ดีนยาร์สเฟ็ด” โดยเน้นตลาดภายในประเทศ บริษัทในกลุ่มซึ่งดำเนินการผลิตปลาซาร์ดีนและปลาแมกเคอเรลบรรจุกระป๋อง ได้แก่ บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป บจ. รูเกินฟิช เอจี และบจ. คิง ออสการ์ เอส
3. เนื้อปลาทูน่าสุกแช่แข็งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำปลาทูน่าสดมาผ่านกระบวนการคัดสรร ละลาย หนึ่งให้สุกด้วยไอน้ำ และแปรรูป เป็นชิ้นเนื้อที่สะอาดตามมาตรฐานของลูกค้า ก่อนบรรจุในถุงสุญญากาศ แล้วจึงนำไปแช่แข็งเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าก่อนส่งจำหน่ายให้โรงงานผลิตปลาทูน่ากระป๋อง หรือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย สำหรับวัตถุดิบปลาทูน่าที่ใช้ในการผลิตจะมีหลายสายพันธุ์ เช่น สกิปแจ็ก เบลโลว์ฟิน อัลบาคอร์ เป็นต้น ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อของลูกค้า แต่โดยทั่วไปจะมีขนาดมาตรฐานถุงละ 5 และ 7 กิโลกรัม บริษัทในกลุ่มซึ่งดำเนินการผลิตเนื้อปลาทูน่าสุกแช่แข็ง คือ บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป
4. ปลาแซลมอนแช่แข็งและรมควัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากปลาแซลมอน ที่ผ่านการคัดสรรตามมาตรฐานคุณภาพจากประเทศนอร์เวย์และชิลี ซึ่งอุดมคุณค่าไปด้วยโปรตีน และโอเมก้า 3 มาผ่านกระบวนการแปรรูปและเพิ่มมูลค่า ด้วยเทคนิคในการผลิตที่เชี่ยวชาญ และชำนาญ ทำให้สามารถพัฒนาจนเป็นสินค้าหลากหลายรูปแบบ ที่ยังคงความสดและรสชาติของเนื้อปลาได้อย่างดีเยี่ยม บริษัทในกลุ่มซึ่งดำเนินการผลิตเนื้อปลาแซลมอนแช่แข็ง คือ บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป และบจ. เมอร์อลิอันซ์ เอสเอเอส

5. กุ้งแช่แข็ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำกุ้งขาว (Vannamei) มาผ่านกระบวนการแปรรูป หรือนำมาต้มตามกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ ยังมีการนำมาผสมส่วนผสมอื่นๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และเพื่อสนองตอบต่อความต้องการสินค้าของลูกค้า ก่อนนำไปแช่แข็งเพื่อบรรจุใส่ภาชนะพร้อมกระจายสู่ผู้บริโภคในตลาดทั่วโลก กุ้งแช่แข็งที่ผลิตมีทั้งกุ้งทั้งตัว แช่แข็ง กุ้งเด็ดหัวหรือเด็ดหางแช่แข็ง กุ้งต้มแช่แข็ง กุ้งชุบแป้งทอด กุ้งซูชิ (กุ้งต้มวางบนข้าวปั้นญี่ปุ่น) เป็นต้น บริษัทในกลุ่มซึ่งดำเนินการผลิตกุ้งแช่แข็ง ได้แก่ บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป บจ. ไทยยูเนี่ยน ซิฟู้ด และบจ. โอคินอสฟู้ด
 6. ปลาหมึกแช่แข็ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำปลาหมึกกระดอง ปลาหมึกกล้วย และปลาหมึกสาย ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ มาผ่านการแปรรูปหรือนำมาผสมกับส่วนผสมอื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และใส่ใจในคุณภาพเช่นเดียวกับกุ้งแช่แข็ง ประกอบด้วยรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น ปลาหมึกชุบแป้งทอด ปลาหมึกชาซิมิ (ปลาหมึกแล่วางบนข้าวปั้นญี่ปุ่น) เป็นต้น บริษัทในกลุ่มซึ่งดำเนินการผลิตปลาหมึกแช่แข็ง คือ บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป
 7. อาหารทะเลบรรจุกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำวัตถุดิบ อาทิเช่น เนื้อปู เนื้อกุ้ง แคลมอน และหอยลาย ที่คัดสรรแล้วมาแกะเปลือกและผ่านการแปรรูปก่อนบรรจุกระป๋อง ขนาด 6, 6.5, 7, 10, 14, 28 ออนซ์ นอกจากนี้ ยังมีการนำมาบรรจุแบบ พลาสเจอร์ไรส์ในกล่องพลาสติกปิดฝา ถุงสุญญากาศ หรือภาชนะปิดผนึกอื่นๆ และส่งตรวจสอบคุณภาพ ก่อนนำส่งให้ลูกค้าทั่วโลก บริษัทในกลุ่มซึ่งดำเนินการผลิตอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง คือ บมจ.สงขลาแคนนิ่ง บมจ. แพล็คฟู้ด บจ. ไทโร-ยูเนี่ยน ซิฟู้ดส์ และบจ. รุเก้นฟิช เอจี
 8. อาหารพร้อมรับประทานเป็นผลิตภัณฑ์อาหารปรุงสำเร็จรูปแช่แข็ง ปรุงด้วยวัตถุดิบที่ผ่านการคัดสรรอย่างพิถีพิถัน ประกอบกับส่วนผสม และเครื่องปรุงที่สั่งจากต่างประเทศสำหรับเมนูอาหารนานาชาติ หรือเครื่องปรุงที่มากคุณค่าของสมุนไพรสำหรับเมนูอาหารไทยสูตรต้นตำรับ จากนั้น นำมาผ่านกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ถูกหลักอนามัย ความสะดวก รวดเร็วเหมือนปรุงเสร็จใหม่ๆ โดย บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป บมจ. แพล็คฟู้ด และบจ. เจ้าพระยาห้อยเย็น เป็นผู้ผลิต
 9. เบเกอรี่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคิดค้นและพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ ภายใต้กรรมวิธีอันทันสมัย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์ได้แก่ พายัพูน่า พายัพักโขม บราวนี่ เป็นต้น โดย บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป เป็นผู้ผลิต
 10. อาหารสัตว์เลี้ยงบรรจุกระป๋อง/บรรจุถุงสุญญากาศ/บรรจุภาชนะปิดผนึกได้จากการนำเนื้อปลาทูน่าส่วนที่ติดเลือดซึ่งแยกไว้จากการผลิตปลาทูน่าสุกแช่แข็งมาผ่านการแปรรูป โดยผสมกับเนื้อปลาอื่นๆ เช่น ปลาซาร์ดีน และส่วนผสมอื่น เช่น เกล็ด และวิตามิน ก่อนนำไปบรรจุกระป๋อง ถุงสุญญากาศ หรือภาชนะปิดผนึกอื่นๆ ในปัจจุบัน นอกจากส่งออกไปยังต่างประเทศแล้ว ยังได้มีการเปิดตลาดในประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เบลดอดต้า” บริษัทในกลุ่มซึ่งดำเนินการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง ได้แก่ บจ. ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม บมจ. สงขลาแคนนิ่ง บจ. ไทโร-ยูเนี่ยน ซิฟู้ดส์ และ บจ. ยูเอสพีที นูทริชั่น
- นอกจากนี้ บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป ยังเป็นผู้ผลิตอาหารว่างในรูปแบบต่างๆ เช่น ปลาเส้น ปลาแผ่น ปลาหมึกกรอบ แก้มกุ้งทอด เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ฟิชโซ (Fissho)” และ “โมนอรี (Monori)” โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ปรับภาพลักษณ์ใหม่ ทั้งรสชาติและโลโก้ ตลอดจนบรรจุภัณฑ์

กลุ่มธุรกิจที่ 1.2 ผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ ได้แก่ บริษัท ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์ จำกัด (มหาชน)

ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารกุ้งชนิดต่างๆ เช่น กุ้งกุลาดำ กุ้งขาว กุ้งก้ามกราม เป็นต้น และอาหารปลาชนิดต่างๆ เช่น ปลานิล ปลาสลิด ปลากระพง เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า “โปรฟีด” “เอฟฟิอาร์” “นานามิ” “แอควาฟีด” “โซนู” และ “ดีโกรว์” ซึ่งปัจจุบันจำหน่ายทั้งภายในประเทศและส่งออก

กลุ่มธุรกิจที่ 1.3 ธุรกิจการลงทุนในต่างประเทศ เป็นการจัดตั้งบริษัทในต่างประเทศ ดังนี้

- 1) ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ บริษัท ไทยยูเนียน นอร์ท อเมริกา จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ไทยยูเนียน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด) เพื่อเข้าไปลงทุนในบริษัทซึ่งประกอบธุรกิจที่น่าสนใจในสหรัฐอเมริกา ดังนี้
 - ลงทุนในสัดส่วน 100% ในบริษัท ไทร-ยูเนียน ซีฟู้ดส์ จำกัด (ซิกเก้นออฟเดอะซี) ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูปและบรรจุกระป๋อง อันดับ 3 ในประเทศสหรัฐอเมริกา
 - ลงทุนในสัดส่วน 82% ในบริษัท ไทร-ยูเนียน โพรเซส ฟู้ดส์ จำกัด (ซิกเก้นออฟเดอะซี โพรเซส ฟู้ดส์) เป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายอาหารทะเลแช่แข็ง ซึ่งในปี 2554 บริษัท ไทยยูเนียน ยุโรป จำกัด และบริษัท ไทร-ยูเนียน โพรเซส ฟู้ดส์ จำกัด (ซิกเก้นออฟเดอะซี โพรเซส ฟู้ดส์) ได้ดำเนินการควบรวมกิจการ โดยเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ไทร-ยูเนียน โพรเซส โปรดักส์ จำกัด” และสัดส่วนในการลงทุนเปลี่ยนเป็น 68.97% ในหุ้นสามัญ และ 100% ในหุ้นบุริมสิทธิ
 - ลงทุนในสัดส่วน 100% ในบริษัท ยูเอส เฟ็ด นูทริชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารสัตว์ทั้งแบบแห้งและแบบเปียก
- 2) ประเทศเวียดนาม โดยบริษัท สงขลาแคนนิ่ง จำกัด (มหาชน) ได้เข้าลงทุนในสัดส่วน 83% ในบริษัท ยูเอียงแคนฟู้ด จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง ปัจจุบันได้มีการซื้อหุ้นเพิ่มจากผู้ถือหุ้นเดิมจนครบ 100%
- 3) ประเทศฝรั่งเศส ได้แก่ บริษัท ไทยยูเนียน อินเวสमेंท์ โฮลดิ้ง จำกัด เพื่อเข้าไปลงทุนในบริษัทซึ่งประกอบธุรกิจในประเทศฝรั่งเศส โดยเข้าไปลงทุนในสัดส่วน 100% ในกลุ่มบริษัท ไทยยูเนียน ยุโรป จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลบรรจุกระป๋องแบบครบวงจรโดยมีเครื่องหมายการค้าเป็นของตนเอง มีฐานการผลิตอยู่ที่ประเทศฝรั่งเศส โปรตุเกส กาน่า และซีเชลส์ และส่งไปจำหน่ายในประเทศต่างๆ ทั่วยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกาเหนือ อเมริกาเหนือ และอเมริกาใต้ นอกจากนี้ ยังลงทุนในสัดส่วน 100% ในบจ.เมอร์อลิอันซ์ เอสเอเอส ซึ่งเป็นผู้ผลิตแชลมอนรมควันชั้นนำของยุโรป
- 4) ประเทศนอร์เวย์ โดยบริษัท ไทยยูเนียน อินเวสमेंท์ โฮลดิ้ง จำกัด บริษัทย่อย 100% ได้ไปจัดตั้งบริษัท ไทยยูเนียน นอร์เวย์ เอเอส จำกัด เพื่อเข้าซื้อหุ้น 100% ในบริษัท คิง ออสการ์ เอส จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตปลาบรรจุกระป๋องที่ติดหนึ่งในสิบอันดับแบรนด์อาหารทะเลโลก
- 5) ประเทศแคนาดา โดยบริษัท ไทยยูเนียน อีซู ซีฟู้ด 1 เอสเอ จำกัด ได้เข้าลงทุนในสัดส่วน 80% ในบริษัท ไทยยูเนียน แคนาดา จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายล็อบสเตอร์ในแถบแอตแลนติกเหนือ ภายใต้แบรนด์ เล เพ็ชเชอริ เดอ เชซุส (Les Pecheries de Chez Nous)

กลุ่มธุรกิจที่ 2 ส่วนงานสนับสนุนธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจที่ 2.1 ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย 2 บริษัท ดังนี้

1. บริษัท เอเชียแปซิฟิกแคน จำกัด

ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายภาชนะบรรจุอาหาร ทั้งประเภทกระป๋องเหล็กและกระป๋องอลูมิเนียมสำหรับบรรจุอาหาร ซึ่ง บมจ. ไทยยูเนียน กรุ๊ป ลงทุนในบริษัทเอเชียแปซิฟิกแคน จำกัด ผ่านทางบริษัท สงขลาแคนนิ่ง จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอเชียแปซิฟิกแคน จำกัด ได้จำหน่ายให้กับบริษัทในกลุ่มไทยยูเนียนประมาณ 84%
2. บริษัท ไทยยูเนียน กราฟฟิกส์ จำกัด

ดำเนินธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์ทั่วไปรวมถึงฉลากสินค้า ลูกค้าของบริษัทประมาณ 70% ได้แก่ บริษัทในกลุ่มไทยยูเนียน ซึ่งมักจะเป็นงานฉลากสินค้า นอกจากนี้ บริษัทยังมีงานพิมพ์ทั่วไป เช่น ปกอกเก็ตบุ๊ก โบปลิว โปสเตอร์ เป็นต้น รวมถึงมีการเพิ่มสายการผลิตในรูปแบบของกล่องสินค้าขึ้น เพื่อขยายตลาดและเพิ่มยอดขายให้กับบริษัท

กลุ่มธุรกิจที่ 2.2 สินค้าเกษตร ประกอบด้วย 4 บริษัท ดังนี้

1. บริษัท ไทยยูเนี่ยน แชนเซอร์รี่ จำกัด

เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้น โดยบริษัท ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์ จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบกิจการโรงเลี้ยง พัฒนาสายพันธุ์กุ้ง และอนุบาลตัวอ่อนกุ้ง สำหรับผลิตและจำหน่ายลูกกุ้งให้กับลูกค้าของกลุ่มบริษัท และเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในประเทศ ตั้งอยู่ที่อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา ปัจจุบันบริษัท ทีเอ็มเอช จำกัด (TMAC) เป็นผู้ถือหุ้นและดูแลการลงทุน

2. บริษัท ทีซีเอ็ม ฟิชเชอรี่ จำกัด

เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้น โดยบริษัท ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์ จำกัด เพื่อประกอบกิจการเพาะพันธุ์และเลี้ยงกุ้ง เพื่อจำหน่ายและเป็นฟาร์มตัวอย่าง ตั้งอยู่ที่อำเภอละงู จังหวัดสตูล ปัจจุบันบริษัท ทีเอ็มเอช จำกัด (TMAC) เป็นผู้ถือหุ้นและดูแลการลงทุน

3. บริษัท ทีเอ็มเค ฟาร์ม จำกัด

เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้น โดยบริษัท ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์ จำกัด เพื่อประกอบกิจการเพาะพันธุ์และเลี้ยงกุ้ง เพื่อจำหน่ายและเป็นฟาร์มตัวอย่าง ตั้งอยู่ที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ปัจจุบันบริษัท ทีเอ็มเอช จำกัด (TMAC) เป็นผู้ถือหุ้นและดูแลการลงทุน

4. บริษัท ทีเอ็มเอช จำกัด

เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นใหม่เดือนธันวาคม 2555 โดยบริษัท ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์ จำกัด ร่วมทุนกับบริษัท มิตซูบิชิ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ในอัตรา 51:49 เพื่อลงทุนในกิจการฟาร์มเพาะพันธุ์และเลี้ยงกุ้ง ปัจจุบันได้เข้าไปลงทุนและดูแลการดำเนินงานของ TUH, TCM และ TMK ในอัตรา 100.00%, 75.00% และ 94.44% ของทุนจดทะเบียนของบริษัททั้งสามตามลำดับ โดยในเดือนสิงหาคม 2561 และเดือนมีนาคม 2562 TU ได้เข้าไปซื้อหุ้นทั้งหมดจากผู้ถือหุ้นเดิม ทำให้ปัจจุบัน TU เป็นผู้ถือหุ้นในอัตรา 100% ของทุนจดทะเบียน

กลุ่มธุรกิจที่ 2.3 ธุรกิจจัดจำหน่ายและอื่นๆ ได้แก่

- 1) บริษัท อีเอชเอส เทรนด์นิง แอนด์ เซอร์วิส จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท รีรี โฮลดิ้ง จำกัด) ดูแลจัดการเกี่ยวกับการจัดฝึกอบรมหลักสูตรด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัยตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงให้บริการคำปรึกษาและแนะนำเกี่ยวกับการจัดระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมและการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เพื่อให้กลุ่มบริษัทดำเนินกิจการเป็นไปตามมาตรฐานสากล
- 2) บริษัท ไท-ยูเนี่ยน โพรเซส โปรดักส์ ซึ่งตั้งอยู่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายอาหารทะเลแช่แข็งในทวีปอเมริกา
- 3) บริษัท ไทยยูเนี่ยนออนไลน์ช็อป จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบริษัท โดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ภายใต้เว็บไซต์ชื่อ www.qfreshshop.com โดยมุ่งเน้นการคัดสรร ผลิต และนำเสนอสินค้าอาหารทะเลแช่แข็งที่มีคุณภาพที่ดีให้แก่ผู้บริโภค และผู้ประกอบธุรกิจทางด้านอาหาร

