



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



1 นโยบายและภาพรวมของการประกอบธุรกิจ

บริษัท ห้างเย็นโชติวัฒน์หาดีใหญ่ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจมากกว่า 40 ปี ตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้หลักบรรษัทภิบาลที่ดีก่อตั้งในปี 2521 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการผลิตอาหารทะเลแช่แข็งเพื่อการส่งออกประเภทกุ้งและหมึกแช่แข็ง ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 75 ล้านบาทชำระเต็มมูลค่า 75 ล้านบาท แบ่งเป็น 7.5 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยมีสำนักงานใหญ่โรงงานแห่งที่ 1 ตั้งอยู่เลขที่ 4/2 หมู่ที่ 3 ถนนสายเอเชีย 43 ตำบลนาหม่อม อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา 90310

และสาขาโรงงานแห่งที่ 2 ตั้งอยู่เลขที่ 55/83 ชั้น 2 หมู่ที่ 6 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 ประกอบกิจการผลิตอาหารทะเลแช่แข็งเพื่อการส่งออกประเภทกุ้งและหมึก

บริษัทฯ มีบริษัทย่อย คือ บริษัท เทพพิทักษ์ซีฟู้ดส์ จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 371 ถนนนาเกลือ ตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ประกอบธุรกิจจำหน่ายอาหารทะเลแช่แข็งเพื่อการส่งออกประเภทหมึก และย้ายมาดำเนินการด้านการจำหน่าย ณ โรงงานแห่งที่ 1

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังถือหุ้นในบริษัทร่วมอีก 1 แห่ง คือ Kiang Huat Seagull Trading Frozen Food Sdn. Bhd., ตั้งอยู่ในรัฐซาบารุ ประเทศมาเลเซีย ประกอบธุรกิจผลิตอาหารทะเลแช่แข็งเพื่อการส่งออก

1.1 วิสัยทัศน์, กลยุทธ์, ค่านิยม และเป้าหมายองค์กร

บริษัท ห้างเย็นโชติวัฒน์หาดีใหญ่ จำกัด (มหาชน) และบริษัทร่วมฯ ประกอบกิจการผลิตอาหารทะเล แช่แข็งเพื่อการส่งออกไปยังตลาดต่างๆ ทั่วโลก เช่น ญี่ปุ่น ยุโรป และสหรัฐอเมริกา ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ เช่น SEA KING, SEA CHAMPION, SEA FLOWER, MERMAID เป็นต้น

เพื่่มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมีความยั่งยืนในธุรกิจผลิตและส่งออกอาหารทะเลแช่แข็ง ในเดือนธันวาคม ปี 2563 บริษัทฯ จึงได้ทบทวนและกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ ค่านิยมองค์กร นโยบายการดำเนินงาน และเป้าหมายองค์กร ดังนี้

วิสัยทัศน์

KST คัดสรรอาหารค้ำค่า น่าเชื่อถือ

(KST provides reliable and valued food)



กลยุทธ์

1. หาพันธมิตรทางการค้าที่มีศักยภาพทั้งด้านการผลิตและการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
2. ส่งเสริมนวัตกรรมและงานวิจัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
3. พร้อมปรับตัวเพื่อรับการเปลี่ยนแปลง

ค่านิยมองค์กร

“พัฒนาความรู้คู่ทักษะ ซื่อสัตย์สุจริต ทำงานเป็นระบบ ประสพผลสำเร็จด้วย-
ทีมงาน”

(Knowledge, Skill, Integrity, Systematic Approach and Teamwork)

นโยบายการดำเนินงาน (Operation Policy)

1. มุ่งเน้นความสำคัญที่ลูกค้า ด้วยการสร้าง “ความสัมพันธ์และความประทับใจ” ด้วยระบบการจัดการและระบบสารสนเทศที่เป็นมาตรฐานสากลให้กับลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งลูกค้าภายนอกและลูกค้าภายใน โดยที่ลูกค้าภายนอกคือผู้ที่ซื้อสินค้าจากเรา ผู้มีส่วนได้เสีย และลูกค้าภายในคือผู้ที่อยู่ในองค์กรและรับงานต่อจากเรา

(We will focus on all customers by creating a "relationship and impression" using international management and information systems standard with current and future customers, both internal and external. External customers are people who buy products from us and stakeholders, and internal customers who are in the organization and the work next to us.)

2. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มพันธมิตรด้านการผลิตและการตลาด โดยนำระบบมาตรฐานการจัดการ การบริหารจัดการความเสี่ยง นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้อย่างเหมาะสม ประยุกต์ด้วยลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต เพิ่มประสิทธิภาพ เพิ่มช่องทางการจำหน่าย และพัฒนาสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม



(We aim to increase competitiveness, production and marketing alliances by implementing appropriate management systems, risk management, innovation, and technology with the goal of reducing costs, increasing productivity and increasing efficiency. We also aim to increase distribution channels and develop value-added products.)

3. ยึดถือหลักคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจและปฏิบัติงานภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการบริษัทฯ โดยปฏิบัติตามแนวทางและวิธีปฏิบัติที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ วิธีการและมาตรฐาน ที่หน่วยงานกำกับดูแลกำหนดไว้ และที่สากลยึดถือ

(Integrity and transparency in business operations by operating in accordance with corporate governance policies by following the guidelines and established practices and complying with the laws, regulations, procedures, and standards as specified by the applicable regulatory authorities as well as relevant international standards.)

4. นำระบบการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดอื่นๆ ตามมาตรฐานสากล รวมทั้ง บริหารจัดการปัญหาที่มีนัยสำคัญในเชิงรุก และส่งเสริมให้พนักงานและผู้มีส่วนร่วม มีความตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการอบรม การเรียนรู้ และการนำวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศมาใช้

(Implement environmentally friendly production systems that comply with laws, regulations and other requirements in accordance with international standards. This includes significant proactive management and encouraging staff and other stakeholders to be aware of their environmental impact through training, learning and applying best practices.)

5. พัฒนาระบบการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีให้สอดคล้องกับกฎหมาย มาตรฐานสากล และข้อกำหนดอื่นๆ เพื่อสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในการทำงานให้กับพนักงาน คู่ธุรกิจ ผู้รับเหมา ผู้ติดต่อหรือมาปฏิบัติงานภายในบริษัทฯ และส่งเสริมให้ เกิดการตระหนักถึงความสำคัญของการป้องกัน และประเมินความเสี่ยงของอันตรายต่างๆ ผ่านการอบรมให้ความรู้ สร้างจิตสำนึกให้พนักงานทุกระดับ รวมถึงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ



(Develop occupational health and safety standards, and working environment systems in accordance with international standards, laws and other requirements. The goal is to maintain a safe environment for employees, business partners, contractors, and visitors to our company by encouraging awareness of the importance of prevention. We also aim to access the risk of hazards through training of employees at all levels, and by continuously and consistently evaluating our efforts.)

6. พัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง และสนับสนุนให้พนักงานเติบโตในหน้าที่การงานตามความรู้ความสามารถด้วยการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ รวมถึงบริหารจัดการระบบค่าตอบแทน รวมทั้งสวัสดิการต่างๆอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานและความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนให้กับบริษัท

(Continuously develop skills of employees at all levels and encourage them to grow in their knowledge and ability in accordance with a systematic knowledge management including managing compensation and welfare appropriately and fairly. Together to create jobs and sustainable growth for the company.

เป้าหมายองค์กร

เป้าหมายองค์กร ในระยะเวลา 3 ปี คือปี 2562 ถึง 2564 บริษัทฯกำหนดเป้าหมายองค์กร คือ “เพิ่มอัตราการเติบโตของยอดขายขึ้นร้อยละ 10 ถึง 15 (10-15%) ของแต่ละปี

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในปี 2563 บริษัทฯได้เปิดสาขาแห่งใหม่ที่ ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากบริษัทฯจะได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนหลักต่อหน่วยลดลง เพิ่มความหลากหลายของสินค้า รวมถึงสินค้ามูลค่าเพิ่ม (Value added) การได้เปรียบในเรื่องการขนส่ง (Logistic) จากเดิมที่ส่งออกจากท่าเรือสงขลา เปลี่ยนเป็นส่งออกจากท่าเรือแหลมฉบัง



- วัตถุประสงค์หลัก

ในปี 2563 ปริมาณการเพาะเลี้ยงกุ้งน้อยกว่าปี 2562 เล็กน้อย เนื่องจากเกษตรกรขาดความเชื่อมั่นในตลาดเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์โรคระบาดดังกล่าวส่งผลให้ความต้องการในตลาดลดลงด้วย ดังนั้นบริษัทจึงได้ปรับกลยุทธ์การซื้อวัตถุดิบช่วงที่ราคาลดลง เพื่อรองรับในช่วงที่วัตถุดิบขาดแคลนและเพื่อให้ได้ต้นทุนวัตถุดิบที่สามารถแข่งขันได้ บริษัทจึงได้ซื้อวัตถุดิบเก็บเข้ามาเป็นสต็อก (Stock)