สิทธิประโยชน์จากการได้รับบัตรส่งเสริม

บริษัทและบริษัทย่อยได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนดังนี้

1. บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและยังคงใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเงินได้นิติบุคคล จำนวน 4 ฉบับ ประกอบด้วย
 - 1.1 บัตรส่งเสริมเลขที่ 2289(2)/2557 ลงวันที่ 10 ตุลาคม 2557 สำหรับผลิตอาหารสำเร็จรูปบรรจุหีบห่อสัตว์น้ำแช่แข็ง และอาหารกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง อาหารพร้อมบริโภคแช่แข็ง โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2561 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับ คือ
 - บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกิน ร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี สำหรับกิจการผลิตอาหารสำเร็จรูปบรรจุหีบห่อสัตว์น้ำแช่แข็งและอาหารกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม มีกำหนดเวลาแปดปี สำหรับการผลิตอาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
 - 1.2 บัตรส่งเสริมเลขที่ 1493(2)/2558 ลงวันที่ 10 เมษายน 2558 สำหรับสัตว์น้ำแช่แข็งและอาหารกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง อาหารพร้อมรับประทานแช่แข็ง โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2561 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับ คือ
 - บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกิน ร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี สำหรับกิจการผลิตสัตว์น้ำแช่แข็งและอาหารกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม มีกำหนดเวลาแปดปี สำหรับการผลิตอาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
 - 1.3 บัตรส่งเสริมเลขที่ 59-0781-1-00-0-0 ลงวันที่ 16 มิถุนายน 2558 การส่งเสริมการลงทุนในกิจการ “สำนักงานใหญ่ข้ามชาติ” โดยจะต้องกำกับดูแลกิจการของสาขา หรือบริษัทในเครือในต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 1 ประเทศ โดยมีขอบข่ายธุรกิจดังนี้
 - 1.3.1 การบริหารงานทั่วไป การวางแผนทางธุรกิจ และการประสานงานธุรกิจ
 - 1.3.2 การจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วน
 - 1.3.3 ศูนย์บริหารเงิน (TREASURY CENTER : เลขที่ใบอนุญาต TC255801)
 โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2559 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับ คือ
 - ตามมาตรา 25 ให้ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือและผู้ชำนาญการเข้ามาในราชอาณาจักรได้
 - ตามมาตรา 26 ให้นุคคลตามมาตรา 25 ได้รับอนุญาตทำงานเฉพาะตำแหน่งหน้าที่การทำงานที่คณะกรรมการให้เห็นชอบ
 - ตามมาตรา 37 ให้ได้รับอนุญาตให้นำหรือส่งเงินออกนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศ

ไม่ได้รับสิทธิและประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

2. บริษัท ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม จำกัด ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและยังคงใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเงินได้นิติบุคคล จำนวน 4 ฉบับ ได้แก่
 - 2.1 บัตรส่งเสริมเลขที่ 1755(3)/2555 ลงวันที่ 19 มิถุนายน 2555 สำหรับอาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2558 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับคือ
 - บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
 - 2.2 บัตรส่งเสริมเลขที่ 2578(2)/2555 ลงวันที่ 22 ตุลาคม 2555 สำหรับอาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปบรรจุหีบห่ออาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค และอาหารสัตว์บรรจุหีบห่อ โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 2 ตุลาคม 2560 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับคือ
 - บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี สำหรับกิจการผลิตอาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปบรรจุหีบห่อและกิจการผลิตอาหารสัตว์ นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม มีกำหนดเวลาแปดปี สำหรับการผลิตอาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
 - 2.3 บัตรส่งเสริมเลขที่ 2871(2)/2555 ลงวันที่ 14 ธันวาคม 2555 สำหรับกิจการผลิตน้ำแข็งปลาเข้มข้น และน้ำมันปลาบริสุทธิ์ โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2559 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับคือ
 - บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
 - 2.4 บัตรส่งเสริมเลขที่ 61-1315-1-00-1-0 ลงวันที่ 7 พฤศจิกายน 2561 สำหรับกิจการผลิตหรือถนอมอาหาร เครื่องดื่ม วัตถุเจือปนอาหาร (Food Additive) หรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร (Food Ingredieint) โดยเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยยังไม่มีรายได้จากการประกอบกิจการ สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับคือ
 - บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาห้าปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
3. บริษัท สงขลาแคนนิ่ง จำกัด (มหาชน) ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและยังคงใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเงินได้นิติบุคคล จำนวน 3 ฉบับ ประกอบด้วย

- 3.1 บัตรส่งเสริมเลขที่ 1068(2)/2553 ลงวันที่ 25 มกราคม 2553 สำหรับกิจการผลิตอาหารสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูปบรรจุภาชนะผนึก และอาหารสัตว์ โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2554 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับคือ
- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี สำหรับกิจการผลิตอาหารสัตว์ นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม มีกำหนดเวลาแปดปี สำหรับการผลิตอาหารสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูปบรรจุภาชนะผนึก นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
- 3.2 บัตรส่งเสริมเลขที่ 2197(2)/2553 ลงวันที่ 9 พฤศจิกายน 2553 สำหรับกิจการผลิตตัวกระป๋อง ชนิด 2 ชั้น โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2554 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับคือ
- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
- 3.3 บัตรส่งเสริมเลขที่ 58-2085-0-00-1-0 ลงวันที่ 24 สิงหาคม 2558 สำหรับกิจการผลิตอาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปบรรจุภาชนะผนึก และอาหารสัตว์ โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2562 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับคือ
- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
4. บริษัท ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์ จำกัด ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและยังคงใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเงินได้นิติบุคคล ในกิจการผลิตอาหารสัตว์ผสมสำเร็จรูป จำนวน 3 ฉบับ ประกอบด้วย
- 4.1 โรงงานที่จังหวัดสงขลา - บัตรส่งเสริมเลขที่ 1042(2)/2554 ลงวันที่ 11 มกราคม 2554 โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2559 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับ คือ
- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

4.2 โรงงานที่จังหวัดสมุทรสาคร

4.2.1 บัตรส่งเสริมเลขที่ 2259(2)/2555 ลงวันที่ 5 กันยายน 2555 โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับ คือ

- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
- ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

4.2.2 บัตรส่งเสริมเลขที่ 58-1973-0-00-1-0 ลงวันที่ 28 กรกฎาคม 2558 สำหรับกิจการผลิตอาหารสัตว์ โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2559 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับคือ

- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
- ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

5. บริษัท ไทยยูเนี่ยน ซิฟู้ด จำกัด ได้รับการส่งเสริมการลงทุนสำหรับกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ ตามบัตรส่งเสริมเลขที่ 1009(2)/2558 ลงวันที่ 6 มกราคม 2558 โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2560 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับ คือ

- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
- ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

6. บริษัท โอคินอสฟู้ด จำกัด ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและยังคงใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเงินได้นิติบุคคล จำนวน 1 ฉบับ ได้แก่ บัตรส่งเสริมเลขที่ 59-0340-0-00-1-0 ลงวันที่ 7 มีนาคม 2559 สำหรับสัตว์น้ำแช่แข็ง และอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2559 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับ คือ

- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
- ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

7. บริษัท แพ็คฟู้ด จำกัด (มหาชน) ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและยังคงใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเงินได้นิติบุคคล จำนวน 3 ฉบับ ได้แก่

7.1 บัตรส่งเสริมเลขที่ 60-0565-0-00-3-0 ลงวันที่ 19 พฤษภาคม 2560 สำหรับสัตว์น้ำแช่แข็ง และอาหารกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยเริ่มมีรายได้ครั้งแรกจากการประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2560 สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับ คือ

- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมร่วมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
- 7.2 บัตรส่งเสริมเลขที่ 61-0698-0-00-1-0 ลงวันที่ 15 มิถุนายน 2561 สำหรับกิจการผลิตหรือถนอม หรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร (Food Ingredieint) โดยเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยยังไม่มีรายได้จากการประกอบกิจการ สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับคือ
- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมร่วมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
- 7.3 บัตรส่งเสริมเลขที่ 61-0699-0-00-1-0 ลงวันที่ 15 มิถุนายน 2561 สำหรับกิจการผลิตหรือถนอม หรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร (Food Ingredieint) โดยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ยกเว้นการผลิตน้ำดื่มและไอศกรีม โดยยังไม่มีรายได้จากการประกอบกิจการ สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับคือ
- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมร่วมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
8. บริษัท ไทยยูเนี่ยน อินกรีเดียนท์ จำกัด ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและยังคงใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวน 1 ฉบับ ได้แก่ บัตรส่งเสริมเลขที่ 62-0989-1-00-1-2 ลงวันที่ 9 กันยายน 2562 สำหรับผลิตน้ำมันปลา (Fish crude oil) ประเภท 1.10 กิจการผลิตน้ำมันหรือไขมันจากพืชหรือสัตว์ (ยกเว้นน้ำมันจากถั่วเหลือง) โดยยังไม่มีรายได้จากการประกอบกิจการ สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับ คือ
- บริษัทได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมร่วมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดเวลาห้าปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ
 - ผู้ถือหุ้นได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ ตลอดระยะเวลาที่บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายการตลาด

บริษัทมีนโยบายการดำเนินงานทางด้านการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และภารกิจ ดังนี้

- 1) การให้ความสำคัญกับฐานลูกค้าเดิมและใหม่ โดยบริษัทจะรักษฐานลูกค้าเดิมในแต่ละตลาดและแต่ละผลิตภัณฑ์ให้ยั่งยืน รวมถึงการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ จากตลาดหรือช่องทางการขายใหม่ๆ

- 2) นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ได้มาตรฐานระดับสากล รวมถึงบริการหลังการขายที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการของลูกค้า ตลอดจนผลักดันให้เกิดนวัตกรรมทางการตลาดใหม่ๆ อยู่เสมอ
- 3) เน้นการทำธุรกิจที่มีความโปร่งใส ตรงไปตรงมา ซื่อสัตย์ เป็นธรรม ไม่เอาเปรียบลูกค้า
- 4) ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดผ่านส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสม ตลอดจนการคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 5) หาโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ จากการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลให้มากขึ้น
- 6) ไม่เรียก ไม่รับ หรือไม่ให้ผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตกับลูกค้า

สัดส่วนของรายได้จากการขายของกลุ่มบริษัท

ผลิตภัณฑ์	ร้อยละของรายได้จากการขาย	
	2561	2562
- ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป	42%	40%
- ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง แช่เย็น และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	43%	45%
- ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม และอื่นๆ	15%	15%

การจัดจำหน่ายของกลุ่มบริษัท

ประเทศ	ร้อยละของการจัดจำหน่าย	
	2561	2562
- สหรัฐอเมริกา	37.7%	39.5%
- สหภาพยุโรป	30.4%	27.8%
- ภายในประเทศ	10.5%	12.4%
- ญี่ปุ่น	5.7%	5.3%
- อื่นๆ*	15.7%	15.0%

หมายเหตุ: * อื่นๆ รวมถึงประเทศอื่นในทวีปเอเชีย ออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง แคนาดา แอฟริกา อเมริกาใต้ และอื่นๆ

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ภาพรวมอุตสาหกรรม

การค้าอาหารทะเลทั่วโลกได้รับแรงกดดันจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจและการแข็งค่าขึ้นของค่าเงินดอลลาร์สหรัฐ

ในปี 2562 ปริมาณการจับปลาทั่วโลกที่ลดลง ได้รับการชดเชยด้วยการเพิ่มขึ้นของปริมาณปลาจากการเพาะเลี้ยง ซึ่งมีอุปทานส่วนเกินมาจากปลาเพาะเลี้ยงหลัก เช่น ปลาแซลมอน ปลานิล ปลาสวาย ปลากระพง และปลาซีบรีม การผลิตกุ้งเพาะเลี้ยงทั่วโลกยังคงมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง แม้ว่าการเติบโตของการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในประเทศจีนส่งผลกระทบต่ออุปทานทั่วโลก แต่ประเทศอินเดียและประเทศเอกวาดอร์ยังคงครองตำแหน่งผู้ผลิตกุ้งเพาะเลี้ยงมากที่สุดในโลก ปัจจัยเรื่องเศรษฐกิจชะลอตัวในหลายประเทศ ผลกระทบจากความตึงเครียดทางการค้าและภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังไม่คลี่คลาย ประกอบกับการแข็งค่าขึ้นของค่าเงินดอลลาร์สหรัฐในปี 2562 สร้างแรงกดดันให้กับการค้าอาหารทะเลทั่วโลก

สงครามการค้าสหรัฐ-จีน ส่งผลเสียต่อห่วงโซ่อุปทานของอาหารทะเลสำคัญหลายชนิด อาทิเช่น กุ้งล็อบสเตอร์และปลานิล อย่างไรก็ตาม ภาพรวมของอุปสงค์ในอาหารทะเลชนิดมีเปลือกและปลาทะเลน้ำลึกมีโอกาสเติบโตได้ดีกว่าเนื่องจากได้รับผลกระทบจากความตึงเครียดทางการค้าน้อยกว่า ยิ่งไปกว่านั้น ความไม่แน่นอนด้านภูมิรัฐศาสตร์ยังทำให้ผู้บริโภคนักลงทุนอยู่ในช่วงระมัดระวังในการตัดสินใจทางธุรกิจ

การนำเข้าอาหารทะเลทั่วโลกโดยรวมปรับลดลงในตลาดสำคัญหลายแห่ง โดยเฉพาะ ตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป 28 ประเทศ ภูมิภาคละตินอเมริกา และประเทศเกิดใหม่ส่วนใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย ยกเว้นประเทศจีน การนำเข้าในประเทศญี่ปุ่นชะลอตัวแต่ยังคงอยู่ในอัตราที่มีการเติบโต ในด้านการส่งออก ผู้ผลิตหลายประเทศมีรายได้จากการส่งออกลดลงเนื่องจากราคาที่ปรับลดลง แม้กระทั่งประเทศจีน ซึ่งเป็นผู้ส่งออกอาหารทะเลที่ใหญ่ที่สุดในโลกยังมีรายได้จากการส่งออกลดลงในอาหารทะเลหลายประเภท เป็นผลมาจากความตึงเครียดทางการค้ากับประเทศสหรัฐอเมริกา

แม้การค้าอาหารทะเลเผชิญกับความท้าทาย แต่ตลาดอาหารทะเลแปรรูปทั่วโลก ยังมีแนวโน้มเติบโตได้ดี

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ตลาดอาหารทะเลแปรรูปทั่วโลกมีมูลค่าการเติบโตทรงตัวอยู่ที่อัตราร้อยละ 2 ถึง 3 โดยคาดว่าจะการเติบโตในอนาคตจะขยายตัวสูงขึ้น (ร้อยละ 3 ถึง 4)

แม้ว่าอุตสาหกรรมอาหารทะเลยังคงเผชิญกับความท้าทาย แต่ภาพรวมยังคงมีโอกาสดี โดยปัจจัยสำคัญในมุมมองของผู้บริโภคคือ ราคาอาหารทะเลที่สูงขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งโปรตีนอื่นๆ เช่น ไก่ หรือหมู ความไม่คุ้นชินกับการปรุงอาหารทะเล และความกังวลเรื่องการประมงมากเกินไป ในขณะที่ผู้บริโภคต้องการอาหารทะเลที่ได้รับการจัดหามาด้วยวิธีการเพื่อความยั่งยืน ในขณะเดียวกัน แนวโน้มการที่ผู้บริโภคทั่วโลกให้ความสำคัญกับอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและรายได้ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อความต้องการอาหารทะเลที่เพิ่มมากขึ้น

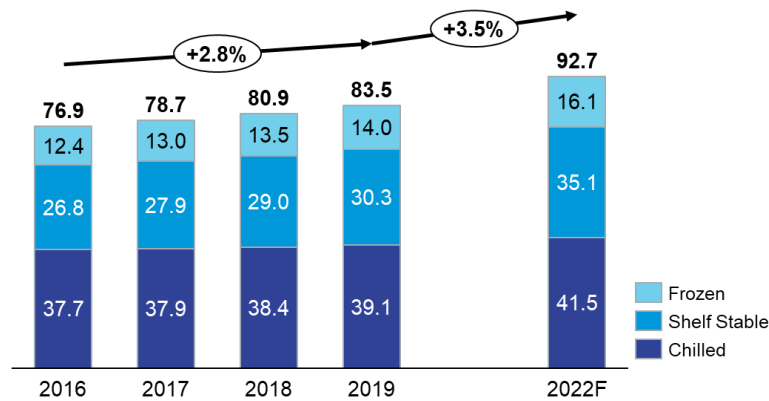
สถานการณ์ในตลาดจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปประเภทแช่เย็น (CHILLED) ยังคงสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุดในการบริโภคอาหารทะเลทั่วโลก เนื่องจากผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่มีความสดและมีคุณภาพสูงขึ้น การบริโภคอาหารทะเลแช่เย็นเติบโตด้วยแรงขับเคลื่อนสำคัญคือตลาดญี่ปุ่นซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 97 ของการบริโภคอาหารทะเลแช่เย็นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (หรือคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 60 ของการบริโภคทั่วโลก) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีสัดส่วนขนาดใหญ่ แต่การเติบโตในกลุ่มผลิตภัณฑ์แช่เย็นนี้คาดว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 1.2 เมื่อเทียบกับกลุ่มผลิตภัณฑ์แช่เยือกแข็งและอาหารบรรจุกระป๋อง ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้เติบโตร้อยละ 4.2 ถึงกระนั้น ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มผลิตภัณฑ์แช่เย็นยังคงเป็นกลุ่มที่ครองสัดส่วนมากที่สุด ตามมาด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องและกลุ่มผลิตภัณฑ์แช่เยือกแข็งตามลำดับ

ในขณะที่การเติบโตของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลบรรจุกระป๋องในตลาดหลักหลายแห่งเริ่มอืดตัว ตลาดในตะวันออกกลางและแอฟริกามีการเติบโตเป็นเลขสองหลัก นอกจากนี้ตลาดเกิดใหม่ อาทิเช่น ละตินอเมริกา และเอเชียแปซิฟิก มีการเติบโตได้ดีสูงกว่าตลาดโดยรวมทั่วโลก

มองไปที่ปี 2565 คาดว่าการเติบโตจะเร่งตัวขึ้นในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารบรรจุกระป๋อง โดยคาดว่าตลาดอาหารทะเลแปรรูปโดยรวมจะเติบโตที่ร้อยละ 3.5 ภายในปี 2565

มูลค่าตลาดอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ (RSP USD พันล้านเหรียญสหรัฐ)

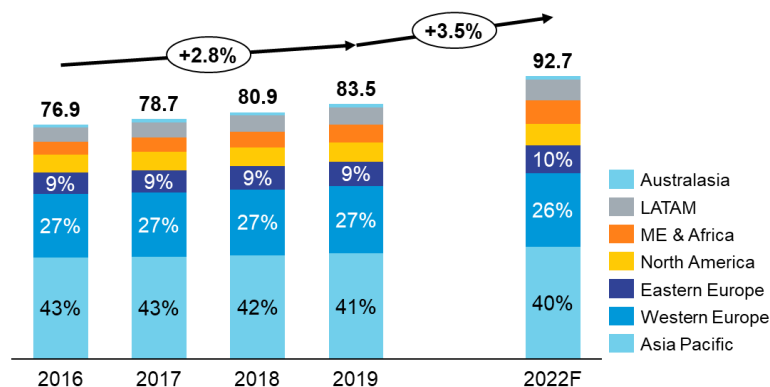


SOURCE: EUROMONITOR

สถานการณ์ในตลาดจำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกยังคงเป็นตลาดที่มีการบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่ใหญ่ที่สุดในโลก ตามมาด้วยภูมิภาคยุโรปตะวันตก ทั้งสองตลาดนี้ครองสัดส่วนรวมกันเกือบร้อยละ 70 ของการบริโภคทั่วโลก การเติบโตในตลาดใหญ่นี้รวมทั้งตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้นไม่มาก (ร้อยละ 2.5 และต่ำกว่านั้น) ในขณะที่ตลาดหลักเหล่านี้กำลังเข้าสู่การเติบโตที่อืดตัว ตลาดเกิดใหม่มีการเติบโตได้ดีสูงกว่าร้อยละ 10 (ตะวันออกกลาง และแอฟริกา) ในขณะที่ละตินอเมริกาเติบโตร้อยละ 6 โดยมีแรงขับเคลื่อนมาจากกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารทะเลบรรจุกระป๋องและกลุ่มแช่เยือกแข็ง

มูลค่าตลาดอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามภูมิภาค (RSP USD พันล้านเหรียญสหรัฐ)



SOURCE: EUROMONITOR

การแข่งขันในตลาดและแนวโน้มราคาวัตถุดิบหลัก: ปลาทูน่า กุ้ง และปลาแซลมอน

ปลาทูน่า

ด้านอุปทาน ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2562 การจับปลาทูน่าทั่วโลกมีปริมาณลดลงกว่าค่าเฉลี่ย เนื่องจากเข้าฤดูการห้ามจับปลาตามกำหนด 2 ครั้ง ครั้งแรกคือการห้ามจับปลาด้วยเครื่องมือล่อปลา (FISH AGGREGATING DEVICE :FAD) ในแถบมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตกและแปซิฟิกกลาง และครั้งที่สอง คือ ฤดูห้ามจับปลาเป็นเวลา 2 เดือนในมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันออกตามแนวทางของคณะกรรมการปลาทูน่าเขตร้อนทวีปอเมริกา (IATTC) ประกอบกับอุปสงค์จากผู้ผลิตทูน่าในเอเชียและยุโรปลดลง ทำให้ราคาปลาทูน่าพันธุ์ท้องแถบลดต่ำลงเป็นประวัติการณ์ในปี 2562 โดยมีตัวเลขสะท้อนให้เห็นว่าการนำเข้าทูน่าแช่เยือกแข็งเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋องของไทยลดลงร้อยละ 17.6 ในครึ่งปีแรกของปี 2562 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2561

- การค้าสินค้าอื่นนอกจากทูน่าบรรจุกระป๋อง

แนวโน้มตลาดโลกกำลังให้ความสนใจสินค้าอื่นนอกจากทูน่าบรรจุกระป๋อง โดยมีความต้องการเพิ่มขึ้นพ่วงมาที่เนื้อทูน่าทั้งชิ้นแช่เยือกแข็ง ประเทศญี่ปุ่นยังคงเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในโลกสำหรับผลิตภัณฑ์อื่นนอกจากทูน่าบรรจุกระป๋อง ตามมาด้วยประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่สอง และมีศักยภาพในการเติบโตมากขึ้น ความนิยมของตลาดในประเทศญี่ปุ่นมุ่งไปที่เนื้อปลาทูน่าครีบน้ำเงินทั้งตัวซึ่งมีราคาสูง และผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง การนำเข้าเนื้อปลาทูน่าในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.8 เมื่อเทียบกับปี 2561 ส่วนตลาดสหรัฐอเมริกาโดยรวมสำหรับสินค้ากลุ่มอื่นนอกจากทูน่าบรรจุกระป๋องยังคงแข็งแกร่ง โดยเติบโตขึ้นร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับปี 2561 ในขณะที่การนำเข้าทูน่าสดยังคงทรงตัว การนำเข้าเนื้อทูน่าแช่เยือกแข็งปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเภทปลาทั้งตัว หรือปลาตัดแต่ง ตามมาด้วยประเภทเนื้อฟิเลและเนื้อสเต็ก แนวโน้มความต้องการนี้ต่างกับกับในยุโรป ซึ่งเนื้อฟิเลแช่เยือกแข็งเป็นที่นิยมมากกว่า อุปทานจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีปริมาณลดลงเนื่องจากภาษีที่เพิ่มสูงขึ้น แต่มีปริมาณเพิ่มขึ้นจากประเทศเอกวาดอร์ (ภาษีเป็นศูนย์) และเม็กซิโก การนำเข้าเนื้อทูน่าฟิเลมายังประเทศรัสเซียปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน โดยมีอุปทานหลักมาจากประเทศจีน ประเทศเวียดนาม และประเทศอินโดนีเซีย

- การค้าธุรกิจทูน่าบรรจุกระป๋อง

ประเทศไทย เอกวาดอร์ และสเปนยังคงเป็นผู้ผลิตทูน่าแปรรูปบรรจุกระป๋องสามอันดับแรกของตลาดโลก ในปี 2562 ธุรกิจทูน่าบรรจุกระป๋องเติบโตอย่างมากในประเทศจีน จนแซงหน้าประเทศฟิลิปปินส์ขึ้นมามีอันดับที่สี่ ในปี 2562 ธุรกิจทูน่าบรรจุกระป๋องของประเทศไทยเติบโตขึ้นในอัตราเลขสองหลัก ทั้งนี้มาจากการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในการส่งออกไปยังตลาดในตะวันออกกลาง และเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในการส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตาม การส่งออกจากประเทศไทยไปสหภาพยุโรป 28 ประเทศมีแนวโน้มลดลง โดยการส่งออกส่วนใหญ่จากประเทศเอกวาดอร์มุ่งไปที่สหภาพยุโรป 28 ประเทศ ตามมาด้วยประเทศสหรัฐอเมริกาและภูมิภาคละตินอเมริกา การส่งออกทูน่าแปรรูปของประเทศจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างเด่นชัดอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การขายทูน่าส่วนเนื้อปรุงสุกมีความเข้มข้นขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหภาพยุโรป 28 ประเทศ และประเทศไทย การส่งออกของประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาปรับลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากกำแพงภาษีที่เพิ่มขึ้น (ปัจจุบันที่ร้อยละ 25) ซึ่งมีผลต่อสินค้าที่ส่งจากประเทศจีนมายังตลาดสหรัฐอเมริกา

ความต้องการทูน่าแปรรูปบรรจุกระป๋องยังคงเติบโตในตลาดส่วนใหญ่ เนื่องจากราคาทูน่าพันธุ์ท้องแถบประเภทแช่เยือกแข็งที่ปรับตัวลดลง การนำเข้าไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป 28 ประเทศ ซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดสองตลาด อยู่ในลักษณะทรงตัวแม้จะมีอุปทานเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ในทางตรงกันข้าม การนำเข้าไปยังตลาดตะวันออกกลางในปี 2562 อยู่ในระดับสูง ในส่วนของตลาดภูมิภาคตะวันตก ผู้บริโภคยังคงมีแนวโน้มนิยมผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากขึ้น สำหรับประเทศญี่ปุ่น การนำเข้าทูน่าบรรจุกระป๋องยังคงลดลงเนื่องจากราคาที่วัตถุดิบที่ปรับลดลงส่งผลให้มีการผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้น ส่วนการนำเข้ามายังประเทศออสเตรเลียลดลงเช่นกัน เนื่องจากค่าเงินที่อ่อนค่าส่งผลให้ราคานำเข้าสูงขึ้น

- ราคาและภาพรวม

ในปี 2562 ราคาเฉลี่ยของปลาทูน่าพันธุ์ทองแถบปรับลดลงมาอยู่ที่จุดต่ำสุดในรอบสี่ปีที่ 1,243 เหรียญสหรัฐต่อตัน (เทียบกับ 1,536 เหรียญสหรัฐต่อตันในปี 2561 และ 1,765 เหรียญสหรัฐต่อตันในปี 2560 และ 1,411 เหรียญสหรัฐต่อตันในปี 2559) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเดือนมิถุนายน/กรกฎาคม ที่ราคาปรับลดลงต่ำสุดมาอยู่ที่ 1,000 เหรียญสหรัฐต่อตัน เนื่องจากอุปสงค์จากประเทศไทยอยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม ราคาดีดกลับมามีที่ 1,350 เหรียญสหรัฐต่อตันในเดือนสิงหาคม ซึ่งเป็นช่วงฤดูงูจจับปลาในมหาสมุทรแปซิฟิก ส่งผลให้ปริมาณปลาที่จับได้มีน้อย

อัตราการจับปลาลดลงต่อเนื่องในมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตกและแปซิฟิกกลางแม้จะผ่านช่วงฤดูงูจจับปลาไปแล้วก็ตาม ดังนั้นเราจึงคาดว่าราคาวัตถุดิบจะฟื้นตัวกลับมามีแนวโน้มเร็ว ในปี 2563 และเชื่อว่าราคาเฉลี่ยจะฟื้นตัวจากระดับต่ำในปี 2562 และทรงตัวมีเสถียรภาพ ทั้งนี้เนื่องจากคาดว่าภาพรวมของตลาดทูน่าแปรรูปและบรรจุกระป๋องน่าจะเติบโตได้ดีทั่วโลก

กุ้ง

การผลิตกุ้งเพาะเลี้ยงทั่วโลกเพิ่มขึ้นในปี 2562 โดยประเทศอินเดีย ประเทศจีน และประเทศเอกวาดอร์ เป็นประเทศที่มีการเพาะเลี้ยงมากที่สุดในโลก แม้ว่าประเทศอินเดียจะเป็นผู้เพาะเลี้ยงกุ้งที่มากที่สุดในโลก แต่การผลิตในประเทศอินเดียมีการเติบโตเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับประเทศจีนและประเทศเอกวาดอร์ ประเทศเวียดนามเป็นผู้เพาะเลี้ยงกุ้งใหญ่เป็นอันดับที่สี่ของโลกแต่การเติบโตของการผลิตอยู่ในระดับทรงตัว

กุ้งที่ผลิตในประเทศอินเดียส่วนใหญ่เป็นกุ้งขาว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 90 ของการผลิตทั้งหมด เนื่องจากความผันผวนของราคาเริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้น ผู้ทำฟาร์มกุ้งมีความมั่นใจมากขึ้นในการเพิ่มบ่อเลี้ยง แม้ว่าจะมีรายงานว่าในบางพื้นที่ได้รับผลกระทบจากการติดโรคและภัยธรรมชาติ การผลิตในประเทศเอกวาดอร์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญกว่าร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับปี 2561 การผลิตในประเทศเม็กซิโกอยู่ในทิศทางขาขึ้นเช่นเดียวกัน

- การค้าธุรกิจกุ้ง

ปริมาณการส่งออกกุ้งโดยรวมจากประเทศอินเดียเพิ่มขึ้น โดยมีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด การส่งออกกุ้งไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และมีแนวโน้มเติบโตด้วยดีต่อเนื่องในปี 2563 โดยปัจจุบันนี้ประเทศจีนได้กลายเป็นผู้นำเข้ากุ้งจากประเทศอินเดียรายใหญ่เป็นอันดับสอง รองจากประเทศสหรัฐอเมริกา

การส่งออกกุ้งของประเทศเอกวาดอร์ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการนำเข้าจำนวนมากจากประเทศจีน ซึ่งเป็นผลมาจากการยกเลิกมาตรการการนำเข้ากุ้งจากผู้ผลิตที่ใหญ่ที่สุดห้ารายจากประเทศเอกวาดอร์ ในเดือนกันยายน ปี 2562

ประเทศสหรัฐอเมริกายังคงเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดสำหรับการส่งออกกุ้งจากประเทศเม็กซิโก (มีสัดส่วนร้อยละ 81 ของการส่งออกกุ้งทั้งหมด) โดยมีประเทศจีนเป็นลำดับที่สอง (มีสัดส่วนร้อยละ 11 ของการส่งออกกุ้งทั้งหมด) การส่งออกกุ้งของประเทศเม็กซิโกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศจีนเติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่งที่ร้อยละ 14 และร้อยละ 12 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว

การนำเข้ากุ้งและอาหารทะเลประเภทอื่นจากประเทศจีนมายังประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับผลกระทบจากการใช้กำแพงภาษีร้อยละ 25 กับผลิตภัณฑ์ของประเทศจีนที่เข้ามายังประเทศสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตาม ช่องว่างของอุปทานที่เกิดขึ้น มีการส่งออกจากประเทศอื่นเช่น ประเทศไทย ประเทศเวียดนาม ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศอินเดีย มาแทนที่

- ราคาและภาพรวม

ในปี 2562 ราคากุ้งทั่วโลกทรงตัว แต่ก็ไม่มีสัญญาณที่ชัดเจนของการฟื้นตัว ราคาส่งออกนับตั้งแต่ตลาดตกต่ำในเดือนเมษายน ปี 2561 ราคากุ้งนำเข้าเฉลี่ยของสหรัฐลดลงไปอยู่ต่ำกว่าระดับราคาในปี 2561 ความต้องการของผู้บริโภคในช่วงที่มีการบริโภคปริมาณมากช่วงเดือนในฤดูร้อนอยู่ในระดับทรงตัว เนื่องจากราคาค่าส่งปรับตัวลดลง

แซลมอน

ในปี 2562 การผลิตปลาแซลมอนแอตแลนติกแบบเพาะเลี้ยงทั่วโลกมีปริมาณสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ ประเทศนอร์เวย์มีการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2562 (เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2561) ตลาดไม่คาดมาก่อนเลยว่าปริมาณจะเพิ่มขึ้นอย่างมากในไตรมาสที่ 3 ปัญหาแทนทะเลในปี 2562 ทรงตัวอยู่ในระดับเดียวกันกับปี 2561 สิ่งสำคัญที่ต้องให้ความสำคัญในตอนนี้คือการมุ่งลดจำนวนปลาหนีออกจากฟาร์ม โดยในปี 2562 คาดว่าเป็นปีที่มีปลาเพาะเลี้ยงหนีออกจากฟาร์มมากที่สุดในรอบ 8 ปี

แม้จะประสบปัญหาจำนวนแทนทะเลที่เพิ่มขึ้น แต่การผลิตในประเทศชิลียังคงเติบโตได้ดี (เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2561) รัฐบาลชิลีได้ออกมาตรการกระตุ้นเพื่อจูงใจให้ผู้ทำฟาร์มปลาแซลมอนมีแผนการจัดการเชิงป้องกัน ทั้งนี้เพื่อควบคุมและลดปัญหาข้างต้น

การเพาะเลี้ยงแซลมอนในประเทศสกอตแลนด์ฟื้นตัวขึ้นอย่างแข็งแกร่งหลังจากผลการดำเนินงานที่ย่ำแย่ในปี 2561 การผลิตในตลาดอื่นมีการเติบโตขึ้นมากเช่นกัน การพัฒนาของอุตสาหกรรมยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่องในประเทศไอซ์แลนด์ ประเทศรัสเซียและประเทศแคนาดา ด้วยแรงขับเคลื่อนจากความต้องการปลาแซลมอนทั่วโลกที่เติบโตขึ้น และแนวโน้มราคาขาขึ้น