- การขายและตลาด

ในปี 2563 ไตรมาส 2 เป็นต้นมา เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อธุรกิจผู้ให้บริการอาหารทำให้ยอดขายของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์กุ้ง และหมึกแช่แข็งปรับลดลง โดยเฉพาะกลุ่มตลาดหลักคือ ญี่ปุ่น และยุโรป ดังนั้นทางบริษัทจึงได้กระจายความเสี่ยงและปรับตัวให้เข้ากับ สถานการณ์รูปแบบใหม่ (New Normal) โดยการมุ่งเน้นการผลิตกลุ่มผลิตภัณฑ์รองได้แก่ กุ้งเป็นต้ม และกุ้งเป็นดิบ และขยายตลาดไปยังประเทศเกาหลี จีน ไต้หวัน และออสเตรเลีย รวมถึงพัฒนากลุ่มสินค้ากุ้งเป็นต้มส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่น เพื่อฟื้นฟูยอดขายของตลาดหลักโดยเปลี่ยนกลุ่ม (End customer) จากการจัดจำหน่ายไปยังร้านค้า ร้านอาหารต่างๆ เป็นการส่งสินค้าที่ซัพพลายเออร์ทำให้เกิดให้ผู้บริโภคโดยตรงในส่วนของการรวมวิธีการผลิตบริษัทมีการพัฒนาต่อเนื่องเพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนด้านแรงงานโดยนำเครื่องจักรเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความเสถียรของการทำงานมากขึ้น

- การลงทุน

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการผลิตและการปฏิบัติงาน บริษัทได้ลงทุนด้านเครื่องจักรและด้านเทคโนโลยีต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. เครื่องปั๊มกล่องอัตโนมัติ เพื่อลดจำนวนพนักงานและลดค่าใช้จ่ายของการทำงานล่วงเวลาสามารถนำพนักงานไปปฏิบัติหน้าที่ในส่วนอื่นๆ ต่อไป
2. ปั๊มส่งจ่ายน้ำแบบ Automatic Booster Inverter Pump ใช้ในไลน์ผลิตสามารถควบคุมแรงดันน้ำได้คงที่
3. ระบบบาร์โคดแผนกคลังสินค้า ทำให้การตรวจนับสินค้าและทราบจำนวนสินค้าคงเหลือแม่นยำมากยิ่งขึ้น



4. ระบบโทรศัพท์ดิจิทัลแบบ Voice Over Internet Protocol (VOIP) เป็นระบบการส่งสัญญาณการโทรผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแทนการใช้ระบบโทรศัพท์แบบเดิม ช่วยประหยัดค่าโทรศัพท์ได้มากขึ้น
5. เปลี่ยนสายแลน(UTP) เปลี่ยนเป็นสายรับสัญญาณไฟเบอร์ออฟติก ทำให้การส่งข้อมูลภายในองค์กรมีความเสถียรและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
6. ปรับปรุงแสงสว่างพื้นที่สำหรับซ่อมคอยล์เย็นและระบบแฉ่งเหตุฉุกเฉินภายในห้องเก็บ เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำงาน, เพิ่มความปลอดภัยในการซ่อมบำรุงคอยล์เย็น และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบแฉ่งเหตุฉุกเฉินภายในห้องเก็บ
7. ปรับปรุงระบบทำความเย็นในการควบคุมอุณหภูมิห้องเก็บ ทำให้ระบบความเย็นมีความคงที่มากยิ่งขึ้น

- การดำเนินการด้านบริหาร

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) บริษัทฯได้เพิ่มมาตรการและมาตรฐานที่การันตีถึงความปลอดภัย ดังต่อไปนี้

- การคัดกรองพนักงานและผู้เยี่ยมชมก่อนเข้าพื้นที่ผลิต

1. ตรวจสอบประวัติ โดยต้องไม่เคยเดินทางไปในพื้นที่เสี่ยงอย่างน้อย 14 วันก่อนเข้าโรงงาน เก็บบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร
2. ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย ต้องไม่เกิน 37.5 °C
3. ล้างมือด้วยสบู่และฆ่าเชื้อด้วยแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพื้นที่ผลิตและตามรอบเวลาที่เหมาะสมระหว่างผลิต
4. มีกฎบังคับให้ทุกคนสวมหน้ากากอนามัย
5. สวมอุปกรณ์และชุดป้องกันที่สะอาด เช่น เสื้อคลุม หมวกหรือเน็ตคลุมผม รองเท้าบูทหรือถุงครอบรองเท้า ถุงมือ เป็นต้น
6. มีพนักงานใช้ลูกกลิ้งชุดตามร่างกาย ป้องกันการหลุดลอกของสิ่งแปลกปลอม เช่น เส้นผม ที่อาจติดอยู่บนเสื้อคลุมและหมวก
7. เดินลุยบ่อน้ำผสมคลอรีนเพื่อฆ่าเชื้อบนรองเท้าบูท

- การควบคุมกระบวนการผลิต

1. พนักงานทุกคนได้รับการอบรมเรื่อง GMP จึงมีสุขลักษณะในการผลิตที่ดี
2. พนักงานทุกคนต้องล้างมือและฆ่าเชื้อด้วยแอลกอฮอล์ในระหว่างการผลิตตามรอบเวลาที่กำหนด
3. ล้างวัสดุ อุปกรณ์ และพื้นที่ผลิตด้วยน้ำยาทำความสะอาด ตามด้วยสารฆ่าเชื้อตามรอบเวลาที่กำหนด



4. ปรับปรุงกฎหมายในพื้นที่ผลิตให้เหมาะสม
 5. น้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิตต้องได้มาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด
 6. จำกัดการเข้าแผนกที่มีความเสี่ยงต่อการปนเปื้อน เฉพาะบุคคลที่ได้รับอนุญาต
 7. ไม่อนุญาตให้ผู้เยี่ยมชมที่เข้าไปในพื้นที่การผลิต สัมผัสอาหารหรือวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ
 8. ต้องมีเจ้าหน้าที่โรงงานติดตามผู้เยี่ยมชมตลอดเวลาที่อยู่ในพื้นที่ผลิต
- เตรียมแผนการรับมือและการฟื้นฟูกรณีพบพนักงานติดเชื้อ
1. การจัดการพนักงาน
 - ให้พนักงานที่ติดเชื้อปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์ (กักตัวเองในที่พักหรือรักษาในโรงพยาบาล) ตามขั้นตอนที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด
 - รักษาข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน
 - บุคลากรที่ใกล้ชิดกับพนักงานผู้นั้นให้หยุดพักกักตัว 14 วัน เพื่อเฝ้าระวังอาการและติดตามผล
 2. การจัดการพื้นที่และอุปกรณ์การผลิต
 - สำรวจเส้นทางและพื้นที่ที่พนักงานผู้นั้นเข้าไป
 - กั้นพื้นที่ ห้ามพนักงานที่ไม่เกี่ยวข้องเข้าไปโดยเด็ดขาด
 - ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อพื้นที่และอุปกรณ์ทุกชิ้นที่พนักงานผู้นั้นสัมผัส
 - จัดให้มีชุดและอุปกรณ์ป้องกันขณะปฏิบัติงานสำหรับพนักงานทำความสะอาด
- มาตรการป้องกันในโรงงาน รับมือสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
1. เพิ่มมาตรการคัดกรองพนักงานและผู้เยี่ยมชมก่อนเข้าพื้นที่โรงงานและฝ่ายผลิตอย่างเข้มข้น
 2. เข้มงวดเรื่องทำความสะอาดและฆ่าเชื้อพื้นที่ผลิตและวัสดุ อุปกรณ์ รวมถึงจำกัดพื้นที่สัญจรภายในโรงงาน
 3. อบรมพนักงานทุกระดับถึงวิธีการป้องกันตนเองและสังคมไม่ให้ติดเชื้อ และดูแลตัวเองเมื่อมีอาการป่วย



- บริษัทฯ ขอรับรองเพื่อรับการทบทวนสถานภาพผู้ส่งออกระดับมาตรฐาน AEO (Authorized Economic Operator) กับกรมศุลกากร และได้รับอนุมัติสถานภาพเป็นผู้ประกอบการผู้นำเข้าผู้ส่งออกระดับมาตรฐานเออีโอ จากกรมศุลกากร (AEO Reference) ในระดับที่ 150 ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2563 และมีอายุ 3 ปีนับจากวันที่ได้รับรองเป็นต้นไป

ในรายละเอียดการดำเนินการ ทบทวนและกำหนดนโยบายรักษาความปลอดภัยตามมาตรฐาน AEO บริษัทฯ ได้ระบุแนวทางในการปฏิบัติงานและดำรงไว้ซึ่งระบบการรักษาความปลอดภัยของผู้ส่งออกระดับมาตรฐาน AEO (Authorized Economic Operator) ที่กำหนดขึ้นโดยองค์การศุลกากรโลก WCO (World Customs Organization) เพื่อป้องกันการฉ้อโกงและการก่อการร้าย ในการจัดส่งสินค้า และเพื่อป้องกันมิให้มีการปลอมปน สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด วัตถุระเบิด วัตถุชีวภาพ และเชื้อโรค ปะปนไปกับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่มีการส่งออกไปยังต่างประเทศ