การผลิตปลาเพาะเลี้ยงอื่นในตระกูล SALMONIDS ในประเทศนอร์เวย์และประเทศชิลีมีการเติบโตที่ดี ปริมาณปลาแซลมอนโคโฮและปลาเรนโบว์เทราต์ในประเทศชิลีเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยทั้งสองพันธุ์นี้มีสัดส่วนเท่ากันคือร้อยละ 11 ของปริมาณปลาตระกูล SALMONID ที่ผลิตในประเทศชิลี ส่วนการผลิตปลาเทราต์เพาะเลี้ยงในประเทศนอร์เวย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2561

แม้ว่าปลาแซลมอนที่จับตามธรรมชาติจะมีปริมาณสูงกว่าที่คาดไว้ก่อนเริ่มฤดูกาล แต่ปริมาณการจับปลาแซลมอนตามธรรมชาติในประเทศรัสเซียลดลงต่ำกว่าปี 2561 ในอลาสกา ฤดูกาลอพยพของปลาแซลมอนแดง (SOCKEYE) ที่รุนแรงผิดปกติ ได้อาณัติการจับปลาแซลมอนสีชมพูมาช่วยทดแทน ถึงกระนั้นปริมาณก็ยังต่ำกว่าประมาณการ เมื่อรวมการจับปลาจากทั้งสองประเทศแล้ว ปริมาณปลาแซลมอนที่จับตามธรรมชาติในปี 2562 ลดลงร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับปี 2561

- อุปสงค์ของตลาด

แม้เศรษฐกิจโลกอยู่ในภาวะชะลอตัว ประกอบกับความตึงเครียดทางการค้า และความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ แต่แนวโน้มการบริโภคปลาแซลมอนทั่วโลกมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปลาแซลมอนแอตแลนติกเพาะเลี้ยงยังคงเป็นสายพันธุ์ที่ครองสัดส่วนตลาดมากที่สุด อุปสงค์ยังอยู่ในระดับสูงทั้งในตลาดใหญ่เดิม (สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป 28 ประเทศ และประเทศญี่ปุ่น) และตลาดใหม่ (ละตินอเมริกาและเอเชีย) ความสะดวกสบาย ความต้องการอาหารที่มีความสดและตอบโต้ทางด้านความยั่งยืน เป็นแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาตลาด

ในอดีต ผู้ผลิตปลาแซลมอนโคโฮจากประเทศชิลีต้องพึ่งพาผู้ซื้อจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 85 ของยอดการส่งออก อย่างไรก็ตาม ขณะนี้ผู้ผลิตจากประเทศชิลีกำลังทดลองทางเลือกที่จะขยายไปยังสหภาพยุโรป 28 ประเทศ และประเทศสหรัฐอเมริกา ปลาแซลมอนโคโฮเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ประกอบการให้บริการด้านอาหารและร้านอาหารปลีก แต่มีปัจจัยเรื่องฤดูกาลของปลาเป็นตัวแปร ในขณะที่ลูกค้าญี่ปุ่นสั่งซื้อปลาประเภทแซ่เอือกแข็ง ลูกค้าจากสหรัฐอเมริกานิยมปลาแซลมอนโคโฮสด ซึ่งมีจำหน่ายเพียงแค่ช่วง 4 เดือนสุดท้ายของปี

อุปทานในส่วนของการปลาแซลมอนสีชมพูและแซลมอนแดงมีมากที่สุด แต่เดิมที ปลาแซลมอนสีชมพูจากอลาสกาที่จำหน่ายในตลาดอเมริกาเหนือและตลาดยุโรปอยู่ในรูปบรรจุกระป๋อง อย่างไรก็ตาม แนวโน้มกำลังเปลี่ยนไป โดยความสนใจเริ่มพุ่งไปที่เนื้อฟิเลแบบสดและแบบแซ่เอือกแข็ง รวมถึงแซลมอนที่ตัดหัวและควักไส้ออกเพื่อนำไปแปรรูปต่อ ปลาแซลมอนที่จับภายในประเทศเป็นที่ต้องการมากในประเทศรัสเซีย โดยใช้เทคนิคถนอมอาหารแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ ประเทศรัสเซียส่งออกปลาแซลมอนแดงที่จับตามธรรมชาติส่วนใหญ่ไปยังประเทศญี่ปุ่นและประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งใช้ปลาที่จับจากอลาสกาเป็นส่วนเสริม

การค้าแซลมอน – การนำเข้า

การเพิ่มขึ้นโดยรวมของยอดส่งออกปลาแซลมอนในปี 2562 มีปัจจัยมาจากการผลิตปลาแซลมอนแอตแลนติกเพาะเลี้ยงที่เพิ่มขึ้น ปริมาณที่เพิ่มเติมขึ้นมานี้ผนวกกับความต้องการที่ลดลงเนื่องจากได้รับผลกระทบจากแรงกดดันทางเศรษฐกิจโลกและค่าเงินดอลลาร์สหรัฐที่แข็งค่า ส่งผลให้ราคาค้าขายในรูปดอลลาร์สหรัฐลดลง และส่งผลต่อการเติบโตของรายได้จากการส่งออกของผู้ผลิตหลายราย

ในตารางแสดงให้เห็นว่าอัตราการเติบโตของการนำเข้าในตลาดเกิดใหม่ (เอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันออกกลาง อเมริกาใต้และแอฟริกา) แข่งหน้าอัตราการเติบโตในตลาดที่อิ่มตัว/พัฒนาแล้ว แม้ว่าความต้องการแซลมอนในตลาดโลกยังคงมีอยู่มาก แต่ผู้ค้าแซลมอนทั่วโลกต้องมีความระมัดระวังเพิ่มขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากความไม่แน่นอนทางด้านการเมือง อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากสงครามการค้าสหรัฐ-จีนที่มีต่อการค้าแซลมอนมีเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับอาหารทะเลประเภทอื่น เนื่องจากอุตสาหกรรมแซลมอนจากอลาสก้าได้รับการคุ้มครองภาษีจากสหรัฐอเมริกาและจีน (เช่น วัตถุดิบที่ถูกส่งออกมาเพื่อการแปรรูป และนำกลับเข้าไปใหม่ ได้รับการยกเว้นภาษี)

การค้าปลาแซลมอน – การส่งออก

ประเทศนอร์เวย์เป็นผู้ส่งออกปลาแซลมอนที่ใหญ่ที่สุดในโลก ได้ราคาส่งออกปลาแซลมอนที่เพิ่มขึ้นในรูปค่าเงินโครนอร์เวย์ ซึ่งเป็นผลมาจากค่าเงินโครนอร์เวย์ที่อ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินดอลลาร์สหรัฐ การส่งออกในประเทศนอร์เวย์เติบโตขึ้นจากอุปสงค์ในตลาดสหภาพยุโรป 28 ประเทศ ความสัมพันธ์ทางการค้ากับประเทศจีนปรับตัวดีขึ้น โดยปัจจุบันมีบริษัทสัญชาตินอร์เวย์หลายแห่งสามารถเข้าสู่ตลาดจีนได้

รายได้จากการส่งออกของประเทศชิลีเติบโตขึ้นร้อยละ 5 ซึ่งมาจากอุปสงค์ที่มั่นคงในตลาดสำคัญ (สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น) อย่างไรก็ตาม ความต้องการปลาแซลมอนแอตแลนติกเพาะเลี้ยงในประเทศชิลีได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจชะลอตัวในประเทศบราซิล

ประเทศสกอตแลนด์ทำผลงานได้ดี โดยมียอดส่งออกปลาแซลมอนเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ในครึ่งปีแรกของปี 2562 อย่างไรก็ตาม การเติบโตนี้ได้รับอิทธิพลมาจากการฟื้นตัวจากการผลิตที่ตกต่ำในปี 2561

- ราคาและภาพรวม

ราคาปลาแซลมอนเพาะเลี้ยงในครึ่งปีแรกของปี 2562 อยู่ในระดับใกล้เคียงกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2561 เมื่อเทียบกับสัปดาห์ที่ 19 ของปี 2561 ซึ่งเป็นช่วงที่การส่งออกของนอร์เวย์ขึ้นสู่ระดับสูงที่สุดที่ 9.37 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม ปริมาณปลาที่เพิ่มมากขึ้นในปีนี้ส่งผลให้ราคาปรับลดลงมาอยู่ที่ 6.83 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัมในช่วงเวลาเดียวกัน ราคาพื้นตัวในระยะสั้นๆ ในช่วงต้นฤดูร้อน แล้วพลิกกลับลดลงอย่างมากในไตรมาสที่สามสำหรับปลาแซลมอนทั้งจากนอร์เวย์และสกอตแลนด์ ราคานำเข้าเนื้อฟิเลตปลาแซลมอนแอตแลนติกจากประเทศชิลีมายังประเทศสหรัฐอเมริกามีเสถียรภาพมากกว่า (สูงขึ้นประมาณร้อยละ 3 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน)

โดยรวม การเติบโตของการผลิตแซลมอนแอตแลนติกแบบเพาะเลี้ยงทั่วโลก คาดว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 6.5 ในปี 2562 ในขณะที่การผลิตปลาแซลมอนโคโฮและปลาเทราต์คาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ยิ่งไปกว่านั้น สัญญาซื้อขายล่วงหน้า FISH POOL มีการซื้อขายอยู่ที่ 60 โครนอร์เวย์ (6.39 เหรียญสหรัฐ) ต่อกิโลกรัม ประกอบกับความต้องการในช่วงสิ้นปี น่าจะช่วยพยุงราคาแซลมอนขึ้นได้ โดยคาดว่าอัตราการเติบโตของอุปทานแซลมอนแอตแลนติกจะอยู่ที่ร้อยละ 4 ถึง 5 ในปี 2563 แต่ความสามารถของอุตสาหกรรมของประเทศชิลีในการดูแลปัญหาด้านชีวภาพจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประมาณการการเติบโตนี้

2.3 วัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

: ปลาทูน่า

วัตถุดิบสำคัญ คือ ปลาทูน่าสดชนิดต่างๆ เช่น สกิปแจ็ก เยลโล่ฟิน อัลบาคอร์ ฯลฯ โดยบริษัทใช้ปลาทูน่าสายพันธุ์สกิปแจ็กกับปลาทูน่าชนิดอื่นๆ ในสัดส่วน 75:25 ซึ่งมีความผันผวนทางด้านราคามาโดยตลอด โดยปลาทูน่าจะนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด จาก

มหาสมุทรแปซิฟิก และมหาสมุทรอินเดีย ในการสั่งซื้อวัตถุดิบบริษัทจะสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายหลายราย โดย บมจ.ไทยยูเนียน กรุ๊ป บจ. ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม และบมจ.สงขลาแคนนิ่ง จะสั่งซื้อปลาหน้าร่วมกันเพื่อให้ได้ปริมาณสั่งซื้อจำนวนมาก ทำให้มีผลต่อการเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับผู้จำหน่าย ซึ่งมีทั้งประเภทที่เป็นผู้จับปลาโดยตรงและบริษัทนายหน้า (Broker)

บริษัทสามารถจัดซื้อวัตถุดิบในแต่ละปีได้ในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการผลิต เนื่องจากปลาหน้าเป็นปลาที่มีจำนวนมากอยู่ในน่านน้ำทั่วโลก ประกอบกับความได้เปรียบในด้านแหล่งผลิต เนื่องจากประเทศไทยอยู่ระหว่างมหาสมุทรแปซิฟิก และมหาสมุทรอินเดีย ซึ่งเป็นแหล่งที่มีวัตถุดิบปลาหน้าแหล่งใหญ่ที่สุดของโลก รวมถึงการสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายหลายรายทำให้มั่นใจว่าจะสามารถมีวัตถุดิบเพียงพอต่อการผลิต ประกอบกับกลุ่มบริษัทมีห้องเย็นสำหรับใช้เก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปขนาดใหญ่ถึง 135,000 ตัน และสถานที่ตั้งของโรงงานอยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งอุตสาหกรรมอาหารทะเล ทำให้สามารถเช่าห้องเย็นได้อย่างสะดวกในกรณีที่ต้องเช่าพื้นที่เพิ่มเติม สำหรับราคาวัตถุดิบปลาหน้าไม่สามารถคาดการณ์ได้เนื่องจากถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทาน อย่างไรก็ตาม ราคาปลาหน้าโดยเฉลี่ยในแต่ละปีมีการเปลี่ยนแปลงไม่สูงมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณปลาที่จับได้ในแต่ละปี

ราคาเฉลี่ยของปลาหน้า Skipjack (เหรียญสหรัฐ : ตัน)

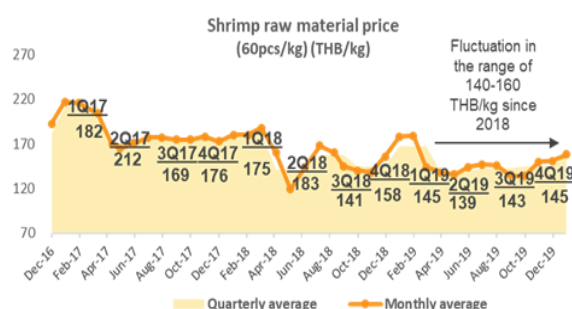


ในเดือนมกราคม 2563 ราคาปลาหน้าอยู่ที่ 1,350 เหรียญสหรัฐต่อตัน ขณะที่ในไตรมาสที่ 4/2562 ราคาปลาหน้าเฉลี่ยอยู่ที่ 950 เหรียญสหรัฐต่อตัน โดยลดลง 33.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4/2561 และลดลง 22% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 3/2562

: กุ้งแช่แข็ง

วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิตกุ้งแช่แข็งคือ กุ้งขาว (Vannamei) โดยบริษัทจะจัดหาจากแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศทั้งหมด ปริมาณการซื้อจะครอบคลุมหลายพื้นที่ ส่วนใหญ่บริษัทจะจัดซื้อจากผู้จำหน่ายในภาคตะวันออกมากกว่าภาคอื่นๆ เนื่องจากกุ้งในภาคตะวันออกโดยเฉพาะระยอง จันทบุรี ตราด มีคุณภาพดีกว่าในภาคอื่นๆ เพราะเป็นจังหวัดที่อยู่ติดทะเล การหมุนเวียนของน้ำเลี้ยงในบ่อจึงดีกว่า นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคกลางทำให้การขนส่งเป็นไปได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ประหยัด และช่วยให้วัตถุดิบมีความสด โดยผู้จำหน่ายแต่ละแห่งมีทั้งเป็นเจ้าของฟาร์มเลี้ยงกุ้งเอง และเป็นนายหน้าหาซื้อจากผู้จำหน่ายอื่นๆ จากการที่บริษัทมีการรับซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายหลายแหล่ง จึงทำให้ไม่เกิดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงขึ้นนโยบายที่จะผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (Value Added Products) เพื่อใช้วัตถุดิบในปริมาณที่น้อยลง

ราคาเฉลี่ยของกุ้งขาว ขนาด 60 ตัวต่อกิโลกรัม (บาท/กิโลกรัม)

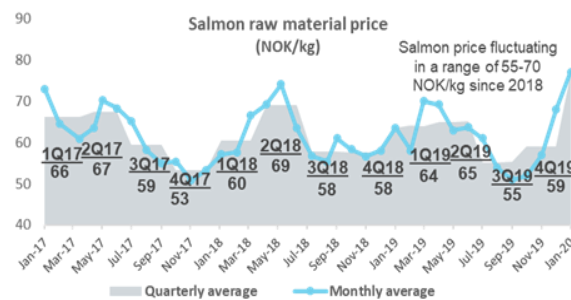


ในเดือนมกราคม 2563 ราคากุ้งขาวอยู่ที่ 158 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับในไตรมาสที่ 4/2562 ราคากุ้งขาวเฉลี่ยอยู่ที่ 145 บาทต่อกิโลกรัม โดยเพิ่มขึ้น 0.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4/2561 และ 2.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 3/2562

: ปลาแซลมอน

บริษัทจะจัดหาแหล่งวัตถุดิบซึ่งได้จากการเพาะเลี้ยงเป็นหลัก โดยปลาแซลมอนแอตแลนติกเป็นสายพันธุ์ที่มีการเพาะเลี้ยงมากที่สุด นอร์เวย์และชิลีเป็นสองประเทศผู้ผลิตปลาแซลมอนที่ใหญ่ที่สุดในโลก ในการสั่งซื้อวัตถุดิบบริษัทจะสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายหลายราย และนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด

ราคาเฉลี่ยปลาแซลมอน (นอร์วีเจียน โครน (NOK)/กิโลกรัม)



ในเดือนมกราคม 2563 ราคาปลาแซลมอนอยู่ที่ 77 NOK ต่อกิโลกรัม สำหรับในไตรมาสที่ 4/2562 ราคาปลาแซลมอนเฉลี่ยอยู่ที่ 59 NOK ต่อกิโลกรัม โดยปรับเพิ่มขึ้น 1.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4/2561 และ 6.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 3/2562

: อาหารแมวบรรจุกระป๋อง

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารแมวบรรจุกระป๋อง มาจากเนื้อปลาทูน่าส่วนที่ติดเปลือก ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ได้จากการผลิตปลาทูน่าสุกแช่แข็ง วัตถุดิบอื่นๆ ที่นำมาผสมได้แก่ ปลาซาร์ดีน เยลลี่ เป็นสัดส่วนผสมไม่มาก สามารถจัดหาได้จากภายในประเทศ รวมทั้งภาชนะบรรจุด้วยเช่นกัน และเนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารแมวบรรจุกระป๋อง เป็นวัตถุดิบ By Product และสามารถจัดซื้อได้ภายในประเทศ บริษัทจึงไม่ประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบหรือราคาวัตถุดิบผันผวน แต่อย่างใด