- บริษัทฯ เข้าร่วมการประกาศเจตนารมณ์เป็นแนวร่วมปฏิบัติเพื่อขอเข้ารับรองใน “โครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต” ในวันที่ 15 สิงหาคม 2561 บริษัทฯ ได้ทบทวนและประกาศนโยบายเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต คอรัปชั่นรวมถึงห้ามจ่ายสินบนเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัทฯ อีกทั้งได้จัดทำกระบวนการในการประเมินความเสี่ยงจากการทุจริตคอรัปชั่น กำหนดแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลและควบคุมดูแลเพื่อป้องกันและติดตามความเสี่ยง นอกจากนี้ได้กำหนดแนวทางในการติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอรัปชั่น พร้อมจัดให้มีการฝึกอบรมแก่พนักงานเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตคอรัปชั่นของบริษัทฯ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ส่งแบบประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านการคอรัปชั่น 71 ข้อซึ่งกำหนดโดย สมาคมส่งเสริมกรรมการไทย (IOD) ไปยังสมาคมส่งเสริมกรรมการไทย (IOD) ในวันที่ 6 ธันวาคม 2562 เพื่อขอรับการตรวจรับรอง และบริษัทฯ ได้รับประกาศรับรอง ลงวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2563 โดยรับรองดังกล่าวมีอายุ 3 ปี

- บริษัทฯ ได้มีการทบทวนและจัดตั้งองค์กรใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลหลักการทำงาน และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายแผนธุรกิจ

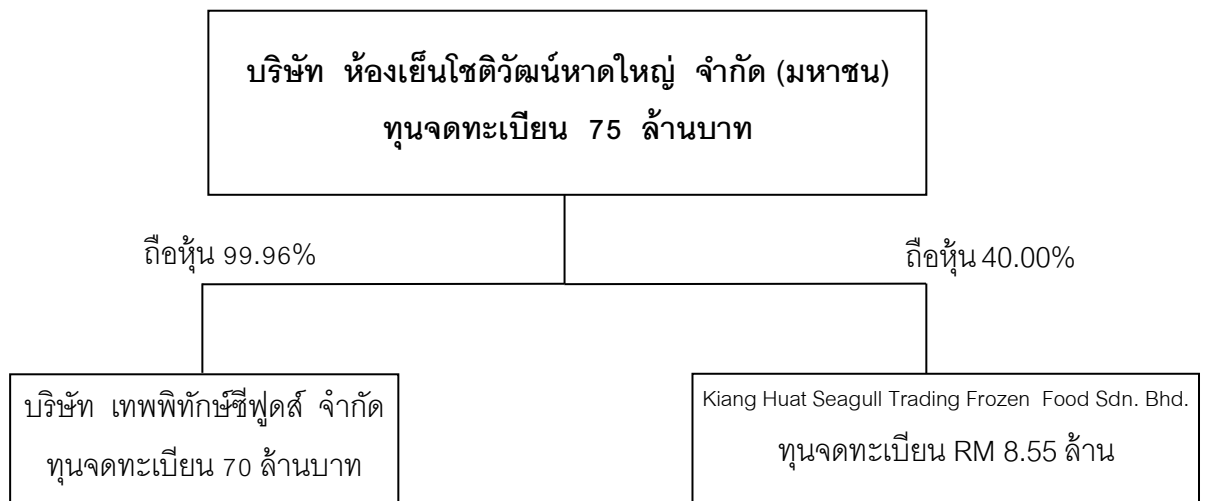
คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้พิจารณาทบทวน อัตราค่าตอบแทนของกรรมการบริษัทฯ และกรรมการอิสระประจำปี 2563 เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทฯ และที่ประชุมผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ยังได้เสนอหลักเกณฑ์และวิธีการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนกรรมการและกรรมการผู้จัดการ ตลอดจนได้เสนอวิธีการและแบบประเมินผลตนเองของคณะกรรมการและกรรมการผู้จัดการเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับบริษัทฯ ด้วย



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ

บริษัทร่วมของบริษัทฯ คือ Kiang Huat Seagull Trading Frozen Food Sdn. Bhd., ในรัฐซาบารุ ประเทศมาเลเซีย ดำเนินธุรกิจเช่นเดียวกับบริษัทฯ คือ ผลิตกุ้งแช่แข็งเพื่อการส่งออกไปยัง ออสเตรเลีย, ยุโรป และสหรัฐอเมริกา

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วมฯ ดังแสดงในแผนภูมิข้างล่างนี้



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัท ห้างเย็นโชติวัฒน์หาดีใหญ่ จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อยและบริษัทร่วมฯ มีความเป็นอิสระในด้านการบริหารงาน โดยคณะกรรมการของบริษัทฯ บริษัทย่อยและบริษัทร่วมฯจะเป็นผู้กำหนดนโยบายการดำเนินงาน และให้ฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการเป็นผู้ปฏิบัติตามนโยบายต่างๆ ที่กำหนดขึ้น ที่ผ่านมามีการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ บริษัทย่อยและบริษัทร่วมฯไม่ได้มีความสัมพันธ์หรือส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ในปัจจุบันบริษัทฯมีการกำหนดนโยบายการทำรายงานที่เกี่ยวข้องกันเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ของธุรกิจเปรียบเทียบย้อนหลัง 3 ปี

สายผลิตภัณฑ์	ดำเนินการ โดย	%การถือหุ้น ของบริษัทฯ	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
กุ้งและแช่แข็ง	CHOTI	-	1,659	66.15	2,308	92.07	1,882	59.34
กุ้งและหมึกแช่แข็ง	TPT	99.96%	849	33.85	199	7.93	1,290	40.66
รวมมูลค่าทั้งสิ้น			2,508	100.00	2,507	100.00	3,172	100.00

หมายเหตุ

CHOTI

หมายถึง

บริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วน จำกัด (มหาชน)

TPT

หมายถึง

บริษัท เทพพิทักษ์ซีฟู้ดส์ จำกัด (บริษัทย่อย)

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ นั้นจะมีกุ้งเป็นวัตถุดิบหลักและหมึกเป็นวัตถุดิบรอง โดยเริ่มจากการนำกุ้งและหมึกที่ผ่านการคัดสรรด้านคุณภาพ สวรรคค่าง สารปฏิชีวนะแล้ว นำเข้าสู่กระบวนการแปรรูปเบื้องต้น มีทั้งแบบคงสภาพไว้ทั้งหัว เอาหัวออก หรือปอกหัวและเปลือกออกให้เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบลักษณะต่างๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ หลังจากนั้นจะนำไปผ่านกระบวนการแช่เยือกแข็งตามเทคนิคเพื่อจะได้ถนอมรักษาคุณค่าและรสชาติของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพที่สดและสะอาดจนถึงผู้บริโภค ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บริษัทหลักผลิตวัตถุดิบกุ้งและหมึก มีดังนี้

1. Head-on, Shell-on Shrimp คือ กุ้งสดที่ผ่านการทำความสะอาด มีหัว เปลือกและหางครบถ้วน ฆ่าเชื้อ แช่เยือกแข็ง
2. Headless shrimp คือ กุ้งสดที่ผ่านการทำความสะอาด หักหัว ดึงไส้ ฆ่าเชื้อ และแช่เยือกแข็ง
3. Peeled Deveined or undeveined shrimp คือ กุ้งสดที่ผ่านการทำความสะอาด ปอกเปลือก ดึงไส้หรือไม่ดึงไส้ ปรับสภาพ ฆ่าเชื้อและแช่เยือกแข็ง
4. Frozen live Shrimp คือ กุ้งสดในสภาพที่มีชีวิตทั้งตัว ผ่านการทำความสะอาด คัดขนาด ฆ่าเชื้อ และแช่เยือกแข็ง



5. Frozen Cooked live Shrimp คือ กุ้งสดในสภาพที่มีชีวิตทั้งตัว ผ่านการทำความสะอาด คัดขนาด ต้มสุกและแช่เยือกแข็ง
6. Whole clean Squid คือ หมึกกล้วยสด ผ่านการทำความสะอาด ลอกหนัง ดึงตา มูลและไส้ออก ผ่านการฆ่าเชื้อ แช่เยือกแข็ง
7. Whole clean cuttlefish คือ หมึกเจาะสด ผ่านการทำความสะอาด ลอกหนัง ดึงตา มูลและไส้ออก ผ่านการฆ่าเชื้อ แช่เยือกแข็ง
8. Whole clean octopus คือ หมึกสายสด ผ่านการทำความสะอาด ดึงตา มูลและไส้ออก ผ่านการฆ่าเชื้อ แช่เยือกแข็ง
9. Baby octopus cut คือ หมึกสายสด ผ่านการทำความสะอาด ดึงตา มูลและไส้ออก หั่นเป็นชิ้น ผ่านการฆ่าเชื้อ แช่เยือกแข็ง
10. Squid ring and tentacle คือ หมึกกล้วยผ่านการทำความสะอาด ลอกหนัง ดึงตา มูลและไส้ออก หั่นเป็นวงผสมหัว แช่เยือกแข็ง

สิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุน

ในปัจจุบันสิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุนของบริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วน จำกัด (มหาชน) สิ้นสุดลงเมื่อ พฤษภาคม 2557 สำหรับบริษัท เทพพิทักษ์ซีฟู๊ดส์ จำกัด สิทธิประโยชน์ สิ้นสุดลงเมื่อ พฤศจิกายน 2558

(ก) การผลิต

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตจริง

บริษัทมีโรงงานผลิตอาหารทะเลแช่แข็งรวมทั้งสิ้น 2 แห่ง โดยมีสำนักงานใหญ่โรงงานแห่งที่ 1 และโรงงานสาขาแห่งที่ 2 โรงงานทั้ง 2 แห่งมีกำลังผลิตรวมทั้งสิ้น 14,329 ตัน มีรายละเอียดดังนี้



กำลังการผลิต (ตัน)	2563	2562	2561
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (นาหม่อม)	11,004	11,004	9,495
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (ระนอง)	-	3,617	4,145
บจก.เทพพิทักษ์ฟู๊ดส์ (นาหม่อม)	-	-	13,300
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (สาขามหาชัย)	3,325	-	-
ปริมาณการผลิต (ตัน)			
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (นาหม่อม)	5,094	8,971	5,419
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (ระนอง)	-	2,081	2,976
บจก.เทพพิทักษ์ฟู๊ดส์ (นาหม่อม)	-	-	4,494
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (สาขามหาชัย)	1,549	-	-
การใช้กำลังการผลิต (%)			
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (นาหม่อม)	50.94	81.52	57.00
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (ระนอง)	-	57.53	71.80
บจก.เทพพิทักษ์ฟู๊ดส์ (นาหม่อม)	-	-	33.79
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (สาขามหาชัย)	46.57	-	-
อัตราเพิ่ม/ลดของปริมาณการผลิต (%)			
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (นาหม่อม)	43.21	65.54	3.99
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (ระนอง)	-	30.07	19.71
บจก.เทพพิทักษ์ฟู๊ดส์ (นาหม่อม)	-	(100.00)	(44.95)
บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (สาขามหาชัย)	100	-	-

ที่ตั้งโรงงาน (นาหม่อม)

: เลขที่ 4/2 หมู่ที่ 3 ถนนสายเอเชีย 43 ตำบลนาหม่อม อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา 90310

ดำเนินการผลิตในนาม บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี

ที่ตั้งโรงงาน (สมุทรสาคร)

: เลขที่ 55/83 ชั้นที่ 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000

ดำเนินการผลิตในนาม บมจ.ห้างเย็นไซติวิวัฒน์หาดี (สาขามหาชัย)

(ข) ขั้นตอนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต

วัตถุดิบที่รับซื้อเข้ามาหลังจากผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ แล้วจะนำไปทำความสะอาดผ่านการล้างน้ำหนักด้วยเครื่องล้างอัตโนมัติ คัดขนาด และลำเลียงวัตถุดิบลงบนสายพานเข้าสู่การแปรรูปตามชนิดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ หลังจากแปรรูปขั้นแรกแล้วจะนำไปปรุงแต่ง, ชั่งน้ำหนัก, เรียงบรรจุและแช่แข็งที่ความเย็น -40°C, นำเข้าห้องเก็บสินค้า และจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศ (ขั้นตอนการผลิตได้แสดงไว้ในแผนภูมิที่ 1)

ระบบแช่เยือกแข็งที่บริษัทใช้ในปัจจุบันมีอยู่ 2 ระบบ คือ

1. ระบบ Contact plate freezing : เป็นการแช่เยือกแข็งที่ใช้เครื่องแช่เยือกแข็งแบบแผ่นที่ต้องสัมผัสกับบล็อบบรรจุสินค้าโดยตรง ใช้กับการแช่เยือกแข็งสินค้าประเภทบล็อกที่ต้องมีการจัดเรียงสินค้าในถาดหรือกล่องสแตนเลส เต็มน้ำ และปิดฝาก่อนนำไปแช่แข็ง
2. ระบบ Tunnel Freezing : เป็นการแช่เยือกแข็งโดยการผ่านสินค้าเข้าอุโมงค์ทำความเย็นที่ออกแบบเพื่อการแช่เยือกแข็งแบบรวดเร็วด้วยการจ่ายสารทำความเย็นลงที่ชั้นผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันมี 3 แบบ คือ แบบ Spiral Freezer, Tunnel freezer และ Tunnel Freezer ที่ใช้แก๊ส-



ไนโตรเจน ใช้ในการแช่เยือกแข็งสินค้าประเภท IQF (Individual Quick Freeze – แช่เยือกแข็ง
สินค้าเดี่ยวอย่างรวดเร็ว) สินค้าประเภท Semi – IQF (สินค้าที่บรรจุลงในบรรจุภัณฑ์และเติมน้ำ
ลงในสินค้าก่อนนำไปแช่แข็ง)

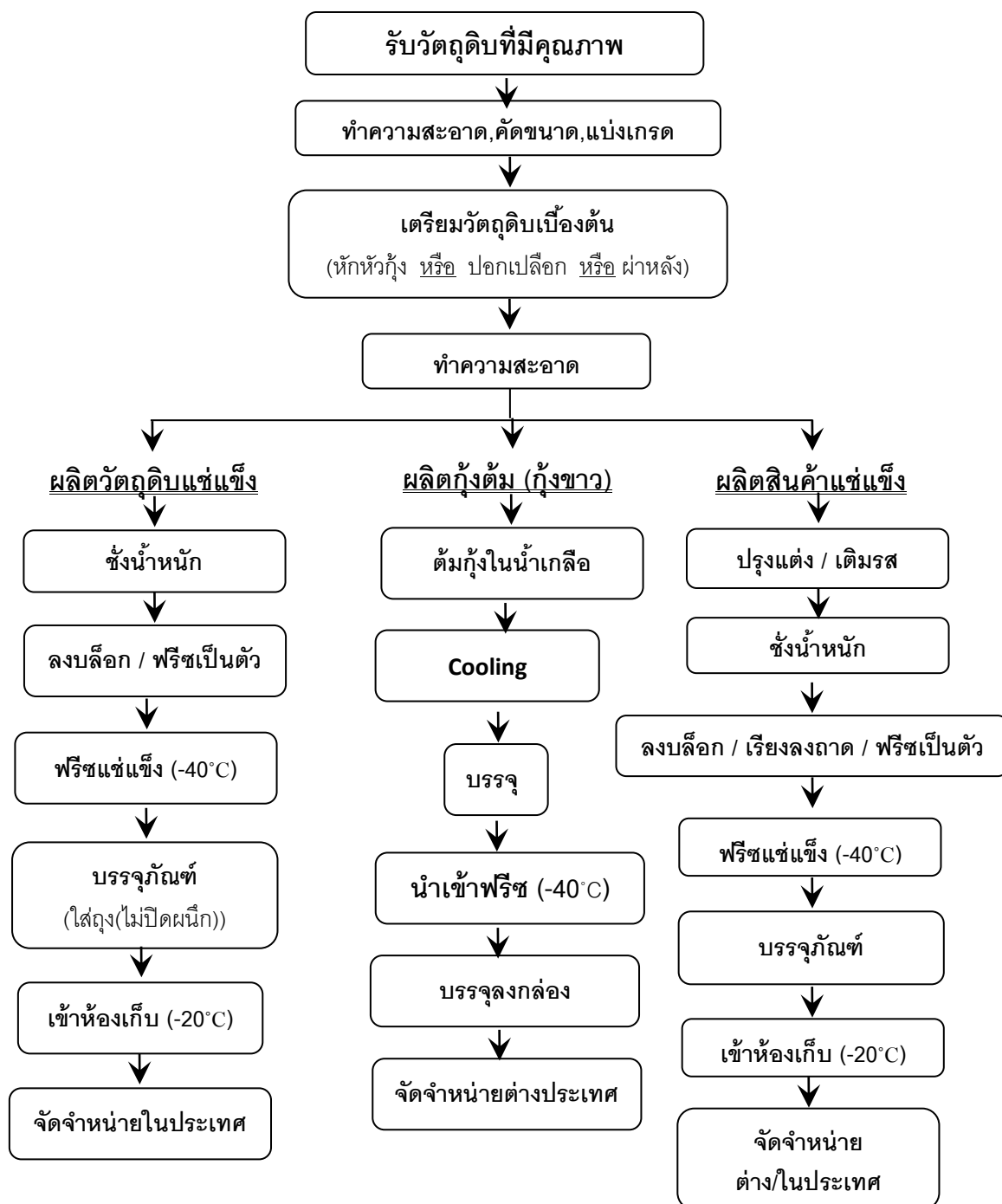
เมื่อผลิตภัณฑ์อยู่ในภาวะเยือกแข็งแล้ว จึงนำออกไปบรรจุถุงพลาสติก และใส่กล่องกระดาษแข็ง
แล้วนำเก็บเข้าห้องเก็บแช่แข็ง (Cold Storage Room) ในอุณหภูมิ -20°C เพื่อรอการจำหน่ายและจัดส่ง
ผลิตภัณฑ์ต่อไป โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์ที่ทำการแช่แข็งจะสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานถึงยี่สิบสองเดือน

ธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น (Labor
intensive) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการผลิตที่สามารถทำให้แข่งขันได้ บริษัทจึงได้ปรับปรุง
กระบวนการผลิตโดยใช้เครื่องจักรเพิ่มมากขึ้น เพื่อทดแทนแรงงานที่ขาดแคลน เช่น ระบบสายพานที่ลำเลียง
วัตถุดิบผ่านระบบการล้างทำความสะอาดและสะเด็ดน้ำและส่งต่อเข้าเครื่องชั่งอัตโนมัติ เพื่อบันทึกน้ำหนักและ
ส่งตรงไปยังระบบคำนวณต้นทุน และวัตถุดิบก็จะถูกลำเลียงสู่เครื่องคัดขนาดที่มีความแม่นยำในการคัดแยก
ทำให้ลดการใช้พนักงาน รวมทั้งมีความแม่นยำเพิ่มมากขึ้น ด้วยระบบการลำเลียงที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ทำให้
การควบคุมเวลาและอุณหภูมิของวัตถุดิบมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้คุณภาพของสินค้าดีขึ้น

บริษัทได้มีการเพิ่มไลน์การผลิตสินค้ากุ้งเป็นต้มและมีกระบวนการต้มที่ใช้หม้อต้มน้ำแบบสายพาน
ลำเลียงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะทำให้มีการผลิตกุ้งที่มีคุณภาพดี คงความสดมากยิ่งขึ้น และยังช่วยเพิ่มกำลังการ
ผลิตในปี 2563 ทำให้สินค้ากุ้งเป็นต้มเป็นอีกสินค้าที่มีมูลค่าการตลาดสูงขึ้น

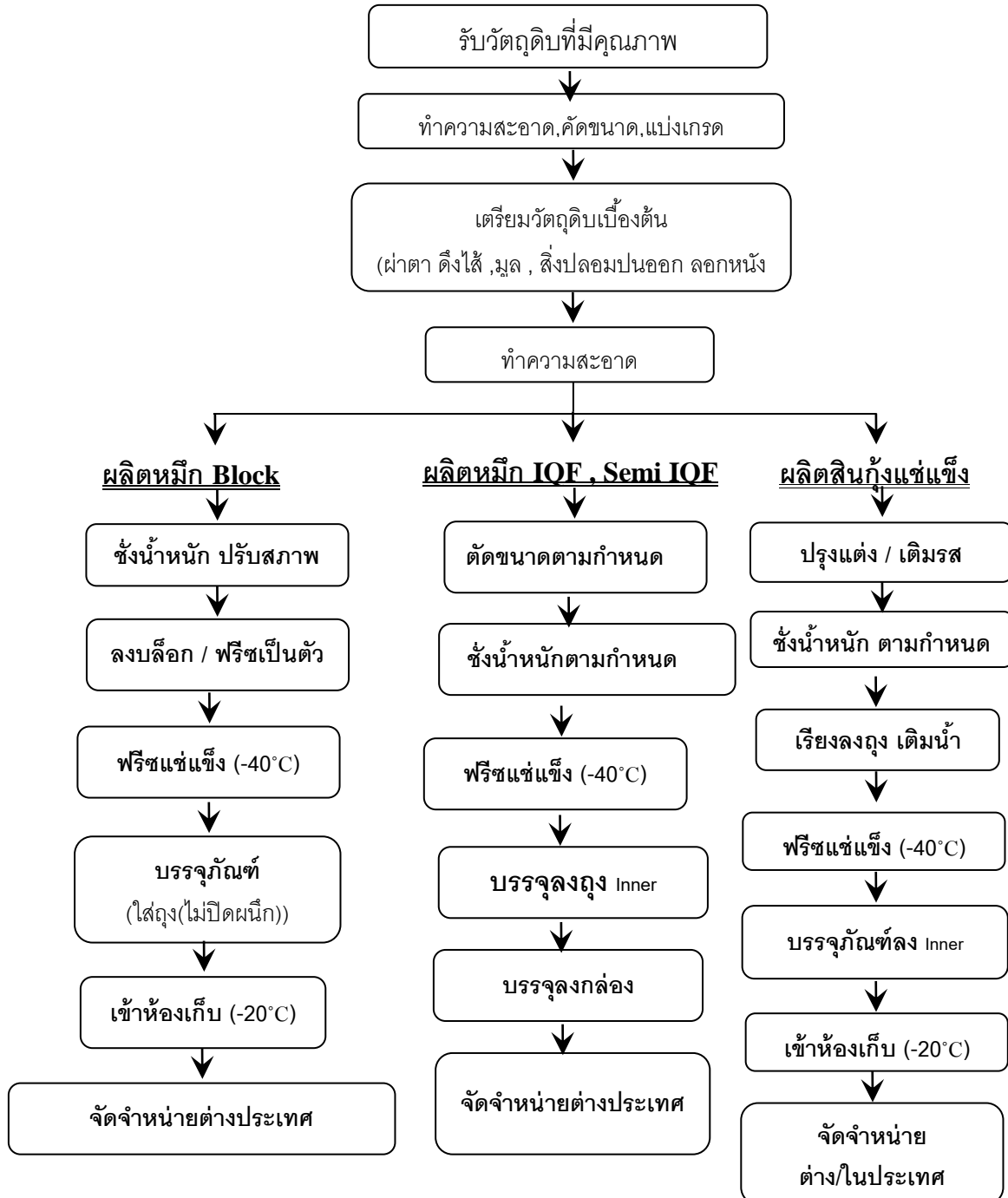


แผนภูมิที่ 1 ขั้นตอนการผลิตกุ้งแช่เยือกแข็ง





แผนภูมิที่ 2 ขั้นตอนการผลิตหมึกแช่เยือกแข็ง





2.2 การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาด

บริษัทฯ และบริษัทย่อย ยังคงรักษาระดับมาตรฐานและเน้นคุณภาพสม่ำเสมอโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์กุ้งและหมึก โดยกลุ่มลูกค้าหลักของผลิตภัณฑ์ประเภทกุ้งคือตลาดญี่ปุ่น ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทหมึกนั้นมีการผลิตและจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าหลักคือตลาดยุโรป ขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้มีการขยายตลาดไปยังแถบเอเชียมากขึ้นโดยเฉพาะจีน ไต้หวัน และเกาหลีใต้ รวมถึงตลาดภายในประเทศ และเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่กว้างขึ้น

สำหรับปี 2563 ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งประเภทกุ้งและหมึกยังคงแข่งขันรุนแรงอย่างต่อเนื่องในด้านราคา ซึ่งเกิดจากสภาวะเศรษฐกิจซบเซาและแม้ว่าค่าเงินบาทของไทยในปี 2563 จะลดลงถึง 2.9% จากปี 2562 และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อกลุ่มลูกค้าหลักอย่างประเทศญี่ปุ่น อิตาลี และสหรัฐอเมริกา ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่มีอัตราการแพร่ระบาดสูงในพื้นที่ของกลุ่มลูกค้าหลัก บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการขยายตลาดและผลิตภัณฑ์ใหม่ในหลายประเทศ เช่น จีน ไต้หวัน และออสเตรเลีย เป็นต้น อีกทั้งบริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีที่มีต่อคู่ค้ามาอย่างยาวนาน บริษัทฯ จึงยังคงมีส่วนปริมาณการส่งออกให้แก่ประเทศญี่ปุ่นที่จัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ SEA KING เป็นอันดับ 1 เมื่อเทียบกับสัดส่วนปริมาณการส่งออกของปี 2563

สัดส่วนปริมาณการส่งออกสินค้าปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้ส่งออกอาหารทะเลแช่แข็ง ไปยังตลาดญี่ปุ่นร้อยละ 39 ตลาดอิตาลีร้อยละ 35 ตลาดเกาหลีร้อยละ 14 และตลาดอื่นๆ ร้อยละ 12

สัดส่วนการจำหน่ายแยกตามประเทศ (%)

ประเทศ	2561	2562	2563
ญี่ปุ่น	58	50	39
อิตาลี	35	42	35
เกาหลี	-	-	14
อื่นๆ	7	8	12

หมายเหตุ ประเทศอื่นๆ ได้แก่ ประเทศจีน ไต้หวัน ออสเตรเลีย และอเมริกา



กลยุทธ์ทางการตลาด

1. บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพสินค้าเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นจึงให้กลยุทธ์ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบเริ่มต้นที่มีคุณภาพสูง และเข้มงวดในการควบคุมต้นทุนในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน
2. มีการพัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารในรูปแบบใหม่เพิ่มมากขึ้น เช่นการพัฒนา WEBSITE และ เริ่มมีการใช้ social media marketing
3. มีกลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง
4. มีการทำการตลาดโดยการออกงานแสดงสินค้าในตลาดเป้าหมาย เพื่อให้บริษัทเป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้า และเพิ่มโอกาสได้ลูกค้าใหม่
5. มีการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯและบริษัทย่อยฯ ซึ่งลูกค้าหลักของบริษัทฯและบริษัทย่อยฯส่วนใหญ่ จะเป็นลูกค้าที่มีการติดต่อซื้อขายกันมาอย่างยาวนาน มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า โดยวิเคราะห์ทั้งในด้านคุณภาพสินค้าและการให้บริการหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด

(ข) สถานะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งในปีที่ผ่านมาประสบปัญหาการหดตัวของตลาดหลัก ซึ่งเกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคลดลง ทำให้กระทบกับการส่งออกภาครวมของตลาดคู่ค้ามากกว่า 50% รวมทั้งปริมาณวัตถุดิบที่มีจำกัด และจากการประกาศ “ภาวะฉุกเฉิน” ของรัฐบาล ซึ่งส่งผลต่อระบบขนส่ง (Logistic) จากสถานการณ์ดังกล่าวยังส่งผลต่อภาคแรงงาน เนื่องจาก ไม่สามารถนำเข้าแรงงานต่างด้าวได้ ทั้งนี้สินค้าหมึกกล้วยยังเป็นสินค้าหลักที่ต้องอาศัยวัตถุดิบภายในประเทศ ทำให้การแข่งขันด้านราคาวัตถุดิบสูง ทางบริษัทจึงปรับแผนการหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มเติมและปรับการขายหมึกกล้วย Frozen on board เพื่อเพิ่มยอดขาย และที่สำคัญค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐ เงินยูโร และเงินเยน มีค่าแข็งขึ้นมากกว่าคู่แข่ง ทำให้การทำกำไรเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก จึงทำให้บริษัทต้องปรับกลยุทธ์ในการลดต้นทุนและเพิ่ม Yield การผลิตให้ได้มากกว่ามาตรฐานที่กำหนด



2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(ก) การจัดหาวัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

สำหรับบริษัทวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตคือ กุ้งขาวแวนนาไม กุ้งกุลาดำ และหมึกซึ่งวัตถุดิบทั้งนี้ ได้จากการเพาะเลี้ยงร้อยละ 100 ส่วนวัตถุดิบหมึกเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติ

แหล่งที่มาของวัตถุดิบทั้งบริษัท ไม่ได้พึ่งพาการซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใดเกินร้อยละ 30 ของมูลค่าการจัดซื้อวัตถุดิบทั้งนี้ โดยบริษัทจัดซื้อจากแหล่ง 3 ลักษณะหลัก ดังนี้

1. จากนายหน้าแปปลาและเรือประมงจากสะพานปลา ที่ส่งวัตถุดิบกุ้งและหมึกเข้ามาขายที่โรงงานโดยตรง และ ผ่านการคัดเลือกเป็นผู้ส่งมอบวัตถุดิบที่ดี (Approved Vendor List) ประมาณ 60-70 ราย โดยครอบคลุมเกือบทุกจังหวัดในภาคใต้ ภาคกลางและภาคตะวันออกที่เป็นที่ตั้งของแพต่าง ๆ
2. จากฟาร์มเพาะเลี้ยงกุ้ง โดยครอบคลุมเกือบทุกจังหวัดในภาคใต้ ภาคกลางและภาคตะวันออกที่เป็นที่ตั้งของผู้ส่งมอบ
3. จากท่าเทียบเรือหรือเรือประมงจากสะพานปลาและผู้รวบรวมโดยส่งวัตถุดิบเข้ามาขายที่บริษัท
4. ในส่วนของวัตถุดิบที่ไม่ใช่อาหารทะเล เช่น แป้ง ส่วนผสมอาหาร บริษัทจะสั่งซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง

- การจัดหาวัตถุดิบกุ้งและหมึกเพื่อจำหน่าย

ในปี 2563 บริษัทฯจัดซื้อวัตถุดิบกุ้งและหมึกจากผู้ส่งมอบวัตถุดิบที่ดี เป็นการประเมินผลของผู้ขายวัตถุดิบในด้านคุณภาพที่ดี ปราศจากสารตกค้างและเชื้อจุลินทรีย์ปนเปื้อนเช่นเดียวกับการซื้อวัตถุดิบหมึกบริษัทฯจัดซื้อจากภายในประเทศทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100 (ตามมาตรฐานกรมประมงในการเลี้ยงกุ้งของประเทศไทย มีการควบคุมคุณภาพค่อนข้างสูงมาก)



- สภาพการแข่งขันในการจัดหาวัตถุดิบกุ้ง

จากข้อมูลการจำหน่ายลูกพันธุ์กุ้งเพาะเลี้ยง (Fry Movement Document: FMD) การลงลูกกุ้งในเดือนมกราคมถึงธันวาคม ของปี 2563 ปริมาณลูกกุ้งรวม 31,673 ล้านตัว เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน ปี 2562 ปริมาณลูกกุ้งรวม 35,501 ล้านตัว ลดลงร้อยละ 10.8 เนื่องจากเกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้มีผลกระทบกับการบริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จึงทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งบางส่วนไม่มั่นใจในราคาที่จะเลี้ยงในรอบต่อไป แต่ก็ยังเป็นเพียงช่วงระยะเวลาสั้นๆ ที่ทำให้การลงลูกพันธุ์กุ้งลดลงร้อยละ 10.8 แต่ปริมาณผลผลิตลดลงเพียงร้อยละ 8.2 เมื่อเทียบกับปี 2562 แสดงให้เห็นว่าผลผลิตกุ้งเพาะเลี้ยงปี 2563 ผลิตได้เพิ่มขึ้นโดยใช้ปริมาณลูกพันธุ์กุ้งลดลง แต่กลับได้ผลผลิตกุ้งเพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนการเพาะเลี้ยงของเกษตรกรต่ำกว่าปี 2562 และมีกุ้งบางส่วนที่สูญเสียจากการตายก่อนกำหนดขายน้อยกว่าปี 2562 แต่ในปริมาณผลผลิตปี 2563 ลดลง ราคาวัตถุดิบกุ้งก็ไม่สูงมากนัก จะมีบางช่วงที่ราคาสูงสลับกับราคาต่ำบ้างตามปริมาณผลผลิต ของกุ้งที่ออกมาในแต่ละเดือน

นอกจากนี้ผลผลิตของบริษัทฯบางส่วนถูกขายออกไปยังตลาดบริโภคภายในประเทศในเดือนมกราคมถึงธันวาคม 2563 ปริมาณรวม 197,829 ตัน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 22 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562

จากข้อมูลข้างต้น ภาวะการแข่งขันการจัดหาวัตถุดิบกุ้ง พอจะสรุปได้ดังนี้

1. เกษตรกรต้องการราคาเพิ่มขึ้น ทำให้ต้องเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายอื่นๆ นอกเหนือจากปี 2562 การบ้อนวัตถุดิบให้ห้องเย็นร้อยละ 90 และขายไปยังตลาดบริโภคภายในประเทศร้อยละ 10 เป็นบ้อนวัตถุดิบให้ห้องเย็นร้อยละ 70 และขายไปยังตลาดผู้บริโภคภายในประเทศที่ราคาดีกว่าถึงร้อยละ 30 เพื่อมาเฉลี่ยราคาให้สามารถรองรับต้นทุนการเพาะเลี้ยงกุ้งและมีแรงจูงใจในการเลี้ยงต่อไปได้
2. ในปริมาณกุ้งที่ขายให้ห้องเย็น ก็จะมีการซื้อกุ้งเป็น 2 แบบ กล่าวคือซื้อเป็นกุ้งสดแช่น้ำแข็ง กับ กุ้งมีชีวิต (กุ้งเป็น) ที่ราคาสูงกว่ากุ้งสดแช่น้ำแข็งร้อยละ 10 ในปี 2563 มีความต้องการกุ้งเป็นเพิ่มขึ้นมาก
3. คู่แข่งในการจัดหาวัตถุดิบแม้ว่าจะมีจำนวนห้องเย็นน้อยลงจากการที่ห้องเย็นบางส่วนหยุดการดำเนินงานไป ห้องเย็นที่เหลือที่เป็นห้องเย็นใหญ่ 2 แห่งที่จัดหาวัตถุดิบรวมกันเกินร้อยละ 50 ของผลผลิตกุ้ง

ทำให้การจัดหาวัตถุดิบถูกขึ้นราคาโดยห้องเย็นใหญ่ จากภาวะที่ต้นทุนการเพาะเลี้ยงของเกษตรกรสูงกว่าต้นทุนเพาะเลี้ยงของประเทศอื่นๆ ที่เพาะเลี้ยงกุ้งด้วยกัน เช่น อินเดีย อินโดนีเซีย เอกวาดอร์ เป็นต้น ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบของประเทศไทยที่เป็นต้นทุนหลักของสินค้าแข่งขันกับสินค้ากุ้งของประเทศอื่นๆ ได้ลำบาก ในขณะที่ปริมาณผลผลิตกุ้งของประเทศอื่นๆ มีแนวโน้มที่เติบโตมาก แต่ผลผลิตกุ้งของประเทศไทยลดลงจากปี 2562



แหล่งที่มาของวัตถุดิบ ได้แก่

1. จากผู้ส่งสินค้า นายหน้า แพลตฟอร์ม ต่าง ๆ ซึ่งนำสินค้ามาส่งที่โรงงานโดยตรงซึ่งกระจายอยู่เกือบทุกจังหวัดที่ติดชายทะเลทั้งฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน
2. ซื้อผ่านทางผู้ขายที่มีเรือประมงทำการจับ ในจังหวัดแถบภาคใต้ ภาคกลางและภาคตะวันออก
ผู้จำหน่ายวัตถุดิบหมึกให้แก่บริษัทมีอยู่ประมาณ 15 - 20 ราย และบริษัทฯ ไม่มีการพึ่งพาผู้จำหน่ายวัตถุดิบหมึก รายใดเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดซื้อวัตถุดิบหมึก

ข. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-การดำเนินการเพื่อกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้และสิ่งตกค้างให้เกิดมลพิษจากกระบวนการผลิตเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้

(1) ปี 2563 บริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar roof) ซึ่งมีประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ดังนี้

- ไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์เป็นพลังงานหมุนเวียนมีไม่สิ้นสุด ทดแทนการเผาเชื้อเพลิงฟอสซิล
- เป็นพลังงานสะอาด ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม เพื่อลดปัญหาภาวะโลกร้อนทำให้ชุมชนน่าอยู่

(2) เศษหัวกุ้งเปลือกกุ้งวันละประมาณ 4 ตัน ขายได้ส่วนหนึ่งให้กับผู้รับเหมาโดยบรรทุกไม่ให้น้ำ หัวกุ้งหกรีดราดระหว่างขนส่งรวมทั้งให้มีผ้าใบคลุมด้านบนของรถเพื่อป้องกันเปลือกกุ้งหัวกุ้งปลิวออกมาด้วย

- เศษหัวกุ้งเปลือกกุ้งอีกส่วนหนึ่งนำมาผ่านกระบวนการผลิตเป็นเปลือกกุ้งอบแห้งผงบ่มสามารถนำไปใช้เป็นผงบ่มกุ้ง, สารให้กลิ่นกุ้งตามธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ที่มีการประยุกต์ใช้งานเปลือกกุ้งอบแห้งในท้องตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบกุ้ง, แป้งคลุกสำเร็จรูปเพื่อทอด เป็นต้น

(3) น้ำเสียวันละประมาณ 441 ลบ.เมตร ผ่านกระบวนการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งระบายน้ำ



รายงานค่าเฉลี่ยคุณลักษณะของน้ำทิ้งออกนอกโรงงานระหว่างปี พ.ศ. 2561-2563

ค่ามาตรฐานกรมโรงงาน		ค่าน้ำทิ้งออกนอกโรงงาน		
		ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
ค่า pH	ไม่เกิน 5.5-9.0	7.03	7.03	7.63
ค่า SS	ไม่เกิน 50	11.00	9.88	10.29
ค่า BOD ₅ (ppm)	ไม่เกิน 20	6.72	8.55	3.58
ค่า COD (ppm)	ไม่เกิน 120	36.00	3.30	23.96

บริษัทไม่มีข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด นอกจากนั้นบริษัทได้เปิดโอกาสให้นักศึกษาจากโรงเรียนและสถาบันการศึกษาทุกแห่งเข้ามาศึกษาเยี่ยมชมและดำเนินการเก็บตัวอย่างและทำวิจัยต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อมโดยเฉลี่ยปีละ 1-2 สถาบัน

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

บริษัทฯ ไม่ได้ประกอบธุรกิจที่มีลักษณะเป็นโครงการระยะยาวจึงไม่มีงานที่ยังไม่ส่งมอบ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด โชติวัฒน์หาดีใหญ่ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยๆ มีดังนี้

3.1 ความเสี่ยงจากการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ

ธุรกิจการผลิตสินค้ากึ่งและหมักแช่แข็ง มีปัจจัยความเสี่ยงของธุรกิจ เรื่องแรกคือวัตถุดิบ ซึ่งเป็นต้นทุนมากกว่าร้อยละ 80 ของการผลิตสินค้า บริษัทฯซื้อวัตถุดิบกึ่งจากการเพาะเลี้ยงร้อยละ 100 โดยซื้อผ่านแพคเกจหรือผู้รวบรวมทั้งหมด 60-70 ราย ทำให้ความเสี่ยงในการขาดวัตถุดิบกึ่งลดลง เนื่องจากมีแพคเกจหรือนายหน้าเพียงพอต่อความต้องการวัตถุดิบ และวัตถุดิบหมักเป็นวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ ไม่ใช่วัตถุดิบที่เพาะเลี้ยงได้ ซึ่งจะมีความเสี่ยงเรื่องของปริมาณวัตถุดิบสูง ธรรมชาติบางส่วนไม่อุดมสมบูรณ์ หรือมีการทำประมงมาก เกิดการจับสัตว์น้ำในขณะที่ยังโตไม่เต็มที่ ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบเปลี่ยนแปลงได้ง่าย รวมทั้งกระบวนการทำประมงมีหลายรูปแบบ ทำให้เกิดต้นทุนการบริหารจัดการวัตถุดิบที่ต่างกัน ทางบริษัทฯ ได้วิเคราะห์ความเสี่ยงของธุรกิจและวางแผนรองรับปัจจัยความเสี่ยงนี้ โดยการวางแผนเก็บวัตถุดิบในแต่ละช่วงฤดูกาล



ปัจจัยอันดับสองที่เป็นความเสี่ยงของธุรกิจประมงคือแรงงาน เนื่องจากการผลิตสินค้าประมงยังต้องอาศัยแรงงานในกระบวนการแปรรูป ซึ่งแรงงานปัจจุบันหายากต้องมีการนำเข้าแรงงานต่างด้าว ปัจจัยดังกล่าวทางบริษัทจึงดำเนินการหาพันธมิตรในส่วนที่เป็นแรงงาน โดยการขยายฐานการผลิตมายังแหล่งที่มีแรงงานจำนวนมากคือ จังหวัดสมุทรสาคร รวมทั้งการพัฒนาแรงงานที่มีให้เป็นแรงงานฝีมือดี โดยการวางแผนบริหารด้านสวัสดิการ เช่นการให้เบี้ยขยัน เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้ทำการวางแผนการซื้อวัตถุดิบในช่วงราคาต่ำมาเก็บสต็อกไว้ในห้องเย็น เพื่อนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ในช่วงที่วัตถุดิบมีราคาสูงของปี 2564 มีการขยายพื้นที่การรับซื้อวัตถุดิบจากแหล่งรับซื้อวัตถุดิบใหญ่ เช่น ภาคกลางและภาคตะวันออก อีกด้วย

3.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในตลาด

ในปี 2563 บริษัทฯ เผชิญปัญหาการแข่งขันที่รุนแรงทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากประเทศคู่แข่ง เช่น อินเดีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าและจากภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ของบริษัทฯ นั้น จากการสำรวจพบว่าลูกค้าในประเทศญี่ปุ่น และอิตาลีมีความต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูงแต่มีราคาต่ำลงด้วย ในขณะที่สินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพสูงและราคาสูง

การบริหารความเสี่ยง

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้เริ่มขยายการขายและการส่งออกสินค้า ไปยังตลาดเป้าหมายอื่น เช่น จีน ไต้หวัน เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ และลดความเสี่ยงหากตลาดใดตลาดหนึ่งเกิดภาวะภาวะเศรษฐกิจถดถอย หรือการแข่งขันด้านราคาสูงเกินไป

3.3 ความเสี่ยงจากสภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า

สินค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่ส่งไปยังประเทศญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป หากเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเหล่านี้ถดถอยย่อมมีผลกระทบในด้านลบต่อการส่งออกของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยาก ทางบริษัทฯ จึงได้มีการติดตามข่าวสารของสภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าอย่างใกล้ชิด รวมถึงพยายามบริหารต้นทุนการผลิตสินค้า และค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้เหมาะสมและสามารถทำการแข่งขันได้



3.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งที่ยากต่อการคาดการณ์ เนื่องจากมีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อค่าเงินของอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจในประเทศ นโยบายการเงินและการคลัง ภาวะเศรษฐกิจโลก การคาดการณ์และการเก็งกำไร เสถียรภาพการเมืองในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนข่าวลือต่างๆ ซึ่งความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นนั้นไม่สามารถควบคุมได้และก่อให้เกิดความเสี่ยง แก่ภาคธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่มีการนำเข้า-ส่งออก

ซึ่งในปี 2563 เกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กระจายไปทั่วโลก ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจทั่วโลกต้องหยุดชะงัก บางธุรกิจต้องปิดกิจการถาวร บางธุรกิจปิดตัวชั่วคราวหรือลดกำลังการผลิตลง เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเป็นอย่างมาก บริษัทฯซึ่งประกอบธุรกิจส่งออกสินค้าอาหารทะเลแช่แข็งจำหน่ายไปยังต่างประเทศก็ได้รับผลกระทบดังกล่าวเช่นเดียวกัน

การบริหารความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยง บริษัทให้ความสำคัญกับการเฝ้าระวังความไม่แน่นอนของตลาดการเงินและการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น บริษัทกำหนดให้มีนโยบายการป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยใช้เครื่องมือประเภทอนุพันธ์ทางการเงิน เช่น การทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารจัดการรายได้และต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.5 ความเสี่ยงทางการเงิน

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้หลายประเทศทั่วโลกต้องประกาศปิดประเทศเป็นการชั่วคราวเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคที่ทวีความรุนแรงขึ้น ส่งผลให้บริษัทฯมีรายได้จากการ ขายสินค้าลดลงอันเนื่องมาจากการขอยกเลิกคำสั่งซื้อหรือขอเลื่อนการส่งมอบสินค้าจากลูกค้า

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯบริหารความเสี่ยงด้านการเงินโดยการลดกำลังการผลิตลงเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และปรับเปลี่ยนการผลิตสินค้าส่งออกไปยังกลุ่มลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ที่ยังคงเปิดประเทศมากขึ้น ขณะเดียวกันในส่วนของภาครัฐเองก็ได้เข้ามาช่วยเหลือภาคธุรกิจโดยมีนโยบายประกาศลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้นลงชั่วคราวทำให้บริษัทฯสามารถกู้ยืมเงินได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำลง ซึ่งทำให้ต้นทุนของบริษัทฯลดลงเช่นเดียวกัน