หมายเหตุ กลุ่มบริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้าหรือผู้จัดจำหน่าย (Supplier) รายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

ปัจจุบัน ณ 31 มกราคม 2563 กลุ่มบริษัทมีโรงงานทั้งสิ้น 29 แห่ง ได้แก่

1. ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรสาคร 6 แห่ง ประกอบด้วย บมจ.ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป บจ.ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม บจ.ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์ บจ.เอเชียแปซิฟิก แคน บมจ.แพ็คฟู้ด และบจ.โอกินอสฟู้ด
2. ตั้งอยู่ที่จังหวัดสงขลา 4 แห่ง ประกอบด้วย บมจ.สงขลาแคนนิ่ง บจ.ไทยยูเนี่ยน ชิฟู้ด บจ.ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์ และบจ. ทักนิธสมุทร
3. ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร 2 แห่ง คือ บจ.ไทยยูเนี่ยน กราฟฟิกส์ และบมจ.แพ็คฟู้ด
4. ตั้งอยู่ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช 1 แห่ง คือ บมจ.แพ็คฟู้ด
5. ตั้งอยู่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา 2 แห่ง คือ บจ.ไทโร-ยูเนี่ยน ชิฟู้ดส์ และ บจ.ยูเอสเฟ็ด นูทริชั่น
6. ตั้งอยู่ที่ประเทศแคนาดา 1 แห่ง คือ โรงงานแปรรูป ลีอบสเตอร์ เล เพ็ชเชอริ เดอ เซชนูส์ (Les Pecheries de Chez Nous) ของ บจ. ไทยยูเนี่ยน แคนาดา
7. ตั้งอยู่ที่ประเทศเวียดนาม 1 แห่ง คือ บจ.ยูเอ็ยแคนฟู้ด
8. ตั้งอยู่ที่ประเทศฝรั่งเศส 2 แห่ง เป็นโรงงานของกลุ่ม บจ.ไทยยูเนี่ยน ยุโรป และกลุ่มบจ. เมอร์อลิอันซ์ เอสเอเอส

9. ตั้งอยู่ที่ประเทศโปรตุเกส 1 แห่ง เป็นโรงงานของกลุ่ม บจ. ไทยยูเนี่ยน ยุโรป
10. ตั้งอยู่ที่ประเทศกาน่า 1 แห่ง เป็นโรงงานของกลุ่ม บจ. ไทยยูเนี่ยน ยุโรป
11. ตั้งอยู่ที่ประเทศเนเธอร์แลนด์ 1 แห่ง เป็นโรงงานของกลุ่ม บจ. ไทยยูเนี่ยน ยุโรป
12. ตั้งอยู่ที่ประเทศซีเชลส์ 1 แห่ง เป็นโรงงานของกลุ่ม บจ. ไทยยูเนี่ยน ยุโรป
13. ตั้งอยู่ที่ประเทศนอร์เวย์ 2 แห่ง เป็นโรงงานของกลุ่ม บจ. ไทยยูเนี่ยน ยุโรป และกลุ่ม บจ. คิงออสการ์ เอเอส
14. ตั้งอยู่ที่ประเทศโปแลนด์ 2 แห่ง เป็นโรงงานของกลุ่ม บจ. คิงออสการ์ เอเอส และกลุ่ม บจ. เมอร์อลิอันซ์ เอสเอเอส
15. ตั้งอยู่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกาบริบทัมเรตส์ 1 แห่ง เป็นโรงงานของ บจ. ซีฟู้ด อินเตอร์เนชันแนล 1 FZCO
16. ตั้งอยู่ที่ประเทศเยอรมนี 1 แห่ง เป็นโรงงานของ บจ. รุกันฟิช เอจี

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

กลุ่มบริษัทไม่ได้ดำเนินการในลักษณะเป็นโครงการหรือชิ้นงานที่มีมูลค่าสูง เป็นการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อล่วงหน้า ดังนั้นงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบจะเป็นในลักษณะตามกำหนดเวลาส่งมอบที่ลูกค้าต้องการ

3. ปัจจัยเสี่ยง – ในฐานะที่ TU เป็นบริษัทแปรรูปอาหารทะเลชั้นนำในระดับโลก การดำเนินงานและผลประกอบการของบริษัทเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงหลากหลายรูปแบบในอุตสาหกรรมอาหารทะเล บริษัทสามารถจัดการเพื่อลดผลกระทบและ/หรือลดโอกาสเกิดของปัจจัยเสี่ยงต่างๆ อย่างไรก็ตาม มีปัจจัยเสี่ยงอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมหรือการจัดการของบริษัท และอาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงาน ผลประกอบการ หรือชื่อเสียงของบริษัท

เรดาร์ด้านล่างแสดงให้เห็นภาพรวมของความเสี่ยงที่สำคัญต่อธุรกิจที่มีต่อกลุ่มบริษัท ณ สิ้นปี 2562 ความเสี่ยงบางประการยังคงไม่เปลี่ยนแปลงจากปี 2561 ดังนั้น จึงยังคงไว้ตามแผนภาพด้านล่าง นอกจากนี้ ยังมีความเสี่ยงใหม่เพิ่มเติมที่ได้จากการวิเคราะห์ร่วมกันในการประชุมเชิงปฏิบัติการของผู้บริหารระดับกลุ่มบริษัทในปี 2562



ส่วนรายละเอียดถัดไป บริษัทได้ระบุถึงรายละเอียดความเสี่ยง ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น การบริหารจัดการความเสี่ยง ซึ่งเชื่อมโยงกับองค์ประกอบของกลยุทธ์ของไทยยูเนียนทั้ง 6 ด้านล่างนี้

ความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ของไทยยูเนียน



สร้างการเติบโต
ในกลุ่มธุรกิจหลัก



ขยายธุรกิจตลอด
ห่วงโซ่มูลค่า



มองหาโอกาส
ทางธุรกิจใหม่



สร้างรากฐานที่
มั่นคงในการดำเนิน
ธุรกิจในอนาคต



สืบสานความเป็นผู้นำ
ด้านความยั่งยืน



พัฒนาบุคลากร
ของเรา

นอกจากนี้ บริษัทตระหนักดีว่านักลงทุนให้ความสนใจพิจารณาปัจจัยเรื่องสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ในกระบวนการตัดสินใจในการลงทุนมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลได้ทั้งบวกและลบต่อความสามารถของบริษัทในการสร้างมูลค่าในระยะยาว และประเด็นนี้ยังสอดคล้องกับพันธกิจของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการพัฒนาคุณภาพของบริษัทจดทะเบียนให้มุ่งสู่การเติบโตที่ยั่งยืน ดังนั้น บริษัทจึงได้ระบุการบริหารจัดการความเสี่ยงซึ่งเชื่อมโยงที่ช่วยสนับสนุนการพัฒนาของปัจจัยทั้งสามประการ (ESG) ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล



สิ่งแวดล้อม



สังคม



การกำกับดูแล

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1) ความเสี่ยงทางด้านข้อกำหนดและกฎระเบียบในต่างประเทศ

ความเสี่ยง	แนวทางการดำเนินงาน
<p>ธุรกิจของเราต้องเกี่ยวข้องกับกฎหมายและกฎระเบียบในหลายประเทศที่มีการดำเนินงานอยู่ รวมถึงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา ความรับผิดชอบต่อสินค้า การตลาด การป้องกันการผูกขาดทางการค้า การแข่งขันทางการค้า สิ่งแวดล้อม การจ้างงาน การต่อต้านการติดสินบนหรือต่อต้านการทุจริต การรักษาข้อมูลและความเป็นส่วนตัว และอื่นๆ อีกมากมาย</p> <p>การละเมิดกฎหมาย หรือการไม่ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายหรือกฎระเบียบ รวมถึงการตีความที่เกี่ยวข้อง อาจจะนำไปสู่การถูกปรับ ถูกลงโทษ หรือส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและชื่อเสียงของบริษัท</p>	<p>บริษัทมีแผนกฎหมายและการปฏิบัติตามกฎหมายที่ดูแลทั้งกลุ่มบริษัท ทำหน้าที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ รวมทั้งแจ้งให้หน่วยงานที่เป็นผู้บังคับใช้กฎหมายทราบถึงการดำเนินงานของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ</p> <p>ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าเข้าใจและดำเนินการอย่างเหมาะสม บริษัทจึงได้จัดทำนโยบายแนวปฏิบัติที่จำเป็นและจัดอบรมให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องทราบและปฏิบัติตาม</p> <p>มีการจัดอบรมอย่างสม่ำเสมอ และกระตุ้นความตระหนักรู้ของพนักงานเรื่องกฎหมายการป้องกันการผูกขาดทางการค้า และกฎหมายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน</p> <p>คดีที่กระทรวงยุติธรรมของประเทศสหรัฐอเมริกาเรียกสอบสวนกรณีฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าของบริษัท ไทโร-ยูเนี่ยน ซีฟู้ดส์ ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทไทยยูเนี่ยน ยังอยู่ในระหว่างกระบวนการพิจารณา โดยไทโร-ยูเนี่ยนได้รับการผ่อนผันแบบมีเงื่อนไข กล่าวคือ หากให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ตามที่ร้องขอ บริษัทและพนักงานที่อยู่ในกรอบที่ถูกสอบสวน จะไม่ถูกดำเนินคดี</p>

3.1.2) ความเสี่ยงด้านอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภายใน

ความเสี่ยง	แนวทางการดำเนินงาน
<p><u>อุปสรรคทางการค้าด้านภาษี</u></p> <p>จากความตึงเครียดทางการค้าและและ ความไม่สงบทางการเมืองที่เพิ่มขึ้นในทุกภูมิภาค ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราภาษีนำเข้าที่เกี่ยวข้อง อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา และจีน ที่ปรับขึ้นอัตราภาษีนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ร้อยละ 25 การถอนตัวออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักรอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาษีนำเข้าและส่งออก ระหว่างสหราชอาณาจักรกับประเทศอื่นๆ การตรวจสอบความไม่สมดุลทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา กับไทย อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรระหว่างประเทศ (GSP) สำหรับสินค้าส่งออก 	<p><u>อุปสรรคทางการค้าด้านภาษี</u></p> <p>บริษัทประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทในกลุ่มที่อยู่ในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และไทย โดยกำหนดการบริหารจัดการความเสี่ยงไว้หลายแนวทางให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ อย่างไรก็ตาม จากความไม่แน่นอนและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา บริษัทยังคงต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและทบทวนแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงอยู่เสมอ ในปี 2562 สหรัฐอเมริกาประกาศยกเลิกสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรระหว่างประเทศสินค้าไทยกว่า 500 รายการที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ผลิตภัณฑ์ของไทยยูเนี่ยนไม่ได้รับผลกระทบจากการยกเลิกนี้ การถอนตัวออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักรมีผลในวันที่ 31 มกราคม 2563 แต่จะยังไม่ส่งผลกระทบจนกว่ากระบวนการจะเสร็จ</p>

<p><u>อุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภายใน</u></p> <p>ความเสี่ยงส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเงื่อนไขทางการค้าหรือความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุน</p> <p>อุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภายในของไทยยูเนียน กรุ๊ป ในด้านหลักๆ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> สหภาพยุโรป – ผลการประเมินของสหภาพยุโรป ภายใต้กฎระเบียบที่ว่าด้วยการประมงที่ผิดกฎหมาย ขาดการรายงานและไร้การควบคุม (IUU) ที่ให้ใบเหลืองแก่ประเทศเวียดนาม และได้ห้าม สหรัฐอเมริกา – การจัดระดับสถานการณ์การค้ามนุษย์และการประเมินของกระทรวงการต่างประเทศว่าด้วยการค้ามนุษย์และการบังคับใช้แรงงาน ตลอดจนการบังคับใช้กฎหมาย Trade Facilitation and Enforcement Act และการตรวจสอบ การนำเข้าอาหารทะเลของสหรัฐฯ และกฎหมายอื่นที่เป็นอุปสรรคในการนำเข้าสินค้า 	<p>สิ้นในวันที่ 31 ธันวาคม 2563 จึงเร่งรีบไปที่จะรู้ว่าผลการตกลงการค้าเสรีระหว่างยุโรปกับสหราชอาณาจักรจะเป็นเช่นไร</p> <p>แม้ว่าสงครามการค้าและความตึงเครียดทางการเมืองในหลายภูมิภาคจะยังไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของเรา แต่ไทยยูเนียนมีเครือข่ายการผลิตและวัตถุดิบทั่วโลก รวมทั้งแผนการหาแหล่งวัตถุดิบทางเลือกสำรองไว้ในยามจำเป็น การเตรียมพร้อมนี้จะช่วยให้เราลดความเสี่ยงหากเกิดปัญหาความไม่สงบทางการเมืองขึ้น</p> <p><u>อุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภายใน</u></p> <p>ในปีนี้มีบริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืนทั่วโลกที่มีชื่อว่า SeaChange® อย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์นี้ ครอบคลุมทุกๆ แง่มุมในการทำธุรกิจอาหารทะเล เริ่มตั้งแต่เรื่องที่เรารู้แล้ทั้งทะเลอย่างไร จนถึงเราบริหารจัดการของเสียอย่างไร เรื่องการดูแลพนักงานของเราให้มีความปลอดภัยที่ดีขึ้น จนถึงความรับผิดชอบต่อชุมชนแวดล้อมโรงงาน ทั้งยังครอบคลุมถึงความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับอาหารทะเลตั้งแต่การจับจนถึงผู้บริโภค ด้วยการตรวจสอบย้อนกลับนี้ทำให้เราสามารถระบุ สืบสวน และปรับปรุงเรื่องที่สำคัญต่างๆ ได้ เช่น แรงงานและการจัดหาวัตถุดิบ</p> <p>ความสำเร็จในระดับสากลในปี 2562 มีดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ไทยยูเนียนทำงานร่วมกับภาครัฐทั่วโลกอย่างต่อเนื่องในการผลักดันความยั่งยืนในอุตสาหกรรม ซึ่งรวมไปถึงการทำงานร่วมกับรัฐบาลไทย คณะกรรมาธิการยุโรป และรัฐบาลสหรัฐอเมริกา ในประเด็นต่างๆ เช่น การจัดการประมงที่ผิดกฎหมาย ขาดการรายงานและไร้การควบคุม การจัดการกับปัญหาทาสยุคใหม่ และการหาปริมาณการจับปลา และการช่วยให้การประมงยกระดับสู่มาตรฐานความยั่งยืน ได้รับการจัดอันดับจากดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) ให้เป็นหนึ่งในโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร เป็นปีที่สองติดต่อกัน ได้รับการจัดอันดับโดยดัชนี SEAFOOD STEWARDSHIP INDEX (SSI) เป็นอันดับที่ 1 จาก 30 บริษัทอาหารทะเลที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยประเมินจากการทำงานที่ตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ บรรลุวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบเรือประมงคู่ค้าด้านสังคมรอบแรก เทียบกับแนวปฏิบัติด้านแรงงานบนเรือประมงและการปฏิบัติการโครงการพัฒนาเรือประมงในรอบแรก โดยมี
---	---

	<p>วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน</p> <ul style="list-style-type: none"> มีความคืบหน้าอย่างมากในพันธกิจการจัดการปลาทูน่าแบบยั่งยืนเพื่อใช้ในผลิตภัณฑ์แบรนด์ โดยจะมาจากการประมงที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการรับรองมาตรฐานสินค้าประมง (MSC) หรือมาจาก โครงการพัฒนาการประมง (FIPs) ซึ่งจะพัฒนาสู่การรับรอง MSC ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายทำให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 75 ภายในสิ้นปี 2563 การมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องของไทยยูเนียนกับรัฐบาลต่างๆ ในการสนับสนุนการต่อต้านการประมงที่ผิดกฎหมาย ขาดการรายงานและไร้การควบคุม เช่น ประเทศกานา เซเชลส์ ไทย
--	--

3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ

3.2.1) ความเสี่ยงด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมปลาและอาหารทะเล

ความเสี่ยง	แนวทางการดำเนินงาน
<p>อุตสาหกรรมปลาและอาหารทะเลเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงและพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ไทยยูเนียนซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ผลิตอาหารทะเลที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการความเสี่ยงอุตสาหกรรมเหล่านี้</p> <p>จากพฤติกรรมการณ์ทั่วโลกที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลบรรจุกระป๋องแบบดั้งเดิมมีการเติบโตชะลอตัวลง แม้ว่าอุตสาหกรรมปลาและอาหารทะเลจะเติบโตอย่างแข็งแกร่งในช่วงสองสามปีที่ผ่านมาและมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง แต่ก็มีบางตลาดที่พัฒนาแล้วโดยเฉพาะยุโรปและสหรัฐอเมริกาที่การบริโภคอาหารทะเลแปรรูปเติบโตชะลอตัวลง ในขณะเดียวกัน พฤติกรรมผู้บริโภคกำลังเปลี่ยนไปสู่การใส่ใจสุขภาพ ไลฟ์สไตล์ที่สะดวกสบาย และความต้องการผลิตภัณฑ์ที่จัดหามาด้วยวิธีการที่ยั่งยืน</p> <p>นอกจากนี้ ยังต้องเผชิญกับการแข่งขันรุนแรงในผลิตภัณฑ์หลักอย่างทูน่า กุ้ง และแซลมอน ในขณะที่การส่งออกจากประเทศไทยได้รับแรงกดดันจากค่าเงินบาทที่แข็งค่า</p>	<p>ไทยยูเนียนมีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและภาวะตลาดที่ทำนายอยู่เสมอ โดยมุ่งเน้นการลงทุนในด้านนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและเป็นผู้ผู้นำในการแข่งขันความสำเร็จด้านนวัตกรรมของเราในปี 2562 มีดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ไทยยูเนียนเปิดตัว SEAELECT FITT ผลิตภัณฑ์ทูน่าในประเทศไทยในเดือนกันยายน 2562 ซึ่งช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดทูน่าในประเทศไทยได้อย่างมีนัยยะสำคัญ (สูงสุดร้อยละ 51 ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2562) ไทยยูเนียนได้รับรางวัล People Food Award 2019 ในฐานะ “The Best Supermarkets Product of the Year” จากความสำเร็จในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ทูน่าอินฟิวชั่นของแบรนด์ Chicken of the Sea ในสหรัฐอเมริกา ไทยยูเนียนได้ปรับ โฉมผลิตภัณฑ์แช่เยือกแข็งแบรนด์ Qfresh ในประเทศไทย เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคได้กว้างขึ้นและทันสมัยขึ้น <p>เรา仍将ลงทุนในด้านนวัตกรรมเพื่อนำผลิตภัณฑ์ใหม่ที่น่าสนใจเสนอผู้บริโภคทั่วโลก และพร้อมเข้าสู่ตลาดหรือธุรกิจใหม่ เช่น ธุรกิจส่วนประกอบอาหาร (Ingredients) และอาหารสัตว์</p>

3.2.2) ความเสี่ยงในการจัดหาและราคาวัตถุดิบ - ราคาวัตถุดิบที่สำคัญของบริษัท เช่น ปลาทูน่าและกุ้ง เปรียบเสมือนราคาสินค้าโภคภัณฑ์ชนิดหนึ่ง ที่ไม่มีเครื่องมือบริหารความเสี่ยงโดยตรง และมีการเปลี่ยนแปลงราคาเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างรวดเร็ว กลยุทธ์การจัดหาวัตถุดิบอาหารทะเลของบริษัทเน้นที่การสร้างสมดุลระหว่างจำนวนวัตถุดิบและความผันผวนของราคา ทั้งยังสามารถยกระดับการจัดหาวัตถุดิบที่ยั่งยืนได้อย่างต่อเนื่องจากผู้จำหน่ายที่เชื่อถือได้

ความเสี่ยง	แนวทางการดำเนินงาน
<p>ทูน่า</p> <p>บริษัทต้องเผชิญกับราคาที่ผันผวนและความท้าทายเรื่องการจัดหาวัตถุดิบปลาทูน่าหลายสายพันธุ์ ส่วนราคาวัตถุดิบปลาทูน่าพันธุ์ครีบริบเหลือง (yellowfin) และพันธุ์ครีบริบขาว (albacore) ทรงตัวอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพันธุ์ครีบริบขาว ซึ่งทำสถิติสูงสุดใหม่ในตลาด ในทางตรงกันข้ามทูน่าพันธุ์ทองแถบ (skipjack) อยู่ต่ำกว่าราคาเฉลี่ยและทำสถิติต่ำที่สุดในรอบ 10 ปี ในไตรมาสที่แล้ว ในยามที่ราคาทูน่าอยู่ในระดับสูง นับเป็นเรื่องยากที่การขายผลิตภัณฑ์แบรนด์ของเราจะผลักรถะเรื่องปริมาณและราคาไปที่ผู้บริโภค แต่ยามที่ราคาทูน่าอยู่ในระดับต่ำ ก็สร้างแรงกดดันต่อยอดขายการรับจ้างผลิตในประเทศไทยเนื่องจากโครงสร้างธุรกิจของเราผันแปรไปตาม “ราคาตลาดทูน่า” มากกว่าต้นทุนสินค้าคงคลังซึ่งอยู่ในระดับสูงกว่า</p> <p>นอกจากความเสี่ยงด้านราคา ยังคงต้องเผชิญกับอุปทานปลาทูน่าที่ลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปลาทูน่าพันธุ์ครีบริบเหลือง (yellowfin) ซึ่งเป็นผลกระทบมาจากระบบการจัดการสรร โควตาการจับปลา (QAS) และอุณหภูมิของน้ำทะเลที่ผิดปกติ</p>	<p>ทูน่า</p> <p>บริษัทมีหน่วยงานจัดซื้อปลาระดับกลุ่มบริษัท ซึ่งประกอบไปด้วยทีมที่มีความชำนาญเป็นอย่างสูง ทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการจัดหาเชิงกลยุทธ์และการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดี จากการรวมศูนย์หน้าที่จัดซื้อ สามารถรวบรวมปริมาณความต้องการให้เป็นระดับกลุ่มบริษัท และมีความสามารถในการจัดซื้อที่ดีที่สุดในอุตสาหกรรม ทีมจัดซื้อของแต่ละบริษัทในกลุ่มติดตามสถานการณ์และบริหารจัดการความท้าทายต่างๆ ทั้งด้านราคาวัตถุดิบและอุปทานที่ต้องเผชิญ ทำให้เกิดการสื่อสารและการให้ข้อมูลที่โปร่งใสตลอดห่วงโซ่อุปทานของโรงงานผลิตทุกโรงงานในกลุ่มไทยยูเนียน</p>
<p>กุ้ง</p> <p>โดยทั่วไป ราคาวัตถุดิบกุ้งไทยอยู่ในระดับต่ำกว่าปี 2561 เนื่องจากประเทศไทยกำลังสูญเสียสถานะผู้ส่งออกกุ้งรายใหญ่ของโลก เนื่องจากการผลิตกุ้งจากประเทศผู้ผลิตกุ้งรายใหญ่อื่นๆ มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (เช่น เอกวาดอร์ จีน อินเดีย เวียดนาม และอื่นๆ) นอกจากนี้ค่าเงินบาทที่แข็งค่าเกินกว่าที่คาดการณ์ไว้ เมื่อเทียบกับประเทศผู้ส่งออกกุ้งรายใหญ่อื่นๆ ได้กลายเป็นปัจจัยความเสี่ยงใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อราคาวัตถุดิบของไทยในปี 2562 และเมื่อราคาวัตถุดิบในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐสูง ผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทยต้องแบกรับต้นทุนมหาศาลและเผชิญแรงกดดันด้านราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้และยังทำกำไรได้ ด้วยเหตุนี้ ยอดซื้อกุ้งภายในประเทศจากผู้ส่งออกเหล่านี้จึงหดตัวลง ส่งผลให้ราคาหน้าฟาร์มอยู่ในระดับต่ำ</p>	<p>กุ้ง</p> <p>เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขัน ความกดดันด้านต้นทุน และความสามารถในการทำกำไร บริษัทได้ลงทุนในกระบวนการและเครื่องมือในการผลิต เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐานและความต้องการใหม่ๆ ของลูกค้า โดยที่สินค้าจะต้องได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล รวมทั้งมีผลิตภัณฑ์จากนวัตกรรมใหม่ๆ และริเริ่มโครงการเพื่อความยั่งยืนในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม</p> <p>นอกจากนี้ ยังมีการจัดหาวัตถุดิบกุ้งในเชิงกลยุทธ์ที่พิจารณาช่วงเวลาซื้อและปริมาณซื้อ โดยวิเคราะห์จากองค์ความรู้ภายในองค์กร และความเข้าใจในเรื่องความสมดุลของอุปสงค์และอุปทานภายในประเทศไทย ซึ่งช่วยทำให้ราคาของเราแข่งขันได้</p> <p>บริษัทยังได้ดำเนินโครงการผลิตแบบระบบอัตโนมัติ ซึ่งมีเป้าหมาย</p>

<p>สำหรับบริษัทจำหน่ายในสหรัฐอเมริกา (บริษัท ไทร-ยูเนี่ยน โพรเซส โปรดัคส์) ซึ่งนำเข้าวัตถุดิบกุ้งและอาหารทะเลแช่แข็งมาจากแหล่งที่หลากหลายทั่วโลก ยังคงต้องเผชิญกับความเสียด้านราคาวัตถุดิบ เนื่องจากภาวะไม่สมดุลของอุปสงค์และอุปทานในประเทศผู้ผลิตรายหลัก รวมถึงต้นทุนสินค้าคงคลัง เนื่องจากการทำธุรกิจที่เน้นเรื่องการซื้อมาขายไป</p>	<p>เพื่อลดการพึ่งพิงแรงงาน ปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต และรักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และลดต้นทุนการผลิตเพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบเมื่อเงินบาทแข็งค่า และเพิ่มการส่งออกสินค้าไปหลากหลายประเทศ เช่น ประเทศในกลุ่มอาเซียน และนอกจากตลาดประเทศไทย เพื่อลดการพึ่งพาตลาดปัจจุบันบางกลุ่ม นอกจากนี้ บริษัทยังเป็นพันธมิตรกับลูกค้ารายใหญ่ ผ่านสัญญาจัดหาพิเศษระยะยาว เพื่อให้ความมั่นใจในราคาและปริมาณที่ต้องการ</p>
<p>ปลาแชลมอน</p> <p>ราคาปลาแชลมอนในปีนี้อย่างสูง แต่ต่ำกว่าปี 2561 เล็กน้อย เนื่องจากปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง อย่างไรก็ตาม ในเดือนธันวาคม อุปสงค์เพิ่มขึ้นแต่อุปทานจำกัด ส่งผลให้ราคาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นราคาปลาแชลมอนโดยรวมมีความผันผวนตลอดทั้งปี อย่างไรก็ตามเราสามารถขายได้ภายในกรอบราคาที่ได้ทำสัญญาไว้กับลูกค้าสำหรับปี 2562</p> <p>ในด้านอุปทานไม่มีปัญหาวัตถุดิบขาดตลาด เว้นแต่ที่เกิดขึ้นตามฤดูกาลและช่วงท้ายปี ซึ่งมีสาเหตุมาจากพายุหลายครั้งในประเทศสก็อตแลนด์</p>	<p>ปลาแชลมอน</p> <p>บริษัทได้ดำเนินกลยุทธ์ที่เข้มแข็ง ช่วยให้ตัดสินใจได้เร็วขึ้นตามแนวโน้มที่เกิดขึ้น โดยใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยงและรักษาความยืดหยุ่นเมื่อราคาอยู่ในระดับต่ำ</p> <p>นอกจากนี้ ยังใช้เครื่องมือในการติดตามปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ อุปทานและราคาเพื่อปรับกลยุทธ์หากจำเป็น</p>

3.2.3) ความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์

ความเสี่ยง	แนวทางการดำเนินงาน
<p>ในฐานะที่เป็นบริษัทที่มุ่งสร้างความสามารถในการแข่งขันและดำเนินงานอย่างยั่งยืน เราได้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญในด้านนี้ และหวังพึ่งระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศในการช่วยดูแล การหยุดชะงักของโครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศที่สำคัญอาจนำไปสู่การหยุดชะงักทางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นได้</p> <p>ภัยคุกคามทางไซเบอร์เป็นการบ่อนทำลายและสามารถเข้ามาในหลายรูปแบบ (มัลแวร์ ไวรัส ความเปราะบางในการเข้าถึงฮาร์ดแวร์และระบบปฏิบัติการจากบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาต) การคุกคามนี้สามารถสร้างความเสียหายให้กับธุรกิจของเราด้วยการทำลายหรือใช้ข้อมูลของบริษัทไปในทางที่ผิด</p>	<p>บริษัทได้ทบทวนระบบรักษาความปลอดภัยของครีวมในทุกระดับ ตั้งแต่การกำกับดูแล โครงสร้าง นโยบาย เทคโนโลยี ไปจนกระทั่งถึงบุคลากรและกระบวนการต่างๆ ทั้งนี้เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ฝ่ายเทคโนโลยีและสารสนเทศที่รับผิดชอบในการดูแลนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของเรา ได้วางมาตรการต่างๆ ซึ่งมีผลบังคับใช้อย่างเข้มงวดกับทุกหน่วยธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อปกป้องทรัพย์สินของบริษัทและข้อมูลส่วนบุคคล</p> <p>มาตรการที่นำมาปรับใช้ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> • การเพิ่มการรักษาความปลอดภัย เช่น การบังคับใช้ระบบรักษาความปลอดภัยด้วยการใส่รหัส การใช้ระบบการยืนยันตัวตนสองขั้นตอน โดยได้ติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (firewall) ที่มีความสามารถในการป้องกันสูง มีตัวกรองฟิชชิง (phishing filter) โปรแกรมป้องกันไวรัสที่ทันสมัย ระบบการป้องกันปลายทาง (endpoint

	<p>protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> • สร้างความตระหนักด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง ให้ข้อมูลและการสื่อสารจากผู้บริหารที่แสดงถึงความสำคัญของการรักษาความปลอดภัย <p>บริษัทได้ให้ผู้นำตลาดด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ระดับโลกมาทำการประเมินความเสี่ยงอย่างครอบคลุม และประเมินโครงสร้างการดูแลเมื่อเทียบกับมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ในระดับสากล โดยบริษัทนี้ได้ให้คำแนะนำเรื่องแนวทางการปลอดภัยที่ถูกต้องเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้เพื่อยกระดับการควบคุมด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เพื่อจำกัดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้</p>
--	---

3.2.4) การปฏิบัติการและความปลอดภัย

ความเสี่ยง	แนวทางการดำเนินงาน
<p>บริษัทอาจมีความเสี่ยงเกิดขึ้นในโรงงานผลิตได้ในหลากหลายรูปแบบ นับตั้งแต่การจัดการวัตถุดิบอาหารทะเลไปจนถึงกระบวนการแปรรูปและการผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป ความเสี่ยงอาจเกี่ยวข้องกับด้านต่างๆ เช่น อาชีวอนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน ภัยพิบัติต่อโรงงาน คุณภาพอาหาร การควบคุมต้นทุน การจัดการสินค้าคงเหลือ ความเสี่ยงเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเป้าหมายของบริษัทในเรื่องการผลิตและยอดขาย</p> <p>บริษัทมุ่งเน้นที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน และภัยพิบัติต่อโรงงาน • ต้นทุนการผลิต • คุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการที่ซับซ้อนขึ้นของผู้บริโภคทั้งในด้านคุณภาพและด้านโภชนาการ 	<p>ไทยยูเนียนให้ความสำคัญกับความเป็นเลิศในการดำเนินงานและตระหนักดีถึงความสำคัญของการมีวินัยในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในปี 2562 ได้ทำการประเมินความเสี่ยงในแต่ละโรงงานผลิตเนื่องจากรูปแบบความเสี่ยงมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุจากมนุษย์หรือภัยธรรมชาติ เราได้บริหารจัดการและกำหนดแผนบริหารความเสี่ยงหลายประการ เช่น ขก ระดับข้อบังคับที่ต้องปฏิบัติตามเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลดความเสี่ยงเหตุเพลิงไหม้และแอมโมเนียรั่วไหล</p> <p>นอกจากนี้ การลงทุนโครงการใหม่และการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ อาทิ แบบโรงงาน การก่อสร้าง อุปกรณ์ เครื่องจักร และอื่นๆ ที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (SHE) จำเป็นต้องได้รับการอนุญาตจากฝ่าย SHE ก่อนขออนุมัติการลงทุน</p> <p>ด้านต้นทุนการผลิต เรามีโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของทั้งกลุ่มบริษัท เช่น การบำรุงรักษาทีละคนที่มีส่วนร่วม (TPM) การปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้แรงงานอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มสัดส่วนของการผลิต “ที่ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก” และการลงทุนระบบอัตโนมัติ</p> <p>ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เรามีระบบบริหารจัดการคุณภาพที่เป็นข้อกำหนดพื้นฐานเดียวกันทั่วโลก เพื่อให้มั่นใจในความปลอดภัย</p>

	อาหาร คุณภาพสินค้าเป็นไปตามมาตรฐาน และสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค ทั้งนี้ ระบบการจัดการคุณภาพภายในได้รับการตรวจสอบและรับรองจากหน่วยงานรับรองอิสระ เพื่อยืนยันการปฏิบัติตามมาตรฐานขององค์กร มาตรฐานแนวปฏิบัติของ ISO กฎหมาย และข้อบังคับตามแนวทางของหน่วยงานกำกับดูแล
--	---

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยง	แนวทางการดำเนินงาน
<p>จากการที่บริษัทดำเนินกิจการหลายประเทศทั่วโลก ทำให้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านการเงินจาก ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและอัตราดอกเบี้ย ลูกหนี้การค้า การลงทุนและเงินกู้ต่างๆ ทั้งนี้ ความเสี่ยงหลักของบริษัท ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจากธุรกรรมการซื้อขายสินค้า การลงทุนและการกู้ยืมเงิน การลงทุนในบริษัทย่อยในต่างประเทศ รวมถึงการซื้อวัตถุดิบปลายทาง ซึ่งเป็นสกุลเงินต่างประเทศ 2. ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยจากการกู้ยืม 3. ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ <p>ในปี 2562 มีความไม่แน่นอนเกิดขึ้นหลายเหตุการณ์ ทั้งจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน เศรษฐกิจโลกชะลอตัว ธนาคารกลางหลายแห่งทั่วโลกปรับลดอัตราดอกเบี้ย การถอนตัวออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร (Brexit) และความไม่สงบทางการเมือง เหตุการณ์เหล่านี้ทำให้เกิดความเสี่ยงด้านการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน สถานการณ์ Brexit นำไปสู่ความผันผวนของค่าเงินปอนด์กับค่าเงินยูโรและดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนการนำเข้าและการกำหนดราคาสินค้าของจอห์นเวสต์ รวมทั้งผลจากการแปลงค่าเงิน นโยบายการเงินและการคลัง รวมถึงนโยบายการต่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลกระทบต่ออัตราแลกเปลี่ยนอย่างมีนัยสำคัญ อันนำไปสู่การอ่อนค่าของเงินดอลลาร์สหรัฐเมื่อเทียบกับสกุลเงินหลักอื่นๆ ที่บริษัทมีธุรกิจอยู่ เช่น สกุลเงินยูโร สกุลเงินเยน สกุลเงินปอนด์ และสกุลเงินบาท</p>	<p>การบริหารความเสี่ยงระดับกลุ่มของบริษัทให้ความสำคัญกับการเฝ้าระวังความไม่แน่นอนของตลาดการเงิน และการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับผลประกอบการของบริษัท โดยใช้เครื่องมือประเภทอนุพันธ์ทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงบางประการ ทั้งนี้ เพื่อให้ผลการดำเนินงานในอนาคตมีเสถียรภาพ</p> <p>การบริหารความเสี่ยงทางการเงินอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริหาร โดยนโยบายกลุ่มบริษัทประกอบด้วย เรื่อง ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อคู่ค้า ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบ และความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ซึ่งกลุ่มบริษัทได้กำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ในการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยมีนโยบายและกลยุทธ์ดังนี้: <ul style="list-style-type: none"> • บริหารอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดจากการค้า โดยการจัดสรรให้รายได้และค่าใช้จ่ายเป็นสกุลเงินเดียวกัน และการบริหารความเสี่ยงโดยใช้เครื่องมือประเภทอนุพันธ์ทางการเงินตามความเหมาะสม กำหนดนโยบายและอัตราส่วนของการป้องกันความเสี่ยงของแต่ละธุรกิจ เพื่อให้แต่ละธุรกิจสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ • บริษัทบริหารอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดจากธุรกรรมการกู้ยืมเงิน การปล่อยกู้ หรือฝากเงินในสกุลเงินต่างประเทศ โดยทำการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนทั้งจำนวน • สำหรับการลงทุนต่างประเทศในรูปของเงินทุนที่ผลตอบแทนอาจมาในรูปของการจ่ายปันผลหรือการลดทุน อาจไม่สามารถประเมินความไม่แน่นอนและระยะเวลาได้อย่างแม่นยำ และผลตอบแทนอาจไม่คงที่ โดยส่วนมากการระดมทุนเพื่อการเข้า

จากที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทมีผลกำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยนดังนี้					ถือหุ้นมักเป็นการระดมทุนตรงจากบริษัทแม่ ดังนั้น การตัดสินใจป้องกันความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนในการลงทุนเพื่อเข้าถือหุ้นของกิจการจะมาจากคณะกรรมการบริหาร
หน่วย:ล้านบาท					
ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558	
54	972	1,256	84	1,173	2. ในการบริหารความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย บริษัทใช้เครื่องมืออนุพันธ์ทางการเงิน เช่น สัญญาแลกเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ย เพื่อให้บรรลุอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ตั้งเป้าหมายไว้ทั้งแบบลอยตัวและคงที่
					3. ในการบริหารความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ บริษัทมีนโยบายและมีการควบคุมให้ความเสี่ยงนี้อยู่ในระดับต่ำที่สุด โดยการทำประกันภัยสินเชื่อทางการค้าสำหรับลูกค้าส่วนใหญ่

3.4 ความเสี่ยงทางการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยง	แนวทางการดำเนินงาน
<p>สภาพภูมิอากาศทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา รวมทั้งสภาพอากาศแปรปรวน ในปี 2562 มหาสมุทรของโลกทำสถิติเป็นปีที่มีอุณหภูมิสูงสุด ซึ่งส่งผลอย่างรุนแรงและทันทีต่อท้องทะเล สัตว์ทะเล และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำซึ่งเป็นปัจจัยพึ่งพิง ทั้งภัยธรรมชาติและสภาพอากาศที่เลวร้ายล้วนสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ รวมไปถึงน้ำท่วม ภัยแล้ง และสึนามิ ซึ่งอาจกระทบต่อการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ และทรัพยากรมนุษย์ของเรา</p>	<p>ไทยยูเนี่ยนดำเนินงานด้วยความเชื่อมั่นในการให้ความเคารพและความรับผิดชอบ โดยแสดงถึงความห่วงใยที่มีต่อพนักงานผ่านการดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบ เรามีโครงการริเริ่มหลายโครงการที่ช่วยลดการใช้น้ำ ลดปริมาณขยะฝังกลบ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและต้องการให้พนักงานของเราทุกคนมีส่วนร่วมในการผลักดันให้บรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย เรามองว่า การดูแลความปลอดภัยและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ของทุกคน</p> <p>นอกจากนี้ ยังพัฒนาฯ กระดับนโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยได้เสริมมาตรการเพิ่มความเข้มงวดด้านมาตรฐานความปลอดภัย ขั้นตอนและกระบวนการต่างๆ</p> <p>ในเรื่องก๊าซเรือนกระจก บริษัทตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซลดลงอย่างน้อยร้อยละ 30 ภายในปี 2563 (ใช้ข้อมูลปี 2559 เป็นฐาน) และมุ่งสู่การเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำและช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมจากก๊าซเรือนกระจก บริษัทได้ริเริ่มโครงการมากมายที่สนับสนุนเป้าหมายดังกล่าว เช่น โครงการพลังงานไฟฟ้าแสงอาทิตย์จากหลังคาโรงงานซึ่งเป็นการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ไว้ทั้งในและหลังคาของโรงงาน การหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการผลิต การทำปุ๋ยจากกากน้ำเสียจากโรงงาน และการรีไซเคิลพลาสติกปนเปื้อนแทนการฝังกลบ</p>

3.5 ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการ

3.5.1 ความเสี่ยงด้านการพัฒนาบุคลากร - ด้วยเป้าหมายที่จะเป็นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลอันดับหนึ่งของโลก และเป็นผู้นำในด้านนวัตกรรมของธุรกิจอาหารทะเลของโลก บริษัทมีการขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่องในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้มีความจำเป็นต้องสร้างผู้บริหารทั้งในระดับสูงและระดับกลาง และในสายงานเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์ และนวัตกรรมเพื่อรองรับการเติบโตที่ต่อเนื่องและที่สำคัญไปกว่านั้นคือความท้าทายในการรักษาบุคลากรเหล่านั้นให้อยู่กับบริษัทอย่างยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่าจะเติบโตอย่างยั่งยืนและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ

แนวทางการดำเนินงาน - การพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะทรัพยากรบุคคลเปรียบเสมือนสินทรัพย์ที่ทรงคุณค่ามากที่สุด บริษัทมีการดำเนินงานต่อเนื่องเพื่อพัฒนาและปรับปรุงแผนการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในระยะยาว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการทางธุรกิจและการเติบโตของบริษัท โดยมีนโยบายในการพัฒนาบุคลากร คือ พนักงานทุกคนเป็นคนเก่ง มีคุณค่าต่อองค์กร และมีศักยภาพที่แตกต่างกันไป ทุกคนสร้างคุณค่าให้กับองค์กรในผลการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน แต่มีความหมาย เรามีความเชื่อว่าบุคลากรทุกคนมีความสามารถหรือมีข้อเด่นของตัวเอง ซึ่งทางบริษัทจะทำให้พนักงานทุกๆ คนรู้และช่วยให้พวกเขาสามารถนำข้อเด่นของตนเองออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับองค์กรและตัวเองได้มากที่สุด ดังนั้น ทุกคนจะได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเองและความก้าวหน้าในสายอาชีพที่สอดคล้องกับความต้องการในแต่ละคนที่แตกต่างกันไป

การพัฒนาบุคลากรในทุกๆ ระดับเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์หลักของบริษัทและเป็นพันธสัญญาของคณะผู้บริหารระดับสูง มุ่งเน้นการนำเสนอวิธีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นที่การปรับเปลี่ยนทัศนคติและวิธีการปฏิบัติงานเพื่อให้ไปสู่องค์กรที่มีมาตรฐานระดับสากล โดยผสมผสานทั้งการอบรมในห้องเรียน (Classroom training) การสอนงานและให้ข้อมูลย้อนกลับ (Coaching and giving feedback) และการประยุกต์ใช้ในงานจริง (On-the-job training: OJT) โดยการอบรมและพัฒนาประกอบไปด้วยรูปแบบต่างๆ

3.5.2 การจัดระบบการทำงาน - ปัจจุบันบริษัทได้มีการขยายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งในประเทศและต่างประเทศรวม 70 แห่ง โดยบริษัทย่อยและบริษัทร่วมแต่ละแห่งมีการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน รวมทั้งวัฒนธรรมและแนวทางการบริหารที่อาจแตกต่างกันในแต่ละประเทศ การที่บริษัทมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ความท้าทายในการบริหารจัดการเพื่อทำให้บริษัทย่อยมีแนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องและเป็นไปตามนโยบายเดียวกันทั้งกลุ่มบริษัทเป็นประเด็นที่บริษัทตระหนักและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทในภาพรวมบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

แนวทางการดำเนินงาน - บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเป็นสิ่งสำคัญเพื่อกำหนดนโยบายการดำเนินงานและเป้าหมายของกลุ่มบริษัทให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทีมผู้บริหารในบริษัทหลักทั้งในประเทศและต่างประเทศมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการประกอบธุรกิจประเภทนั้นๆ รวมทั้งมีการจัดการประชุมใหญ่กับบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งในประเทศทุกปี (TU Global Conference) เพื่อสื่อสารนโยบายรวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้บริหารระดับสูงได้ร่วมกันกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัทร่วมกัน เพื่อสร้างความเข้าใจและร่วมกันนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

3.5.3 ความเสี่ยงภายหลังการควบรวมกิจการ - ไทยยูเนียน กรุ๊ป ประสบความสำเร็จในการเข้าซื้อกิจการเชิงกลยุทธ์หลายโครงการในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา การควบรวมและเข้าซื้อกิจการเหล่านี้ช่วยให้บริษัทสามารถขยายการเติบโตทางธุรกิจไปสู่ธุรกิจปลายน้ำขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ และ/หรือขยายตลาดการขาย

ความท้าทายที่ตามมาคือการบริหารจัดการเพื่อให้ได้รับประโยชน์ตามที่คาดการณ์ไว้ภายหลังการควบรวมหรือเข้าซื้อกิจการ ธุรกิจของ ไทยยูเนียน กรุ๊ป มีอยู่ทั่วโลก และในฐานะกลุ่มบริษัทข้ามชาติ ไทยยูเนียน กรุ๊ป จึงต้องบริหารจัดการและบูรณาการธุรกิจใหม่ที่เพิ่งเข้าซื้อให้มีประสิทธิภาพ และสร้างความมั่นใจว่ากลุ่มบริษัทได้รับประโยชน์และมูลค่าเพิ่มตามที่ได้คาดการณ์ไว้

แนวทางการดำเนินงาน - ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้นำกระบวนการรวบรวมกิจการใหม่มาใช้เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถบรรลุผลประโยชน์ได้สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของการลงทุน

กระบวนการดังกล่าวมีองค์ประกอบดังนี้

1. มีโครงสร้างการกำกับดูแลด้านการบูรณาการหลังการรวบรวมกิจการ ซึ่งมีถึง 2 ชั้น เพื่อกำกับดูแลผลของการปฏิบัติตามแผนงานและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่
2. มีการติดตามความคืบหน้าการรวบรวมกิจการอย่างเป็นระบบและเข้มงวด
3. มีเครื่องมือช่วยในการติดตามงานที่ต้องส่งมอบเทียบกับแผนงานที่กำหนดไว้ เพื่อให้มั่นใจว่าปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจะถูกบ่งชี้และสื่อสารก่อนเกิดผลกระทบ

บริษัทได้ใช้กระบวนการรวบรวมกิจการนี้ กับการซื้อกิจการในปีที่ผ่านมา และจะนำไปใช้กับการรวบรวมที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอีกด้วย บริษัทมั่นใจว่าระบบดังกล่าวจะช่วยให้สามารถระบุปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ทันทั่วถึง และช่วยให้บรรลุประโยชน์สูงสุด

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทถือนโยบายการลงทุนในบริษัทที่มีผู้บริหารเป็นผู้ถือหุ้นด้วย เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่า ทีมบริหารจะสามารถดูแลและบริหารงานให้กิจการมีผลการดำเนินงานที่ดี ในขณะเดียวกัน บริษัทจะดูแลติดตามการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแผนงานประจำปี การขยายงาน และการลงทุนเพิ่มให้เป็นไปตามนโยบายเดียวกัน อีกทั้งยังมีการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบ (Audit Unit) เพื่อเข้าตรวจสอบบริษัทและบริษัทย่อย ให้มีการดำเนินงานตามนโยบายของคณะกรรมการบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบการปฏิบัติงานได้ทุกขั้นตอน สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ในหัวข้อ 9.4 การกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นอกจากนี้ ในการกำกับดูแลและบริหารงาน บริษัทแม่จะเป็นผู้กำหนดนโยบายและระบบการจัดการที่สำคัญต่างๆ โดยเฉพาะในด้านการเงินและการบัญชีเพื่อให้แนวทางบริหารจัดการกิจการบริษัทย่อยสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น มาตรฐานการบัญชี นโยบายทางการเงิน นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

3.6 ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

ความเสี่ยง	แนวทางการดำเนินงาน
<p>โรคระบาด</p> <p>เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2562 ซึ่งเป็นวันสุดท้ายของการพิจารณา รายงานประจำปีฉบับนี้ มีรายงานผู้ติดเชื้อโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ (โควิด-19) ในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน นับจากนั้นมา เชื้อไวรัสนี้ได้ระบาดไปทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั่วโลก</p> <p>ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจที่มีการดำเนินงานทั่วโลก ไทยยูเนี่ยนได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน โดยไม่มีข้อยกเว้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งห่วงโซ่อุปทานและการจัดหาผลิตภัณฑ์ของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทได้รับผลกระทบทางธุรกิจ โดยเฉพาะจากลูกค้ากลุ่มธุรกิจการให้บริการด้านอาหารในประเทศจีน และความเสี่ยงต่อสุขภาพของพนักงาน</p>	<p>โรคระบาด</p> <p>ทางบริษัทได้ติดตามสถานการณ์และประเมินความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งวันที่ 29 มกราคม 2563 จึงได้ประกาศการจำกัดการเดินทาง โดยงดการเดินทางไปยังประเทศจีนที่ไม่จำเป็น และในวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563 บริษัทได้ประกาศงดการเดินทางทั่วโลก สำหรับบริษัทย่อยในประเทศจีนก็ให้ปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาลให้พนักงานสามารถทำงานจากที่พัก</p> <p>สำหรับทุกบริษัทในกลุ่มไทยยูเนี่ยนทั่วโลกได้ออกมาตรการดูแลความสะอาดและความปลอดภัย เช่น การจัดหาเจลและสเปรย์แอลกอฮอล์เพื่อให้พนักงานทำความสะอาดมือ และส่งเสริมให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัย จากนั้นตลอดปี 2563 และจวบจนปัญหานี้จะหมดไป ก็จะมีมาตรการออกมาเพิ่มเติม เช่น การติดตั้ง</p>

	<p>เครื่องตรวจวัดอุณหภูมิมากเท่าที่จะทำได้</p> <p>ไทยยูเนียนปฏิบัติตามแนวทางขององค์การอนามัยโลกอย่างเคร่งครัด ติดตามความเคลื่อนไหวอย่างใกล้ชิด และปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับทางกฎหมายของรัฐบาลต่างๆ ในทุกประเทศที่เรามีการดำเนินงานอยู่</p>
<p>ขยะพลาสติกในท้องทะเล</p> <p>ขยะพลาสติกในท้องทะเลเป็นประเด็นระดับโลกที่มีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในไม่กี่ปีที่ผ่านมา สร้างความกังวลให้หลายฝ่ายไม่เพียงแต่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่รวมถึงลูกค้าและผู้บริโภคทั่วโลก ขยะพลาสติกในท้องทะเลอาจส่งผลกระทบต่อความอุดมสมบูรณ์ของท้องทะเล รวมทั้งส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่และสุขภาพของคนที่พักพิงท้องทะเล</p>	<p>ขยะพลาสติกในท้องทะเล</p> <p>ไทยยูเนียนได้ริเริ่มโครงการหลายโครงการเพื่อลดปริมาณขยะในทะเล และอุปกรณ์จับปลาที่ถูกทิ้งไว้ หรือสูญหายในทะเล (ALDFG) ซึ่งรวมถึงโครงการที่บริษัทได้ร่วมกับ Global Ghost Gear Initiative (GGGI) ปัจจุบันเรากำลังหาวิธีที่จะทำให้บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ของเราเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมยิ่งขึ้น และได้ประกาศพันธกิจที่จะทำให้บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัททั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ รีไซเคิล หรือย่อยสลายได้ ภายในปี 2568 นอกจากนี้เรายังมีส่วนร่วมกับการรณรงค์และชุมชนอย่างสม่ำเสมอในการลดของเสีย การรีไซเคิล และการจัดของเสียอย่างเหมาะสม</p> <p>ในปี 2562 ทีมของเราทั่วโลกได้มีส่วนร่วมในหลายโครงการที่สร้างสรรค์มาเพื่อช่วยจัดการ ขยะพลาสติกในท้องทะเล และการทิ้งขยะในแม่น้ำ โดยประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมค้าน้ำเก็บขยะ #GhostGearReborn ในประเทศไทย ซึ่งจัดร่วมกับ GGGI นอกจากนี้ เรายังได้จัดกิจกรรมทำความสะอาดชายหาดและคลองโดยทีมจากทั่วโลก รวมถึง ทีมจากทั่วยุโรป ทีมสำนักงาน John West ในสหราชอาณาจักร ไอร์แลนด์ และเนเธอร์แลนด์ ส่วนพนักงานแบรนด์ซีเล็คได้ช่วยกันทำความสะอาดบ้านเพ ชายทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย และพนักงาน Mareblu ร่วมกับจิตอาสาจาก Legambiente ในการทำความสะอาด Cascina Mulini Ascuitti ในสวน Monza</p>
<p>ข้อมูลส่วนบุคคล ความคาดหวังและกฎระเบียบที่เพิ่มขึ้น</p> <p>ข้อบังคับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งทยอยมีผลบังคับใช้ ได้แก่ มาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของยุโรป (GDPR) และข้อบังคับเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 (PDPA) ได้สร้างแรงกดดันให้กับฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศในการควบคุมและจัดการข้อมูลของทั้งกลุ่มบริษัท เนื่องจากการไม่ปฏิบัติตามข้อบังคับอาจนำมาสู่</p>	<p>ข้อมูลส่วนบุคคล ความคาดหวังและกฎระเบียบที่เพิ่มขึ้น</p> <p>บริษัทได้เตรียมเอกสารและนโยบายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มั่นใจว่าปฏิบัติตามข้อบังคับ PDPA ซึ่งจะมีผลบังคับใช้เพิ่มเติมรูปแบบในเดือนพฤษภาคม ปี 2563 ดังนั้น จึงได้ศึกษาผลกระทบของ PDPA ในแง่ของการบังคับใช้นี้ โดยได้เตรียมเอกสารและนโยบายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เป็นไปตามที่ข้อบังคับกำหนดไว้</p> <p>การปฏิบัติตาม GDPR ซึ่งมีผลบังคับใช้ในปี 2561 เป็นสิ่งที่เราต้อง</p>

<p>ความเสียหายต่อชื่อเสียง การถูกปรับ และการดำเนินคดีทางอาญา</p>	<p>ทำอย่างต่อเนื่องในระดับต่างๆ ภายในไทยยูเนียนกรุ๊ป โดยเน้นไปที่บริษัทย่อยในยุโรป:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ได้ทำการประเมินภายในเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ถือสัญชาติยุโรปที่มีโอกาสถูกเก็บรวบรวมและนำข้อมูลไปใช้ • ได้ออกมาตรการที่เกี่ยวข้องและดำเนินการการปฏิบัติที่ถูกต้อง • กลุ่มบริษัทได้ทบทวนนโยบายและขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและออกมาตรการควบคุมกระบวนการทางธุรกิจและทางเทคนิคเพิ่มเติมเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลส่วนบุคคลนี้ได้รับการคุ้มครอง <p>นอกจากนี้ ยังได้ให้บริษัทที่ปรึกษาและตรวจสอบซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มาดำเนินการวิเคราะห์ช่องว่างขององค์การ (Gap Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงปลอดภัยทางไซเบอร์ของไทยยูเนียน และได้ปรับปรุงการคุ้มครองและรักษาข้อมูล สารสนเทศ และทรัพย์สินของไทยยูเนียนทั่วโลก</p>
--	--

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 บริษัทและบริษัทย่อย มีทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจรวมกันทุกบริษัท ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1) ที่ดิน และส่วนปรับปรุงที่ดิน		2,908.16	
- บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป รวม 753 ไร่ จังหวัดสมุทรสาคร เพชรบุรี ปราจีนบุรี และพังงา	เป็นเจ้าของ		ไม่มี
- บจ. ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม รวม 125 ไร่ จังหวัดกรุงเทพฯ และสมุทรสาคร	เป็นเจ้าของ		ไม่มี
- บมจ. สงขลาแคนนิ่ง รวม 83 ไร่ จังหวัดสงขลา	เป็นเจ้าของ		ไม่มี
- บจ. ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์ รวม 131 ไร่ จังหวัดสมุทรสาคร และสงขลา	เป็นเจ้าของ		ไม่มี
- กลุ่มบริษัท บมจ. แพ็คฟู้ด รวม 112 ไร่ จังหวัดกรุงเทพฯ นครศรีธรรมราช และสมุทรสาคร	เป็นเจ้าของ		ค้ำประกันเงิน กู้ยืมบางส่วน
- บจ. ไทยยูเนี่ยน ซีฟู้ด รวม 88 ไร่ จังหวัดสงขลา	เป็นเจ้าของ		ไม่มี
- บจ. เอเซียเนแปซิฟิกแคน รวม 96 ไร่ จังหวัดสมุทรสาคร	เป็นเจ้าของ		ไม่มี
- บจ. ไทยยูเนี่ยน กราฟฟิกส์ รวม 4 ไร่ จังหวัดกรุงเทพฯ	เป็นเจ้าของ		ไม่มี
- กลุ่มบริษัท ไทยยูเนี่ยน นอร์ท อเมริกา ประเทศสหรัฐอเมริกา	เป็นเจ้าของ		ไม่มี
- กลุ่มบริษัท ไทยยูเนี่ยน อินเวสต์เมนต์ โฮลดิ้ง สหภาพยุโรป	เป็นเจ้าของ		ไม่มี
2) อาคารโรงงานและส่วนปรับปรุงอาคาร	เป็นเจ้าของ	9,477.67	ไม่มี
3) ห้องเย็น เครื่องจักร และอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	9,950.62	ไม่มี
4) เครื่องใช้เครื่องตกแต่ง และอุปกรณ์สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	424.31	ไม่มี
5) ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	301.63	ไม่มี
6) สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง		2,847.49	
รวมมูลค่าสุทธิตามบัญชี		25,909.88	

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

- บริษัทและบริษัทย่อยมียอดคงเหลือของสินทรัพย์สิทธิการใช้ โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีเป็นจำนวนเงิน 1,526.48 ล้านบาท (2561: 1,838.47 ล้านบาท)
- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของบริษัทย่อยในต่างประเทศ จำนวนรวม 366.64 ล้านบาท (2561 : จำนวน 612.37 ล้านบาท) ได้นำไปจดจำนองไว้กับสถาบันการเงินเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน
- บริษัทและบริษัทย่อยมีที่ดินที่ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงาน 2 แห่ง ได้แก่ ที่ดินที่จังหวัดเพชรบุรี และที่จังหวัดปราจีนบุรี

นอกจากนี้ บริษัทและบริษัทย่อยยังมีทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน ได้แก่ เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และสิทธิบัตรต่างๆ ประกอบด้วย

- เครื่องหมายการค้า ซีเล็ค (Sealect) ไม่ได้บันทึกมูลค่า เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ยื่นขอจดทะเบียนลิขสิทธิ์ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา
- เครื่องหมายการค้า ฟิชโซ (Fisbo) ไม่ได้บันทึกมูลค่า เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ยื่นขอจดทะเบียนลิขสิทธิ์ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา
- Chicken of the Sea, CI Seafoods และ XCELLENT เป็นเครื่องหมายการค้าที่ประเทศสหรัฐอเมริกา มูลค่าสุทธิ 616.85 ล้านบาท
- โปรฟีด ซีฟีด และแอควาฟีด เป็นเครื่องหมายการค้า ซึ่งซื้อจากผู้ผลิตเดิม ตัดจำหน่ายสะสมแล้วคงเหลือมูลค่าสุทธิ 1.07 ล้านบาท
- ไทยยูเนียนฟีด เอฟซีอาร์ ไชนู ไฮฟีด และนานามิ ไม่ได้บันทึกมูลค่าเนื่องจากบริษัทเป็นผู้ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา
- John West, Petit Navire, Mareblu, H.Parmentier, King Oscar, Les Pecheries de Chez Nous และ Hawesta เป็นเครื่องหมายการค้าในประเทศแถบยุโรป หลังการตัดจำหน่ายแล้วคงเหลือมูลค่าสุทธิ 11,929.00 ล้านบาท
- ค่าโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการดำเนินงานในกลุ่มบริษัท หลังการตัดจำหน่ายแล้ว คงเหลือมูลค่าสุทธิ 1,625.71 ล้านบาท

กรณีที่เครื่องหมายการค้าต่างๆ ภายในประเทศหมดอายุ บริษัทจะขอต่ออายุกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

4.2 นโยบายการลงทุนและการบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

- ลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักที่บริษัทดำเนินการอยู่ เช่น ธุรกิจบรรจุภัณฑ์
- ลงทุนในธุรกิจที่บริษัทมีความเข้าใจและสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว
- ลงทุนในธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนัก ซึ่งจะไม่กระทบกระเทือนถึงบริษัทจดทะเบียน
- ลงทุนในธุรกิจที่ผู้ร่วมทุนมีส่วนร่วมในการบริหาร ไม่ใช่เป็นเพียงผู้ถือหุ้นเท่านั้น
- ลงทุนในธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนคืนภายในเวลา 4 ปี

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทหรือบริษัทย่อยมีหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นจากการถูกฟ้องร้อง ซึ่งฝ่ายบริหารได้ใช้ดุลยพินิจในการประเมินผลของคดีที่ถูกฟ้องแล้วและเชื่อมั่นว่าจะไม่มีค่าความเสียหายเกิดขึ้น หรือมีผลกระทบด้านลบต่อทรัพย์สินของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของเจ้าของแต่อย่างใด โดยมีคดีฟ้องร้องที่สำคัญ ได้แก่

Tri-Union Seafoods LLC (Tri-U)

เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 Tri-Union Seafoods LLC (Tri-U) ได้รับหมายเรียกจากกระทรวงยุติธรรมของประเทศไทย (United States Department of Justice หรือ “DOJ”) เพื่อให้ข้อมูลในการสอบสวนการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าในอุตสาหกรรมอาหารทะเลบรรจุภาชนะปิดผนึก โดย Tri-U ได้ให้ความร่วมมือกับรัฐบาลอย่างเต็มที่ รวมถึงการมอบเอกสารและหลักฐานอื่นตามหมายเรียก ทั้งนี้ Tri-U ได้รับการผ่อนผันแบบมีเงื่อนไข (Conditional Leniency Program) ซึ่งสถานะการผ่อนผันแบบมีเงื่อนไขดังกล่าวหมายความว่า หากทาง Tri-U และผู้บริหารหรือพนักงานของ Tri-U ให้ความร่วมมือในขั้นตอนของการสอบสวนจะไม่ถูกดำเนินคดีหรือถูกเรียกให้ต้องชำระค่าปรับ ปัจจุบันการสอบสวนดังกล่าวยังอยู่ระหว่างการดำเนินการ

นอกจากนี้ Tri-U ได้ถูกฟ้องเป็นจำเลยในคดีแพ่งหลายคดีทั้งที่ถูกดำเนินคดีแบบกลุ่มและที่ถูกฟ้องร้องโดยตรง ซึ่งโจทก์ ได้แก่ ร้านค้าปลีก ร้านขายของชำ และลูกค้าหลายรายที่อ้างว่าซื้ออาหารทะเลบรรจุภาชนะปิดผนึกจาก Tri-U และจำเลยร่วม คำฟ้องคดีแพ่งดังกล่าวได้ระบุเรื่องการร่วมกันกำหนด เพิ่ม คงไว้ซึ่งราคา และ/หรือ ทำให้ราคาของอาหารทะเลบรรจุภาชนะปิดผนึกในประเทศไทยสูงขึ้นซึ่งฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้ามาตรา 1 และ 3 ภายใต้กฎหมายป้องกันการผูกขาด (Sherman Antitrust Act) (15 U.S.C. §§ 1, 3) และละเมิดกฎหมายป้องกันการผูกขาดทางการค้า การคุ้มครองผู้บริโภค การประกอบการค้าที่ไม่เท่าเทียม และการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของประเทศไทย โดยโจทก์มีการเรียกค่าชดเชยในความเสียหายดังกล่าว

ระหว่างไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2561 Tri-U ได้ซื้อสรุปสำหรับข้อเรียกร้องทางแพ่งเกี่ยวกับการป้องกันการผูกขาดกับหนึ่งในลูกค้าปลีกรายใหญ่ที่สุด โดย Tri-U ได้มีการจ่ายชำระเงินและจะมีการเข้าร่วมโครงการความร่วมมือต่าง ๆ และนโยบายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกัน รวมถึงการเปิดตัวผลิตภัณฑ์นวัตกรรมผ่านร้านค้าปลีกดังกล่าว นอกจากนี้ Tri-U ยังได้บรรลุข้อตกลงที่จะจ่ายชำระข้อเรียกร้องให้แก่กลุ่มผู้ค้าปลีกต่าง ๆ จากข้อตกลงในสัญญาดังกล่าว Tri-U ได้ประมาณการจำนวนที่จะต้องชำระทั้งหมดสำหรับคดีแพ่งซึ่งได้ถูกรับรู้ในระหว่างไตรมาสสองเป็นจำนวน 42.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

John West Foods Limited (JWF)

เมื่อวันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2561 JWF ได้รับแจ้งเกี่ยวกับแผนเพื่อการดำเนินการของสำนักงานอัยการแห่งสหราชอาณาจักร (UK Crown Prosecution Service) ในการดำเนินคดีต่อ JWF บนข้อกล่าวอ้างว่ากระทำความผิดเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการทำประมงที่ผิดกฎหมาย ขาดการรายงาน และไร้การควบคุม (IUU fishing) อันเนื่องมาจากการนำเข้าปลาจากประเทศกานาในช่วงระยะเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2555 ถึง ปีพ.ศ. 2557 โดยการพิจารณาคดีนัดแรกมีขึ้นเมื่อวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2561 ณ ศาลมาจิสเตรท (Magistrate court) ไทน์แอนด์แวร์ (Tyne & Wear) ขณะนี้ JWF อยู่ระหว่างการต่อสู้คดี และยังไม่สามารถคาดการณ์ความเป็นไปได้ในผลของคดีดังกล่าว

นอกจากนี้ บริษัทย่อยบางแห่งในกลุ่มบริษัท Thai Union Europe อยู่ระหว่างการตรวจสอบโดยหน่วยงานจัดเก็บภาษี โดยบริษัทย่อยได้ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบ ซึ่งผลจากการตรวจสอบยังไม่เป็นที่สรุป อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารคาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อกลุ่มบริษัทอย่างเป็นสาระสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัท ไทยยูเนียน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตและส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งและบรรจุกระป๋อง โดยมี

- สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 72/1 หมู่ 7 ถนนเศรษฐกิจ 1 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โทรศัพท์ 66(0) 3481-6500 โทรสาร 66(0) 3481-6499
- สำนักงานกรุงเทพฯ ตั้งอยู่เลขที่ 979/12 ชั้นเอ็ม อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์ ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 66(0) 2298-0024 โทรสาร 66(0) 2298-0443
- ฝ่ายสื่อสารองค์กร e-mail address : tu_corporate@thaiunion.com
- ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ e-mail address : ir@thaiunion.com
- สำนักเลขานุการบริษัท e-mail address : cg_ethics@thaiunion.com
- เว็บไซต์ www.thaiunion.com
- ทะเบียนบริษัทและเลขประจำตัวผู้เสียภาษี เลขที่ 0107537000891

ณ ปัจจุบัน 31 มกราคม 2563 บริษัทมีทุนจดทะเบียน 1,492,953,874 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 5,971,815,496 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท และมีทุนชำระแล้ว เท่ากับ 1,192,953,874 บาท

บุคคลอ้างอิง

- นายทะเบียนหุ้นสามัญ บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ชั้น 14 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง
เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ +66(0) 2009-9000
โทรสาร +66(0) 2009-9992
- นายทะเบียนหุ้นกู้
หุ้นกู้ปี 2554 ชุดที่ 1-3 : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
หุ้นกู้ปี 2557 ครั้งที่ 1 ชุดที่ 1-4 : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
หุ้นกู้ปี 2557 ครั้งที่ 2 ชุดที่ 1-2 : ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
หุ้นกู้ปี 2559 ครั้งที่ 1 : ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
หุ้นกู้ปี 2559 ครั้งที่ 2 ชุดที่ 1-3 : ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
หุ้นกู้ปี 2560 ครั้งที่ 1 ชุดที่ 1-4 : ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
หุ้นกู้ปี 2562 ครั้งที่ 1 ชุดที่ 1-2 : ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
หุ้นกู้ปี 2562 “หุ้นกู้ด้อยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายทุน” : ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

- ผู้สอบบัญชี

นายพงษ์วิ รัตนโกเศศ

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 7795 หรือ

นายชาญชัย ชัยประสิทธิ์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 3760 หรือ

นางสาวอมรรรัตน์ เพิ่มพูนวัฒนาสุข

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4599

บริษัท ไพรัชวอเตอร์เฮาส์เพอร์ส เอพีเอส จำกัด

เลขที่ 179/74 - 80 อาคารบางกอกซีดีทาวเวอร์ ชั้น 15

ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ +66(0) 2344-1000

โทรสาร +66(0) 2286-5050

- ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ: ไม่มี

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

บริษัท ไม่มีข้อมูลอื่นใดที่อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ หากบริษัทเห็นว่า มีข้อมูลอื่นที่จำเป็นซึ่งเป็นประโยชน์หรืออาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ หรือเพื่อความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ลงทุนทุกกลุ่ม บริษัทจะดำเนินการเปิดเผยข้อมูลให้ถูกต้องและครบถ้วนโดยทันที เพื่อให้ผู้ลงทุนสามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวประกอบการตัดสินใจลงทุน ทั้งทางระบบของตลาดหลักทรัพย์ฯ และเว็บไซต์ของบริษัท