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักร

บริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วน จำกัด (มหาชน)

วันที่ 31 ธันวาคม 2563

1. ที่ดินและส่วนปรับปรุง

มูลค่าตามบัญชี(ล้านบาท) กรรมสิทธิ์/

ภาระผูกพัน

- ที่ดิน 53 ไร่ ที่อำเภอหนองหาน จังหวัดหนองคาย	33.98	บริษัท / ไม่มี
- ที่ดิน 61 ไร่ ที่อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย (ยังไม่ใช้งาน)	5.30	บริษัท / ไม่มี
- ที่ดิน 15 ไร่ ที่อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย (ยังไม่ใช้งาน)	12.09	บริษัท / ไม่มี
2. อาคารและส่วนปรับปรุง		
- โรงงานที่อำเภอหนองหาน จังหวัดหนองคาย	290.39	บริษัท / ไม่มี
- โรงงานที่หนองคาย	31.82	บริษัท / ไม่มี
- โรงงานที่สมุทรสาคร	5.33	ผู้ให้เช่า / ไม่มี
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	378.66	บริษัท / ไม่มี
4. อื่น ๆ ได้แก่เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	138.66	บริษัท / ไม่มี
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	(601.76)	
ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิ	<u>294.46</u>	

โรงงานที่หนองคายตั้งอยู่บนเนื้อที่ 2 ไร่ 3 งาน 12.15 ตารางวาซึ่งเป็น ที่เช่าจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดหนองคาย สาระสำคัญของสัญญาปรากฏดังนี้

คู่สัญญา : บริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วน จำกัด (มหาชน) กับองค์การบริหารส่วนจังหวัดหนองคาย

วันที่ทำสัญญา : 1 กรกฎาคม 2528

อายุสัญญา : 1 กรกฎาคม 2528 – 30 มิถุนายน 2532 และได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าจนถึง 30 มิถุนายน 2543

หมายเหตุ บริษัทฯ ได้ทำหนังสือแจ้งขอต่อสัญญากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดหนองคายแล้ว ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติขององค์การบริหารส่วนจังหวัดหนองคาย

อัตราค่าเช่า : ปีละ 16,492 บาท



เงื่อนไขที่สำคัญ : ถ้าผู้เช่าประสงค์จะต่ออายุสัญญาเช่าต่อไปให้ผู้เช่ายื่นความจำนงค์เป็นหนังสือ
ต่อผู้ให้เช่าก่อนวันสิ้นอายุสัญญา ทั้งนี้ ผู้ให้เช่าสงวนสิทธิ์ที่จะให้ผู้เช่า เช่าที่ดินต่อไป
หรือไม่ก็ได้ ถ้าผู้ให้เช่ายินยอมให้เช่าต่อ ผู้เช่ายินยอมชำระค่าเช่าตามที่ผู้ให้เช่ากำหนด
เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10 ของอัตราค่าเช่าเดิม

บริษัท เทพพิทักษ์ซีฟูดส์ จำกัด

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้จำหน่ายที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เลขที่ 96/22 หมู่ที่ 8 ถนนนาเกลือ
ตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี และจำหน่ายสิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ตั้งอยู่
เลขที่ 371 หมู่ที่ 5 ถนนนาเกลือ ตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี พร้อมทั้งได้ยกเลิกการเช่าที่ดินกับ
องค์การบริหารส่วนจังหวัดปัตตานีด้วยแล้ว

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีสาขาโรงงานแห่งที่ 2 ตั้งอยู่เลขที่ 55/83 ชั้น 2 หมู่ที่ 6 ตำบลท่าทราย
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร 74000 บริษัทฯ เข้าบริษัท ซีบอร์น ฟู้ดส์ฟลาย จำกัด โดยมีสาระสำคัญของสัญญาปรากฏดังนี้

คู่สัญญา	บริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด หอการค้าใหญ่ จำกัด กับบริษัท ซีบอร์น ฟู้ดส์ฟลาย จำกัด
วันที่ทำสัญญา	วันที่ 16 เมษายน 2563
อายุสัญญา	3 ปี (16 เมษายน 2563 - 16 เมษายน 2566)
เนื้อที่เช่า	3,285.50 ตารางเมตร
อัตราค่าเช่า	670,000 บาท ต่อเดือน

สินทรัพย์บริษัท

บริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด หอการค้าใหญ่ จำกัด (มหาชน)

วันที่ 31 ธันวาคม 2563
(ล้านบาท)

ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิ	294.46
หนี้สินจากภาระผูกพัน	-
มูลค่าที่ดินอาคารและอุปกรณ์หลังหักหนี้สิน	<u>294.46</u>
มูลค่าต่อหุ้น (บาท)	<u>39.46</u>



รายละเอียดเครื่องจักรและอุปกรณ์ของบริษัทฯประกอบด้วย

เครื่องจักร	ขนาด (ตัน)	จำนวน (เครื่อง)	สถานที่ตั้ง
1. BLAST FREEZER	1.4	2	สงขลา
2. CONTACT FREEZER	1	8	สงขลา
3. SPIRAL FREEZER	0.25-0.5	2	สงขลา
GRAZE FREEZER	0.5-1	2	สงขลา
TUNNAL FREEZER	1	2	สงขลา
4. เครื่องทำน้ำแข็งหลอด	50	1	สงขลา
เครื่องทำน้ำแข็งหลอด	30	2	สงขลา
เครื่องทำน้ำแข็งหลอด	20	1	สงขลา
เครื่องทำน้ำแข็งหลอด	5	1	สงขลา
5. ห้องเย็นปริมาณความจุเฉลี่ยห้องละ	400 ตัน	6 ห้อง	สงขลา
ห้องเย็นปริมาณความจุเฉลี่ยห้องละ	300 ตัน	2 ห้อง	สงขลา

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายและมุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง รวมถึงธุรกิจอื่นที่ต่อเนื่องจากธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง เนื่องจากบริษัทมีศักยภาพทั้งด้านประสบการณ์และความชำนาญในการประกอบธุรกิจประเภทนี้ ซึ่งบริษัทเล็งเห็นว่าบริษัทสามารถนำองค์ความรู้ทรัพยากร และประสบการณ์มาพัฒนาธุรกิจประเภทนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับกลุ่มบริษัท

สำหรับในช่วงเวลานี้ บริษัทฯยังไม่มีนโยบายลงทุนเพิ่มในธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง



4.3 ราคาประเมินทรัพย์สิน หากมีการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์หรือมีการตีราคาทรัพย์สินใหม่

บริษัทฯ ไม่มีการตีราคาทรัพย์สินใหม่

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด หาดใหญ่ จำกัด (มหาชน)

ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 4/2 หมู่ที่ 3 ถนนสายเอเชีย 43 ตำบลนาหม่อม
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90310

โทรศัพท์ : (074) 222333

โทรสาร : (074) 222300-1

เว็บไซต์ : www.kst-hatyai.com

ที่ตั้งสาขา : เลขที่ 55/83 ชั้นที่ 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร
จังหวัดสมุทรสาคร 74000

โทรศัพท์ : (074) 222333

โทรสาร : -

ธุรกิจหลัก : ผลิตและส่งออกอาหารทะเลแช่เยือกแข็งไปยังญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และยุโรป

ทุนชำระแล้ว : 75 ล้านบาท

เลขทะเบียนบริษัท : 0107537002231 (บมจ.470)



นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นมากกว่า 10%

บริษัท	ทุนจดทะเบียน(ล้านบาท)	%การถือหุ้น
บริษัท เทพพิทักษ์ฟู้ดส์ จำกัด	70	99.96

4/2 หมู่ที่ 3 ถนนสายเอเชีย 43 ตำบลนาหม่อม

อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา

โทรศัพท์ : (074) 222333

โทรสาร : (074) 222333 ต่อ 301

Kiang Huat Seagull Trading Frozen Food Sdn. Bhd., RM 8.55 ล้าน 40.00

2-6-29 Harbour Trade Centre,

No. 2 Gat Lebuh Macallum, 10300 Penang

บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

(ก) นายทะเบียนหุ้น : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
62 อาคารตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย
ชั้น 4 , 7 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย
เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110.

(ข) ผู้สอบบัญชี : นายอริพงศ์ อริพงศ์สกุล
นายวิชัย รุจิตานนท์
นายเสถียร วงศ์สนั่น
นางสาวกุลธิดา ภาสุรกุล
นายยุทธพงษ์ เชื้อเมืองพาน
นางสาวพัชรี ศิริวงษ์ศิลป์
นางสาวคนางค์นารถ กลิ่นขจร
บริษัท เอเอ็นเอส ออดิท จำกัด
เลขที่ 100/72 ชั้น 22 ห้อง 100/2 อาคารว่องวานิช บี
ถนนพระราม 9 ห้วยขวาง
กรุงเทพมหานคร 10310 โทร.02-6450107-9



- (ค) สถาบันการเงิน : ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
ที่ติดต่อประจำ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
ธนาคารสีกกรไทย จำกัด (มหาชน)
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี