



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “จีเอฟพีที”) จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2524 เริ่มประกอบธุรกิจค้าและแปรรูปเนื้อไก่เพื่อการส่งออก โดยมีผู้ถือหุ้นหลัก คือ กลุ่มครอบครัวศิริมงคลเกษม และได้ขยายธุรกิจมาอย่างต่อเนื่องจนปัจจุบัน บริษัทฯ และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัทฯ”) มีการประกอบธุรกิจในด้านการเกษตร ปศุสัตว์ และอุตสาหกรรมการผลิตอาหารจากเนื้อไก่แบบครบวงจร ได้แก่ กลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์ กลุ่มธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ และกลุ่มธุรกิจการผลิตอาหารแปรรูปจากเนื้อไก่

นโยบายธุรกิจ

จีเอฟพีที ดำเนินธุรกิจการผลิตเนื้อไก่แปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อไก่ มุ่งเน้นการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยได้มาตรฐานสากล เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพดี มีความปลอดภัยด้านอาหาร สามารถตรวจสอบย้อนกลับทั้งระบบห่วงโซ่อาหารตั้งแต่อาหารสัตว์จนถึงผู้บริโภค อีกทั้งใส่ใจและรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม



1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ธุรกิจ

จีเอฟพีที มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อไก่แปรรูปแบบครบวงจรเพื่อการส่งออก

พันธกิจ

จีเอฟพีที ดำเนินธุรกิจการผลิตเนื้อไก่แปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อไก่ โดยยึดถือพันธกิจที่สร้างขึ้น จากรากฐานความใส่ใจเพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศด้านการผลิตอาหาร โดยมีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการดำเนินงานให้บรรลุภารกิจที่ตั้งไว้ ดังนี้

- 1. คุณภาพอาหาร :** ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานสากล
กลยุทธ์ : คัดสรรวัตถุดิบชั้นเยี่ยมสู่โรงงานแปรรูป ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 2. ความปลอดภัยอาหาร :** เชื้อมั่นด้วยระบบตรวจสอบย้อนกลับ
กลยุทธ์ : เติบโตด้วยความเชื่อมั่น ด้วยระบบตรวจสอบย้อนกลับ ทุกผลิตภัณฑ์จึงปลอดภัย ก่อนส่งถึงมือผู้บริโภค
- 3. นวัตกรรมอาหาร :** พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย
กลยุทธ์ : วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ พร้อมนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง
- 4. บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ :** ส่งเสริมศักยภาพบุคลากรสู่ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ
กลยุทธ์ : ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทุกหน่วยงานสู่ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ สร้างความมั่นคงระยะยาวด้วยการให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิต เพื่อยกระดับองค์กรสู่มาตรฐานสากล
- 5. ความพึงพอใจสูงสุด :** ใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเพื่อความพึงพอใจสูงสุด
กลยุทธ์ : ใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ควบคุมการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ที่ได้คุณภาพมาตรฐานสากล บนพื้นฐานของราคาที่เป็นธรรม
- 6. พันธมิตรธุรกิจที่ยั่งยืน :** สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพันธมิตรในระยะยาว
กลยุทธ์ : สร้างความสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นธรรม บนรากฐานของความไว้วางใจ เน้นการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว
- 7. สังคมและสิ่งแวดล้อม :** สร้างจิตสำนึกที่ดีและรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
กลยุทธ์ : ปลูกฝังจิตสำนึกที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รักษาคุณภาพและประโยชน์ทางเศรษฐกิจ อันนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน



1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2524 ประกอบธุรกิจหลักในด้านการผลิตและจำหน่ายไก่สดชำแหละแช่แข็งและแปรรูปทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

- 2524 : จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในนาม “บริษัท เจเนอรัล ฟูดส์ โพลทรี (ไทย) จำกัด” โดยมีผู้ถือหุ้น 3 ฝ่ายคือ
1. บริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด (ประเทศไทย) ถือหุ้นในสัดส่วน 51%
 2. บริษัท เจเนอรัล ฟูดส์ โพลทรี จำกัด (ประเทศนิวซีแลนด์) ถือหุ้นในสัดส่วน 34%
 3. บริษัท ยูไนเต็ท เทรดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ประเทศลักเซมเบิร์ก) ถือหุ้นในสัดส่วน 15%
- 2528 : ผู้ถือหุ้น 2 ฝ่าย คือ บริษัท เจเนอรัล ฟูดส์ โพลทรี จำกัด และ บริษัท ยูไนเต็ท เทรดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้ถอนทุนออกไป โดยผู้ถือหุ้นกลุ่มเครือ ป.เจริญพันธ์ รับซื้อหุ้นไว้ทั้งหมด
- 2530 : ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 77.7 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท เพื่อขยายโรงงานและเพิ่มกำลังการผลิตในการชำแหละไก่ 6,000 ตัวต่อชั่วโมง
- 2532 : ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100 ล้านบาท เป็น 150 ล้านบาท เพื่อการขยายงานเพิ่มเติมทำให้มีกำลังการผลิตในการชำแหละไก่ 7,200 ตัวต่อชั่วโมง
- : ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ป.เจริญพันธ์โพลทรี จำกัด” ในเดือนตุลาคม และเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท จีเอฟพีที จำกัด” ในเดือนธันวาคม
- 2533 : ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 150 ล้านบาท เป็น 420 ล้านบาท เพื่อลงทุนซื้อหุ้น 99.99% ในบริษัทย่อย 2 แห่ง เพื่อขยายกิจการให้ครบวงจรในอุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่ คือ
1. บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์แม่พันธุ์ เพื่อผลิตและจำหน่ายลูกไก่พันธุ์ไซและลูกไก่พันธุ์เนื้อ
 2. บริษัท เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม จำกัด ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ
- 2534 : ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด ดำเนินธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป
- : ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 420 ล้านบาท เป็น 1,000 ล้านบาท
- : ได้ซื้อหุ้น 65% ในบริษัทย่อยอีกแห่งหนึ่ง คือ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อปี 2531 ซึ่งดำเนินธุรกิจในการผลิตอาหารสัตว์
- 2535 : เริ่มเข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีทุนจดทะเบียน 1,000 ล้านบาท ทุนเรียกชำระแล้ว 570 ล้านบาท



- 2536 : ได้ลงทุน 49% ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยร่วมทุนกับ บริษัท คีย์สโตน ฟู้ด คอร์ปอเรชั่น (อเมริกา) จำกัด ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วน 51% โดยบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด มีทุนจดทะเบียน และเรียกชำระแล้ว 100 ล้านบาท
- 2537 : บริษัท จีเอฟพีที จำกัด ได้แปรสภาพจาก “บริษัทจำกัด” เป็น “บริษัทมหาชนจำกัด”
: บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด ได้แปรสภาพจาก “บริษัทจำกัด” เป็น “บริษัทมหาชนจำกัด”
- 2541 : บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ได้ทำการเพิกถอนหุ้นสามัญจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 2543 : ได้ทำการเพิ่มทุนเรียกชำระแล้วจาก 570 ล้านบาท เป็น 626.91 ล้านบาท
- 2545 : ได้ซื้อหุ้นของ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) เพิ่ม ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 65% เป็น 96.5%
- 2546 : ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,000 ล้านบาท เป็น 1,400 ล้านบาท และเพิ่มทุนเรียกชำระแล้วจาก 626.91 ล้านบาท เป็น 1,253.82 ล้านบาท
: ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ปวยุอาพันธุ์
- 2551 : ได้ลงทุน 49% ในบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายไก่แปรรูปและไก่สดแช่แข็งในประเทศและต่างประเทศ โดยร่วมทุนกับ บริษัท นิธิเร ฟู้ดส์ อินค์ ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วน 51% โดยบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 1,170 ล้านบาท
- 2553 : แปลงค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมมูลค่าหุ้นละ 10 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท โดยทุนจดทะเบียนคงเดิมคือ 1,400 ล้านบาท แต่จำนวนหุ้นสามัญเพิ่มขึ้นจากเดิม 140 ล้านหุ้น เป็น 1,400 ล้านหุ้น
- 2554 : ได้ซื้อหุ้นของ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) เพิ่ม ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 96.5% เป็น 97.85%
- 2555 : ได้ทำการเพิ่มทุน บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุน โดยเพิ่มทุนในสัดส่วนเดิม 49% จำนวนรวม 903.56 ล้านบาท โดย บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว ดังนี้
- เดือนพฤษภาคม เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,170 ล้านบาท เป็น 1,514 ล้านบาท (GFPT เพิ่มทุน 168.56 ล้านบาท)
- เดือนธันวาคม เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,514 ล้านบาท เป็น 3,014 ล้านบาท (GFPT เพิ่มทุน 735.00 ล้านบาท)
: ได้ซื้อหุ้นของ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) เพิ่ม ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 97.85% เป็น 97.86%
- 2556 : ได้ซื้อหุ้นของ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) เพิ่ม ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 97.86% เป็น 97.87%



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท





บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก่อตั้งขึ้นในปี 2524 โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนในปี 2537 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 1,400,000,000 บาท และทุนเรียกชำระแล้ว 1,253,821,000 บาท บริษัทฯ เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มดำเนินธุรกิจหลัก คือ การชำแหละและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ โดยผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ ได้แก่ ชิ้นส่วนไก่สดและผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปปรุงสุก รวมถึงผลพลอยได้จากการชำแหละไก่ จำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และของลูกค้า โดยจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในปี 2556 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตและแปรรูปเนื้อไก่สูงสุดที่ 124,600 ตันต่อปี และมีกำลังการผลิตไก่ปรุงสุกที่ 24,000 ตันต่อปี มีโรงงานเพียงแห่งเดียวที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ

บริษัทฯ และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมการเกษตรครบวงจร โดยขอบเขตของการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท จะครอบคลุมตั้งแต่ สายธุรกิจอาหารสัตว์ สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ป้อนพันธุ์ สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ สายธุรกิจจำหน่ายลูกไก่ สายธุรกิจชำแหละและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ และสายธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป

การดำเนินธุรกิจของทั้งกลุ่มบริษัท เป็นลักษณะการดำเนินงานตามนโยบาย แบบต่อเนื่องครบวงจร โดยเริ่มต้นตั้งแต่ การลงทุน 97.87% ในบริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท KT”) โดยมีทุนจดทะเบียน 400 ล้านบาท บริษัท KT ดำเนินธุรกิจผลิตอาหารสัตว์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท KT คืออาหารสัตว์บกและอาหารสัตว์น้ำ บริษัท KT จำหน่ายอาหารสัตว์บกโดยเฉพาะอาหารไก่ให้กับบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท MKS, บริษัท FKT และบริษัท GP ตลอดจนผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไป สำหรับอาหารสัตว์น้ำ บริษัท KT จำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์น้ำทั่วไป ในปี 2556 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น 1,111,000 ตัน โดยแบ่งเป็นโรงงานผลิตอาหารสัตว์บก 1 โรง โรงงานผลิตอาหารสัตว์น้ำ 2 โรง ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ มีกำลังการผลิตรวม 599,000 ตันต่อปี และเป็นโรงงานผลิตอาหารไก่เนื้อ 1 โรง ตั้งอยู่ที่ จังหวัดชลบุรี มีกำลังการผลิตรวม 512,000 ตันต่อปี นอกจากนี้ยังมีฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ ผลิตไข่เชื้อเพื่อจำหน่ายให้กับบริษัท FKT ในปี 2556 มีกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 21 ล้านฟองต่อปี โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 3 ฟาร์มซึ่งตั้งอยู่ที่ จังหวัดชลบุรี สำหรับผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือเป็นบุคคลที่ไม่มีความขัดแย้งกับทางบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัท จีพี บริติช จำกัด (“บริษัท GP”) โดยมีทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท บริษัท GP ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ป้อนพันธุ์ ผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เพื่อจำหน่ายให้กับบริษัท FKT, บริษัท KT และผู้เลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั่วไป ในปี 2556 บริษัท GP มีกำลังการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เท่ากับ 1,100,000 ตัวต่อปี โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 1 ฟาร์มซึ่งตั้งอยู่ที่ จังหวัดชลบุรี

บริษัทฯ ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด (“บริษัท FKT”) โดยมีทุนจดทะเบียน 350 ล้านบาท บริษัท FKT ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ เพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์เพื่อจำหน่ายให้กับบริษัท MKS ทั้งหมด ส่วนลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่ บริษัท FKT ได้นำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อมาเลี้ยงและผลิตลูกไก่พันธุ์ไข่ จำหน่ายให้กับ บริษัท KT และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่พันธุ์ไข่ ในปี 2556 บริษัท FKT มีกำลังการผลิตสำหรับลูกไก่พันธุ์เนื้อเท่ากับ 92 ล้านตัวต่อปี ส่วนกำลังการผลิตลูกไก่พันธุ์ไข่เท่ากับ 3 ล้านตัวต่อปี โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อจำนวน 5 ฟาร์ม และฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่จำนวน 1 ฟาร์ม ซึ่งตั้งอยู่ที่ จังหวัดชลบุรี



บริษัทฯ ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด (“บริษัท MKS”) โดยมีทุนจดทะเบียน 550 ล้านบาท บริษัท MKS ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อโดยรับซื้อลูกไก่เนื้อทั้งหมดจากบริษัท FKT นำมาเลี้ยงเองจนอายุครบ 41 ถึง 43 วัน แล้วจำหน่ายไก่เนื้อให้กับบริษัท GFPT และบริษัท GFN (บริษัทร่วมทุน) ในปี 2556 บริษัท MKS มีกำลังการผลิตไก่เนื้อรวมเท่ากับ 73 ล้านตัวต่อปี จากฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อทั้งหมด 12 ฟาร์ม ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี สำหรับลูกไก่เนื้อที่เกินกำลังการผลิตจะจัดจำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงอิสระภายนอก

บริษัทฯ ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัท จีเอฟ ฟู้ดส์ จำกัด (“บริษัท GFF”) โดยมีทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท บริษัท GFF ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท GFF ได้แก่ ไส้กรอก ลูกชิ้น ไก่อบ และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่นๆ ซึ่งจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “จีเอฟฟู้ดส์” โดยจำหน่ายผ่านศูนย์จำหน่าย ตลาดสด และตลาดพ่อค้าคนกลาง ในปี 2556 บริษัท GFF มีกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 9,000 ตันต่อปี โดยมีโรงงานอยู่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ

บริษัทฯ ได้ลงทุน 49% ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด (“บริษัท McKey”) โดยมีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท บริษัท McKey ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ ในปี 2556 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 25,000 ตันต่อปี โดยมีโรงงานอยู่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ สำหรับผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือเป็นบุคคลที่ไม่มีความขัดแย้งกับทางบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ลงทุน 49% ในบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด (“บริษัท GFN”) โดยมีทุนจดทะเบียน 3,014 ล้านบาท บริษัท GFN ดำเนินธุรกิจชำแหละและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ เพื่อจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ มีกำลังการผลิตและแปรรูปเนื้อไก่สูงสุดที่ 81,600 ตันต่อปี และมีกำลังการผลิตไก่ปรุงสุกที่ 26,000 ตันต่อปี มีโรงงานอยู่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี สำหรับผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือเป็นบุคคลที่ไม่มีความขัดแย้งกับทางบริษัทฯ

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินรวม

รายได้แต่ละสายธุรกิจ	ดำเนินการ โดย	% ของ การถือ หุ้น	2556 รายได้ (ล้านบาท)	%	2555 รายได้ (ล้านบาท)	%	2554 รายได้ (ล้านบาท)	%
ชำแหละไก่แปรรูป	GFPT		7,035.44	40.83	5,803.86	37.26	6,101.15	42.60
	McKey, GFN	49.00	220.72	1.28	(74.39)	(0.48)	(111.29)	(0.78)
อาหารสัตว์	KT	97.87	4,817.96	27.96	5,294.03	33.99	4,838.82	33.79
ฟาร์มเลี้ยงสัตว์และ จำหน่ายลูกไก่	FKT, GP, MKS, KT	99.99 97.87	4,004.94	23.24	3,664.25	23.52	2,812.83	19.64
ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป	GFF	99.99	840.69	4.88	607.67	3.90	456.75	3.19
รายได้อื่น			311.65	1.81	281.13	1.81	222.96	1.56
รวม			17,231.40	100.00	15,576.55	100.00	14,321.22	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

สายธุรกิจชำแหละและแปรรูปเนื้อไก่

สายธุรกิจชำแหละไก่และแปรรูปเนื้อไก่ดำเนินการโดยบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ คือ ชิ้นส่วนไก่สด และผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปปรุงสุก รวมถึงผลิตภัณฑ์พลอยได้จากการชำแหละไก่ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59 และร้อยละ 41 ตามลำดับ

1) ตลาดภายในประเทศ

คู่แข่งหลักของบริษัทฯ คือผู้ประกอบการโรงชำแหละไก่ในประเทศ ซึ่งบริษัทฯ มีความได้เปรียบเนื่องจากบริษัทฯ ทำธุรกิจครบวงจร คือตั้งแต่ผลิตอาหารสัตว์ เลี้ยงไก่ ชำแหละไก่ และแปรรูปสินค้า ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควบคุมต้นทุนการผลิตของบริษัทฯ ได้อีกด้วย

2) ตลาดต่างประเทศ

คู่แข่งหลักของบริษัทฯ คือผู้ผลิตเนื้อไก่รายใหญ่ของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา บราซิล และจีน ประเทศไทยจัดเป็นหนึ่งในผู้ผลิตเนื้อไก่รายใหญ่อันดับหนึ่ง และมีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ โดยที่มูลค่าการส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อไก่ปรุงสุกในช่วงต้นปี และส่งออกไก่สดแช่แข็งได้ในช่วงปลายปี เนื่องจากตลาดสหภาพยุโรปเพิ่งจะอนุญาตให้มีการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทย หลังจากที่ประเทศไทยสามารถควบคุมการระบาดของโรคไข้หวัดนกได้

การพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่หรือน้อยราย

วัตถุดิบหลักสำคัญที่ใช้คือไก่เนื้อ บริษัทฯ ต้องพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่เพียงรายเดียว คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นผู้เลี้ยงไก่เนื้อ ในปี 2556 มียอดสั่งซื้อเป็นจำนวน 4,200 ล้านบาท บริษัทฯ คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายเดียว เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทย่อยและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน



สิทธิประโยชน์

บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจำนวน 4 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับสิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, 31 วรรค 2, 31 วรรค 3, 31 วรรค 4, 34, 36(1), 36(2) และมาตรา 37 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับรวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามท่อนุมัติ และให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
1776(2)/2545	11 ธันวาคม 2545	ผลิตอาหารสำเร็จรูปจากเนื้อไก่	21 มกราคม 2548	20 มกราคม 2556
1699(3)/2547	25 สิงหาคม 2547	ผลิตอาหารสำเร็จรูปจากเนื้อไก่	23 กรกฎาคม 2550	22 กรกฎาคม 2558
1329(2)/2552	24 เมษายน 2552	ผลิตไก่ชำแหละ	1 กรกฎาคม 2554	30 มิถุนายน 2562
1051(3)/2553	18 มกราคม 2553	ผลิตอาหารสำเร็จรูปจากเนื้อไก่	15 มกราคม 2554	14 มกราคม 2562

สายธุรกิจอาหารสัตว์

สายธุรกิจอาหารสัตว์ ดำเนินการโดย บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ คือ อาหารสัตว์บกและอาหารสัตว์น้ำ บริษัทฯ จำหน่ายอาหารสัตว์บกโดยเฉพาะอาหารไก่ให้กับบริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และบริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด ตลอดจนผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไป สำหรับอาหารสัตว์น้ำ จำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์น้ำทั่วไป สภาวะการแข่งขันธุรกิจอาหารสัตว์นี้ ไม่ค่อยรุนแรงมากนัก เนื่องจากร้อยละ 57 ขายให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ส่วนร้อยละ 43 ขายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์อิสระทั่วไป บริษัทฯ มีจุดแข็งที่สำคัญคือ เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจอาหารสัตว์มานานมากกว่า 20 ปี ทำให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ รวมทั้งได้จัดให้มีนักวิชาการคอยให้คำปรึกษา ดูแล การเลี้ยงสัตว์ ซึ่งทำให้ลูกค้ามั่นใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังมีฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ โดยเลี้ยงในโรงเรือนระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ เพื่อผลิตไข่เชื้อขายให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

ในส่วนของการอาหารสัตว์ บริษัทฯ พึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 3 ราย คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และบริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด และในส่วนของการไข่เชื้อ บริษัทฯ พึ่งพาลูกค้าเพียงรายเดียว คือ บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด โดยในปี 2556 มียอดจำหน่ายอาหารไก่เป็นจำนวนเงิน 6,320 ล้านบาท และยอดจำหน่ายไข่เชื้อเป็นจำนวนเงิน 185 ล้านบาท บริษัทฯ คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุน ในกิจการผลิตไข่ไก่เชื้อจำนวน 1 ฉบับ และในกิจการผลิตอาหารสัตว์หรือส่วนผสมอาหารสัตว์ จำนวน 2 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับสิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, 31 วรรค 3, 31 วรรค 4, 34 และ 37 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับรวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามท่อนุมัติ และให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100



ของเงินลงทุน ไม่รวม ค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
1429(2)/2546	21 สิงหาคม 2546	ผลิตไข่ไก่เชื้อ	14 มิถุนายน 2549	13 มิถุนายน 2557
1850(2)/2548	20 กันยายน 2548	ผลิตอาหารสัตว์หรือส่วนผสมอาหารสัตว์	1 มิถุนายน 2552	31 พฤษภาคม 2560
1173(2)/2553	16 กุมภาพันธ์ 2553	ผลิตอาหารสัตว์หรือส่วนผสมอาหารสัตว์	12 กรกฎาคม 2555	11 กรกฎาคม 2563

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงสัตว์และจำหน่ายลูกไก่

ซึ่งสามารถแบ่งตามลักษณะการเลี้ยงได้ 3 ประเภท คือ

1. ธุรกิจไก่ป๋วยพันธุ์

ธุรกิจไก่ป๋วยพันธุ์ ดำเนินการโดยบริษัท จีพี บริติค จำกัด โดยเริ่มจากการซื้อลูกไก่ป๋วยพันธุ์จากต่างประเทศและนำมาเลี้ยงโดยโรงเรือนระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ เพื่อผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อแล้วจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อให้กับ บริษัท ฟาร์มกรุงเทพ จำกัด, บริษัท กรุงเทพอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) และผู้เลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั่วไปทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สถานะการตลาดของธุรกิจนี้มีการแข่งขันค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากบริษัทฯ เป็นบริษัทย่อยในกลุ่มจีเอฟพีที ซึ่งทำธุรกิจครบวงจร ทำให้บริษัทฯ ไม่เกิดสถานะการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่ง

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัทฯ ต้องพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 2 ราย คือ บริษัท ฟาร์มกรุงเทพ จำกัด และบริษัท กรุงเทพอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) โดยมียอดซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ในปี 2555 เป็นจำนวน 116 ล้านบาท บริษัทคาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่น้อยราย เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

บริษัท จีพี บริติค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อประเภท 1.4 กิจการขยายพันธุ์สัตว์ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนและได้สิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, 31 วรรค 3, 31 วรรค 4 และ 34 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ รวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่อนุมัติ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ ตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
1932(2)/2548	11 ตุลาคม 2548	ผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อ	9 กันยายน 2549	8 กันยายน 2557

2. ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ ดำเนินการโดยบริษัท ฟาร์มกรุงเทพ จำกัด โดยซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อจากฟาร์มไก่ป๋วยพันธุ์จาก บริษัท จีพี บริติค จำกัด และซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่จากต่างประเทศ และนำมาเลี้ยงโดยโรงเรือนระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ เพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์เนื้อและลูกไก่พันธุ์ไข่ แล้วจำหน่ายลูกไก่พันธุ์เนื้อทั้งหมดให้กับ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ส่วน



ลูกไก่พันธุ์ไข่จำหน่ายให้กับ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่พันธุ์ไข่ สถานะการตลาดของธุรกิจนี้มีการแข่งขันค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากบริษัทฯ เป็นบริษัทย่อยในกลุ่มจีเอฟฟี่ ซึ่งทำธุรกิจเกษตร ครบวงจร ทำให้ไม่เกิดสถานะการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่ง

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัทฯ ต้องพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 2 ราย คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด และบริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) โดยในปี 2556 มียอดจำหน่ายลูกไก่พันธุ์ไข่เนื้อและลูกไก่พันธุ์ไข่เป็นจำนวน 905 ล้านบาท บริษัทฯ คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตลูกไก่ ประเภท 1.5 กิจการขยายพันธุ์สัตว์ หรือเลี้ยงสัตว์ จำนวน 2 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และได้สิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, 31 วรรค 3, 31 วรรค 4 และ 34 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ รวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่อนุมัติ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ ตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
1187(2)/2553	24 กุมภาพันธ์ 2553	ผลิตลูกไก่	ยังไม่มีรายได้	-
1591(2)/2553	8 มิถุนายน 2553	ผลิตลูกไก่	22 สิงหาคม 2556	21 สิงหาคม 2564

3. ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ ดำเนินการโดยบริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ คือ ไก่เนื้อ โดยมีวัตถุดิบหลักคือลูกไก่พันธุ์เนื้อ ซึ่งจากบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และอาหารไก่ ซึ่งจากบริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ส่วนวัตถุดิบอื่น เช่น วัคซีน ฯลฯ ซึ่งจากบริษัทในประเทศ และนำมาดำเนินการเลี้ยงในโรงเรือนด้วยระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ จนอายุครบ 41 ถึง 43 วัน แล้วจึงจำหน่ายให้กับบริษัท จีเอฟฟี่ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท จีเอฟฟี่ นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่ ดังนั้น สถานะการตลาดของบริษัทนี้ แทบจะไม่มีการแข่งขัน เนื่องจากลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทฯ คือ บริษัทใหญ่และบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัทพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 2 รายคือ บริษัท จีเอฟฟี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัท จีเอฟฟี่ นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด โดยในปี 2556 มียอดจำหน่ายไก่เนื้อเป็นจำนวน 4,200 ล้านบาท และ 3,300 ล้านบาท ตามลำดับ บริษัทฯ คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทแรกเป็นบริษัทใหญ่และมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน ส่วนบริษัทที่สอง เป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่

สิทธิประโยชน์

บริษัท เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุน ในกิจการเลี้ยงไก่เนื้อ ประเภท 1.5 กิจการเลี้ยงสัตว์ จำนวน 12 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และได้สิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริม



การลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, 31 วรรค 3, 31 วรรค 4 และ 34 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับรวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามพิกัดอัตราศุลกากรและภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
1632(2)/2546	11 พฤศจิกายน 2546	เลี้ยงไก่เนื้อ	12 พฤษภาคม 2548	11 พฤษภาคม 2556
1571(2)/2551	6 มิถุนายน 2551	เลี้ยงไก่เนื้อ	17 เมษายน 2553	16 เมษายน 2561
2085(2)/2551	19 พฤศจิกายน 2551	เลี้ยงไก่เนื้อ	8 ตุลาคม 2553	7 ตุลาคม 2561
1341(2)/2552	28 เมษายน 2552	เลี้ยงไก่เนื้อ	9 มิถุนายน 2554	8 มิถุนายน 2562
1470(2)/2552	5 มิถุนายน 2552	เลี้ยงไก่เนื้อ	5 มิถุนายน 2554	4 มิถุนายน 2562
1897(2)/2553	24 สิงหาคม 2553	เลี้ยงไก่เนื้อ	25 ตุลาคม 2554	24 ตุลาคม 2562
1898(2)/2553	24 สิงหาคม 2553	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-
2106(2)/2553	19 ตุลาคม 2553	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-
2107(2)/2553	19 ตุลาคม 2553	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-
2108(2)/2553	19 ตุลาคม 2553	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-
1674(2)/2554	9 มิถุนายน 2554	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-
1022(2)/2555	12 มกราคม 2555	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-

สายธุรกิจอาหารแปรรูป

สายธุรกิจอาหารแปรรูป ดำเนินการโดยบริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ไส้กรอก ลูกชิ้น ไก่ยอ และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่นๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์จะอยู่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “จีเอฟฟูดส์” ตลาดที่สำคัญของธุรกิจนี้คือ ศูนย์จำหน่าย ตลาดสด และตลาดพ่อค้าคนกลาง บริษัทฯ เผชิญกับสภาวะแข่งขันค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากการผลิตไส้กรอก ลูกชิ้น ไก่ยอ และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่น บางส่วนจะใช้เศษเนื้อไก่ที่เกิดจากการตัดแต่งของผลิตภัณฑ์ ซึ่งบริษัทฯ มีคู่แข่งที่สำคัญ คือกลุ่มบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเป็นหลัก

การพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัทฯ ต้องพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายเพียงรายเดียวคือ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ในการซื้อวัตถุดิบหลักคือชิ้นส่วนไก่เนื้อเพื่อนำมาผลิตและจำหน่ายสินค้า โดยในปี 2556 มียอดการสั่งซื้อเป็นจำนวน 565 ล้านบาท บริษัทฯ คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อกรดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่เพียงรายเดียว เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทใหญ่และมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

สายธุรกิจชำแหละและแปรรูปเนื้อไก่

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้น บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง เนื่องจากบริษัทฯ มีประสบการณ์มาหลายสิบปีทางด้านภาคปศุสัตว์ ทำให้คุณภาพ



ผลิตภัณฑ์ เป็นที่ยอมรับของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตามที่ลูกค้าต้องการ

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะผลิตสินค้ามูลค่าเพิ่มเป็นสำคัญ เนื่องจากต้นทุนการผลิตของไทยสูงกว่าคู่แข่งเล็กน้อย ถ้าผลิตสินค้าธรรมดาอาจไม่สามารถแข่งขันประเทศอื่นได้ ดังนั้น บริษัทฯ เน้นการผลิตไก่แปรรูปที่ต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือให้มากขึ้น ซึ่งประเทศอื่นที่เป็นคู่แข่งยังพัฒนาฝีมือได้ไม่ทัน หรือคู่แข่งในบางประเทศมีอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูงไม่สามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องของกระบวนการผลิตที่ต้องได้มาตรฐานสากล มีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ และควบคุมคุณภาพในการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ ปลอดภัยต่อการบริโภค มีหน่วยงานในการประสานงานและติดตามควบคุมการขนส่งและจัดเก็บสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อให้ผู้บริโภคและลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังคงสามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าในประเทศ สามารถแบ่งลักษณะของลูกค้าในประเทศได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทย่อยและบริษัทรวม ได้แก่ บริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) รับซื้อชิ้นส่วนไก่ที่เกิดจากการตัดแต่งสินค้าต่างประเทศ เพื่อนำไปผลิตไส้กรอก และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่น โดยมีสัดส่วนการซื้อร้อยละ 12 และบริษัทรวม 2 แห่ง คือ บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีสัดส่วนการซื้อคิดเป็นร้อยละ 20 และร้อยละ 1 ของยอดขายในประเทศ ตามลำดับ โดยที่บริษัทรวมทั้ง 2 แห่ง ซื้อชิ้นส่วนไก่เพื่อนำไปผลิตสินค้าส่งให้กับลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าแปรรูปเนื้อไก่เพื่อการส่งออก ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะรับซื้อชิ้นส่วนไก่ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 13 ของยอดขายภายในประเทศ แล้วนำไปแปรรูปเป็นอาหารสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูปเพื่อการส่งออก

กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าที่เป็นพ่อค้าคนกลางรายย่อย ๆ ซึ่งจะมารับสินค้าจากบริษัทฯ ทุกวันเพื่อนำไปขายต่อผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 54 ของยอดขายภายในประเทศ

ลูกค้าต่างประเทศ บริษัทฯ ส่งออกเนื้อไก่ไปยังต่างประเทศ ตลาดต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป ฮองกง และสิงคโปร์ เป็นต้น

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท คือ กลุ่มผู้บริโภคเนื้อสัตว์ทั้งในและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) มีการจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “GFPT” และเครื่องหมายการค้าของลูกค้า มีสัดส่วนแบ่งเป็นตลาดภายในประเทศร้อยละ 59 และตลาดต่างประเทศร้อยละ 41

ตลาดภายในประเทศ สินค้าส่วนใหญ่เป็นผลพลอยได้จากการชำแหละไก่ เช่น ขนไก่ หัวไก่ เครื่องใน กระดูก เศษเนื้อเศษหนัง โดยผู้ซื้อส่วนหนึ่งเป็นพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเข้ามารับสินค้าทุกวันเพื่อนำไปส่งแก่ผู้บริโภคอีกต่อหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งเป็นสินค้าคุณภาพระดับส่งออก จำหน่าย ให้กับบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้าแปรรูปจากเนื้อไก่ โดยส่งออกอีกต่อหนึ่ง



นอกจากนี้บริษัทย่อยคือ บริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด เป็นผู้รับซื้อเนื้อไก่เพื่อนำไปผลิตไส้กรอก ส่วนบริษัทร่วมคือ บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด จะนำไปผลิตเป็น ไก่ทอด เบอร์เกอร์ไก่ และ นกเก็ต เป็นต้น

ตลาดต่างประเทศ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ติดต่อขายสินค้าโดยตรงกับลูกค้า ซึ่งผู้นำเข้ารายใหญ่ คือ ประเทศญี่ปุ่นและกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันภายในประเทศ ผู้ประกอบการโรงชำแหละไก่ในประเทศโดยส่วนใหญ่ มักอยู่ในลักษณะที่ครอบครัว คือ มีธุรกิจอาหารสัตว์ ผลิตลูกไก่ และฟาร์มเลี้ยงไก่เป็นของตนเอง

สำหรับการแข่งขันของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นภายในประเทศจัดได้ว่า อยู่ในระดับแนวหน้ารายหนึ่ง และมีธุรกิจครบวงจร คือ โรงงานอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงไก่ และโรงชำแหละไก่ การที่บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในบริษัทที่ครบวงจรย่อมจะได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในด้านการควบคุมคุณภาพ ความสามารถในการหาเนื้อไก่ป้อนเข้าโรงชำแหละ เนื่องจากมีฟาร์มเลี้ยงของตนเอง ตลอดจนการปรับปรุงเทคโนโลยีให้ทันสมัย และสามารถกำหนดปริมาณให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การแข่งขันในตลาดต่างประเทศ คู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกเนื้อไก่ปรุงสุกประกอบด้วย จีน บราซิล และ สหรัฐอเมริกา ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดส่งออกขึ้นอยู่กับความได้เปรียบของผู้ส่งออกในแต่ละประเทศ เช่น ต้นทุนของสินค้า ค่าระวาง คุณภาพของสินค้า ซึ่งประเทศไทยนับได้ว่ามีความได้เปรียบในเรื่องต้นทุนการผลิต คุณภาพ ตลอดจนประสิทธิภาพในการพิจารณารูปแบบของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ไทยสามารถขยายตลาดส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี

(ค) ภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

สถานการณ์ในปี 2556

ภาวะการผลิต

ในปี 2556 ประเทศผู้นำในการผลิตไก่เนื้อส่วนใหญ่ อาทิ ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศบราซิล ยังคงสามารถขยายกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก บวกกับความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ที่เพิ่มขึ้นทดแทนเนื้อสัตว์ประเภทอื่น เนื่องจากเนื้อไก่เป็นอาหารโปรตีนที่มีราคาถูก และมีไขมันต่ำ นอกจากนั้นความต้องการบริโภคที่ยังขยายตัวได้ดีในประเทศที่ระดับการบริโภคเนื้อไก่ต่อคนยังค่อนข้างต่ำเช่น ประเทศเม็กซิโก ประเทศจีน และประเทศในฝั่งสหภาพยุโรปตะวันออกถือเป็นปัจจัยผลักดันให้การผลิทยังคงขยายตัวต่อไปได้ด้วย อย่างไรก็ตาม ปัญหาการระบาดของไข้หวัดนกที่ยังเกิดขึ้นเป็นครั้งคราวในหลายภูมิภาคของโลก ประกอบกับการที่วัตถุดิบอาหารสัตว์มีราคาสูงขึ้นในบางประเทศ เช่น จีน และเม็กซิโก ก็ทำให้การผลิตและการส่งออกในประเทศที่ประสบปัญหาไม่อาจขยายตัวได้มากนัก

ในปี 2556 ปริมาณผลผลิตไก่เนื้อรวมของโลกมีประมาณ 84.640 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 2.69 โดยประเทศสหรัฐอเมริกายังคงเป็นประเทศผู้ผลิตไก่เนื้อรายใหญ่ที่สุดของโลก ตามมาด้วยประเทศจีน ประเทศบราซิล และประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป ตามลำดับ

ประเทศสหรัฐอเมริกาส่งออกเนื้อไก่ในปี 2556 ได้ประมาณ 16.958 ล้านตันเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ประมาณร้อยละ 2.925 ในขณะที่ประเทศจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 2 มีปริมาณผลผลิตไก่เนื้อราว 13.500 ล้านตัน ลดลงจากปี 2555 ร้อยละ 1.46 ส่วนประเทศบราซิลซึ่งเป็นผู้ผลิตอันดับรองลงมาผลิตไก่เนื้อได้ 12.770 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2555



เล็กน้อยเพียงประมาณร้อยละ 0.16 และกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 4 นั้นผลิตเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 2.85 คือผลิตได้ประมาณ 9.750 ล้านตัน

ในส่วนของประเทศไทยนั้น ในปี 2556 มีการเลี้ยงไก่เนื้อรวมทั้งสิ้นประมาณ 1,104.05 ล้านตัว คิดเป็นผลผลิตไก่เนื้อราว 1.524 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.625 จากปี 2555 สาเหตุที่การผลิตเพิ่มไม่มากนัก เป็นเพราะมีธุรกิจการเลี้ยงไก่ครบวงจรรายใหญ่อายหนึ่ง ประสบปัญหาจนต้องระงับการดำเนินการ อย่างไรก็ตามผลกระทบต่อการผลิตโดยรวมมีไม่มากนัก เนื่องจากผู้ผลิตรายใหญ่อื่นๆ ขยายการผลิตเพื่อรองรับการส่งออกที่เพิ่มขึ้นหลังจากที่เริ่มส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งไปยังสหภาพยุโรป ประเทศญี่ปุ่น ได้อีกครั้ง

ภาวะการตลาด

ตลาดในประเทศ

แม้ว่าภาวะเงินเฟ้อและปัญหาความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองจะส่งผลกระทบต่ออำนาจซื้อของผู้บริโภคไม่น้อย แต่การบริโภคเนื้อไก่ภายในประเทศก็ยังคงเพิ่มขึ้นได้ประมาณร้อยละ 8.36 จาก 0.932 ล้านตันในปี 2555 เป็น 1.010 ล้านตันในปี 2556 ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีว่าอุตสาหกรรมไก่เนื้อได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจและการเมืองไม่มากนัก

การบริโภคที่ยังคงเพิ่มขึ้นนี้เนื่องมาจากราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่ค่อนข้างมีเสถียรภาพในปี 2556 ทำให้ต้นทุนการผลิตและราคาเนื้อไก่คงอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคสามารถซื้อได้ นอกจากนี้การบริโภคเนื้อไก่เพิ่มขึ้นยังมีสาเหตุเนื่องมาจากกระแสค่านิยมของผู้บริโภคจำนวนมากที่หันมาใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น ทำให้มีแนวโน้มจะเลือกสรรบริโภคอาหารประเภทเนื้อสัตว์ที่มีไขมันต่ำ ซึ่งภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดด้านงบประมาณการบริโภคภายใต้สถานการณ์เศรษฐกิจซบเซาเช่นที่เป็นอยู่ การบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อถือได้ว่าเป็นทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมที่สุด ปัจจัยเสริมอีกประการหนึ่งก็คือการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจฟาสต์ฟู้ดซึ่งส่วนหนึ่งต้องใช้ผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อเป็นวัตถุดิบ ประกอบกับการที่ราคาเนื้อไก่ที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชนิดอื่น ๆ ก็มีส่วนช่วยทำให้ปริมาณความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ภายในประเทศยังสามารถเพิ่มขึ้นได้ นอกจากนี้ความเชื่อมั่นมากขึ้นของผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ที่จำหน่ายนั้นผ่านมาตรฐานด้านสุขอนามัยอย่างเข้มงวด ก็มีส่วนสำคัญช่วยให้ตลาดในประเทศยังคงขยายตัวต่อไปได้

การส่งออก

จากการที่ผู้ส่งออกรายใหญ่อายหนึ่งระงับการดำเนินการทำให้ปริมาณการส่งออกต่ำกว่าที่คาดหมาย ปริมาณส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อของไทยในปี 2556 ซึ่งเดิมคาดว่าจะสูงถึง 620,000 ตัน จึงมีปริมาณรวมทั้งสิ้นประมาณ 525,217 ตันลดลงจากปี 2555 ร้อยละ 4.91

อุปสรรคสำคัญของการส่งออกในปี 2556 นั้นนอกจากจะเป็นเพราะธุรกิจเลี้ยงไก่ครบวงจรรายหนึ่งในประเทศไทยระงับการดำเนินงานแล้ว ยังเป็นผลจากการที่ภาวะเศรษฐกิจโลกยังไม่ฟื้นตัวมากนักโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่เป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยคือประเทศในฝั่งสหภาพยุโรป อย่างไรก็ตามการส่งออกมีแนวโน้มจะกลับมาเติบโตได้ดีในช่วงนับแต่ปลายปีเป็นต้นมา เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นได้ยกเลิกมาตรการห้ามนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทยตั้งแต่วันที่ 25 ธันวาคม ปี 2556 เป็นต้นมา อีกทั้ง ประเทศจีนและประเทศเม็กซิโก ซึ่งถือได้ว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญยังไม่สามารถจัดการกับปัญหาการระบาดของไข้หวัดนกได้อย่างเด็ดขาด

ในด้านของตลาดส่งออกนั้น สหภาพยุโรปเป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อที่สำคัญ โดยในปี 2556 ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อไปยังสหภาพยุโรปประมาณ 243,825 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา



มา และสัดส่วนการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปก็ยังเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 43.3 ในปี 2555 เป็นร้อยละ 46.4 ในปี 2556 อีกด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากการที่สามารถส่งออกไก่สดแช่แข็งไปยังสหภาพยุโรปได้มาตั้งแต่ปลายปี 2555 นั้นเอง

ส่วนตลาดญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดอันดับ 2 ของไทยนั้นการส่งออกมีปริมาณ 211,061 ตัน ซึ่งลดลงจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 5 การลดลงนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่ญี่ปุ่นชะลอการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อของไทยและชะลอการยกเลิกมาตรการห้ามนำเข้าไก่สดจากประเทศไทยเมื่อช่วงต้นปี 2556 เนื่องจากทางประเทศญี่ปุ่นยังมีความกังวลเกี่ยวกับการระบาดของไข้หวัดนกที่เกิดขึ้นในหลายประเทศ แต่เมื่อเทียบสัดส่วน การส่งออกไปยังสหภาพยุโรปที่เพิ่มมากขึ้นนั้นทำให้สัดส่วนการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 40.3 ของปริมาณส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อรวมในปี 2555 เป็นร้อยละ 40.2 ในปี 2556

นอกจากตลาดหลักทั้ง 2 แล้ว การส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ นั้นมีปริมาณการส่งออกในปี 2556 ประมาณ 70,331 ตัน ซึ่งลดลงร้อยละ 22.51 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามคาดหมายได้ว่านับแต่ช่วงปลายปี 2556 เป็นต้นไป ผลกระทบจากการยุติการดำเนินการของผู้ส่งออกรายใหญ่ในช่วงกลางปี 2556 จะผ่อนคลายลงมากทำให้การส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อสามารถฟื้นตัวกลับมาได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อหลายประเทศที่เคยห้ามนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทยเช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศแอฟริกาใต้ ประเทศกานา ประเทศบาห์เรน ประเทศสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ ประเทศอียิปต์ ประเทศโอมาน ประเทศอิสราเอล ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย ประเทศฮ่องกง ประเทศลาว ประเทศบรูไน ประเทศเนปาล ประเทศศรีลังกา และประเทศสิงคโปร์ได้ยอมให้มีการนำเข้าได้ใหม่เช่นเดียวกับสหภาพยุโรป ด้วย

แนวโน้มปี 2557

ภาวะการผลิต

การผลิตไก่เนื้อของไทยยังคงปรับตัวเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับจำนวนประชากร และการส่งออกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก หลังจากเริ่มส่งออกไก่สดแช่แข็งไปในหลายประเทศ โดยในปี 2557 คาดว่า จะมีปริมาณผลิตรวมราว 1.160 ล้านตัวหรือประมาณ 1.680 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 7.69 ซึ่งเป็นผลจากการคาดการณ์ถึงภาวะเศรษฐกิจและการเมืองที่มีแนวโน้มว่าจะดีขึ้นกว่าปี 2556 จึงทำให้การบริโภคภายในประเทศขยายตัวได้ดียิ่งขึ้น บวกกับการผลิตไก่เนื้อของไทยนั้นมีการจัดการฟาร์มที่ได้มาตรฐานและมีระบบการผลิตที่ปลอดภัย ทำให้ปริมาณความต้องการบริโภคเนื้อไก่ของไทยและต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศญี่ปุ่นและประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น

อีกปัจจัยหนึ่งที่คาดว่าจะมีส่วนช่วยทำให้การผลิตไก่เนื้อในปี 2557 เติบโตได้ดีก็คือการที่ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์หลายประเภทมีแนวโน้มลดลงซึ่งจะไปช่วยหักล้างผลจากการที่ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นเพราะปรับตัวราคาจ้างขั้นต่ำในปี 2556 ไปได้ส่วนหนึ่ง

ภาวะการตลาด

จากภาวะทางเศรษฐกิจและการเมืองที่คาดว่าจะมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นในปี 2557 จึงอาจทำให้เศรษฐกิจมีการขยายตัวได้ดีกว่าปี 2556 แม้จะไม่สูงมากนักแต่ก็น่าจะทำให้ตลาดของผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อภายในประเทศสามารถเติบโตขึ้นได้พอสมควร เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อถือเป็นทางเลือกหนึ่งที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ โปรตีนสูง ไขมันและคอเลสเตอรอลต่ำ อีกทั้งราคายังเหมาะสมกับค่าครองชีพ ทั้งนี้คาดว่า การบริโภคภายในประเทศในปี 2557 จะมีปริมาณราว 1,050 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 3.96



ส่วนในด้านตลาดต่างประเทศของผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อในปี 2557 นั้น มีโอกาสที่จะฟื้นตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะปริมาณส่งออกจะเพิ่มจากปี 2556 ร้อยละ 22 เป็นประมาณ 630,000 ตัน โดยปัจจัยเกื้อหนุนให้การส่งออกยังคงมีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อไปก็คือ ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังอยู่ในช่วงคาดว่าจะยังเติบโตได้ดี และการที่หลายประเทศได้ยกเลิกมาตรการห้ามนำเข้าไก่สดจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ตลาดผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อในปี 2557 จะขยายตัวได้จริงเพียงใดนั้น ขึ้นกับปัจจัยหลายประการที่อาจส่งผลกระทบต่อผลทางบวกและทางลบต่อการขยายตัวนี้ ได้แก่

ปัจจัยทางบวก

- ระบบการผลิตเพื่อส่งออกของประเทศไทยที่มีมาตรฐานสูง ประกอบกับความสามารถของผู้ส่งออกของประเทศไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อไก่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศ นอกจากนี้จะทำให้ผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อจากประเทศไทยได้รับการยอมรับทั้งในตลาดญี่ปุ่นและสหภาพยุโรปซึ่งเป็นตลาดสำคัญและมีอำนาจซื้อสูงแล้ว ยังทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพสูงที่จะขยายการส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ เช่นประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน แอฟริกาใต้ เกาหลีใต้ และรัสเซียอีกด้วย
- ประสิทธิภาพในการจัดการกับปัญหาการระบาดของไข้หวัดนก ทำให้ประเทศที่เคยห้ามนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทย ททยอยยกเลิกมาตรการดังกล่าว ซึ่งช่วยให้โอกาสขยายตลาดส่งออกสดได้ขึ้น โดยเฉพาะตลาดในกลุ่มสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศในแถบอาเซียนซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ
- ความกดดันในการแข่งขันกับประเทศจีนที่ผ่อนคลายลงเนื่องจากทางการเงินยังไม่สามารถควบคุมการระบาดของไข้หวัดนกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับการที่ผู้ผลิตในประเทศจีนหันมาเน้นการผลิตเพื่อตลาดในประเทศมากขึ้น จึงทำให้การผลิตเพื่อส่งออกมีสัดส่วนลดลง
- เนื่องจากแรงงานตัดแต่งชิ้นส่วนของประเทศไทยมีฝีมือดี และการขนส่งจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นใช้เวลาเพียง 10-14 วันซึ่งเร็วกว่าประเทศบราซิลที่ต้องใช้เวลาถึงประมาณ 8 สัปดาห์ ดังนั้นการที่ประเทศญี่ปุ่นยกเลิกมาตรการห้ามนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทย ก็จะทำให้สามารถชิงส่วนแบ่งตลาดญี่ปุ่นมาจากบราซิลได้
- ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่มีแนวโน้มว่าจะลดลงและนโยบายด้านการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ของรัฐบาลที่ค่อนข้างชัดเจนและไม่เปลี่ยนแปลงมากนักช่วยให้ผู้ทำธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อโดยเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่ครบวงจรสามารถคาดการณ์และวางแผนเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยทางลบ

- การปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำเป็นวันละ 300 บาททั่วประเทศตั้งแต่ต้นปี 2556 ตามนโยบายของรัฐบาลทำให้ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อเพิ่มสูงขึ้นและลดความได้เปรียบในการส่งออกเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่อัตราค่าจ้างไม่เปลี่ยนแปลง
- ราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มสูงขึ้น นอกจากจะทำให้ต้นทุนพลังงานในการผลิตสูงขึ้นแล้วยังทำให้มีการนำวัตถุดิบอาหารสัตว์บางประเภทไปใช้ในการผลิตแก๊สโซฮอล์และไบโอดีเซลเพื่อเป็นพลังงานทดแทนมากขึ้นจนเกิดความขาดแคลน และอาจทำให้ต้นทุนอาหารสัตว์กลับมีแนวโน้มสูงขึ้นได้



- การเจรจาเพื่อให้ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปเพิ่มโควตาการนำเข้าไก่ปรุงสุกจากประเทศไทยยังคงไม่สามารถบรรลุข้อตกลงได้ จึงทำให้การส่งออกไก่ปรุงสุกไปยังสหภาพยุโรปยากที่จะเพิ่มขึ้นได้อีก เนื่องจากสหภาพยุโรปกำหนดโควตานำเข้าไก่ปรุงสุกไว้ตายตัว และการนำเข้านอกโควตาต้องเสียภาษีในอัตราสูงมาก
- ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ปลายปี 2556 ถ้าหากยังไม่คลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้น โดยเร็วย่อมส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อในประเทศ

สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อของไทยในตลาดต่างประเทศ

เปรียบเทียบระหว่างปี 2555-2557

ตลาด	2555		2556		2557	
	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ญี่ปุ่น	222,358	40.3	211,061	40.2	310,000	49.2
สหภาพยุโรป	239,241	43.3	243,825	46.4	250,000	39.7
อื่น ๆ	90,763	16.4	70,331	13.4	70,000	11.1
รวม	552,362	100.0	525,217	100.0	630,000	100.0

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทยและการพยากรณ์

หมายเหตุ: ปี 2556 เป็นค่าประมาณการ

ปี 2557 เป็นค่าพยากรณ์



ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อของไทย

ปริมาณ: ตัน

มูลค่า: ล้านบาท

ปี	ไก่สดแช่แข็ง		ไก่แปรรูป		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2540	151,120	10,951	41,114	4,951	192,234	15,902
2541	220,776	17,221	60,943	9,020	281,719	26,241
2542	211,675	14,817	61,924	8,669	273,599	23,486
2543	245,994	15,990	86,800	11,284	332,794	27,274
2544	320,779	23,096	117,018	15,212	437,797	38,308
2545	336,837	24,589	127,406	16,244	464,243	40,833
2546	388,913	28,105	157,074	19,763	545,987	47,868
2547	26,137	1,725	191,739	22,408	217,876	24,133
2548	96	6	265,023	30,478	265,119	30,484
2549	2,662	97	294,295	35,742	296,957	35,839
2550	11,052	522	322,471	36,791	333,523	37,313
2551	14,367	862	387,127	54,567	401,494	55,429
2552	18,260	1,242	378,809	51,492	397,069	52,734
2553	17,054	1,147	418,005	53,805	435,059	54,952
2554	27,258	1,881	435,267	60,290	462,525	62,171
2555	89,411	6,491	462,951	64,394	552,362	70,885
2556	95,000	7,885	435,000	61,495	530,000	69,380
2557	180,000	14,620	450,000	68,489	630,000	83,109

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทยและการพาณิชย์

หมายเหตุ: ปี 2556 เป็นค่าประมาณการ

ปี 2557 เป็นค่าพยากรณ์



สายธุรกิจอาหารสัตว์

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังมีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง เนื่องจากบริษัทฯ มีประสบการณ์มาหลายสิบปีทางด้านภาคปศุสัตว์ จึงได้มีการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตามที่ลูกค้าต้องการและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องของกระบวนการผลิตที่ต้องได้มาตรฐานสากลและใส่ใจในเรื่องคุณภาพ รวมถึงมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ และควบคุมคุณภาพในการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ ปลอดภัยต่อการบริโภค มีหน่วยงานในการประสานงานและติดตามควบคุมการขนส่งและจัดเก็บสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อผู้บริโภคและลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าของบริษัทฯ

ลักษณะของลูกค้า สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าที่เป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน เนื่องจากมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน ได้แก่ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท ฟาร์มกรูไทย จำกัด และบริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด ซึ่งรับซื้อเฉพาะอาหารไก่

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไป ทั้งสัตว์บกและสัตว์น้ำ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ร้อยละ 57 คือกลุ่มบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และร้อยละ 43 คือกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ส่วนช่องทางการจำหน่าย บริษัทฯ จำหน่ายให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์โดยตรง และบริษัทที่เป็นพ่อค้าคนกลางเพื่อนำไปจำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์อีกทอดหนึ่ง

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการผลิตอาหารสัตว์ในประเทศ มีผู้ประกอบการประมาณ 50 กว่าราย มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง สำหรับการแข่งขันของบริษัทฯ กรูไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) มีการแข่งขันไม่รุนแรงมากนัก เนื่องจากรายได้จากการขายของบริษัทฯ ประมาณ 57% ขายให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และการดำเนินธุรกิจเป็นแบบลักษณะครบวงจร คือมีโรงงานผลิตอาหารสัตว์ ฟาร์มผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ ฟาร์มผลิตลูกไก่เนื้อ ฟาร์มผลิตไก่เนื้อ และโรงฆ่าและไก่และแปรรูปเนื้อไก่ การที่มีฟาร์มเลี้ยงเป็นของตนเอง ทำให้มีความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานานมีประสบการณ์มานานมากกว่า 20 ปี จนจัดได้ว่าอยู่ในระดับแนวหน้ารายหนึ่ง

**(ค) ภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต****สถานการณ์ในปี 2556****ภาพรวม**

ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่ค่อนข้างมีเสถียรภาพในขณะที่ราคาส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อค่อนข้างดี ประกอบกับการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่มีแนวโน้มแจ่มใสขึ้นในช่วงปลายปี 2556 เป็นผลให้ธุรกิจอาหารสัตว์ยังขยายตัวได้พอสมควร อย่างไรก็ตามอุปสรรคสำคัญที่ขัดขวางการเติบโตของธุรกิจอาหารสัตว์ในปีนี้คือการที่เศรษฐกิจของประเทศไทยยังต้องเผชิญกับปัญหาหลายประการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการขาดความเชื่อมั่นของนักลงทุนจากการเกิดปัญหาความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง และการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับต่ำทำให้อำนาจซื้อของประชาชนลดลง ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่สามารถฟื้นตัวได้มากนักในประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญเช่นสหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ธุรกิจอาหารสัตว์โดยรวมจึงเติบโตได้ไม่มากเท่าที่ควร

ในปี 2556 ความต้องการอาหารสัตว์ในประเทศไทย มีปริมาณรวมทั้งสิ้นประมาณ 16,474,501 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 8.21 โดยธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ที่มีความต้องการอาหารสัตว์สูงสุดก็คือการเลี้ยงไก่เนื้อซึ่งมีความต้องการอาหารสัตว์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.95 ของความต้องการรวม รองลงไปคือธุรกิจการเลี้ยงสุกรขุนและไก่ไข่ ซึ่งมีความต้องการอาหารสัตว์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.32 และร้อยละ 11.17 ของความต้องการอาหารสัตว์ทั้งสิ้นในปี 2556 ตามลำดับ เนื่องจากธุรกิจทั้ง 3 นี้มีความต้องการรวมกันคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของความต้องการอาหารสัตว์ การเติบโตของธุรกิจเหล่านี้จึงเป็นแรงผลักดันสำคัญที่นำไปสู่ความก้าวหน้าของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ด้วย แต่ในทางกลับกันถ้าธุรกิจเหล่านี้ประสบปัญหา ก็จะทำให้ธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ต้องเผชิญกับปัญหาเช่นกันโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

ความต้องการอาหารสัตว์ของธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อในปี 2556 มีประมาณ 5,428,566 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 18.09 ในขณะที่ธุรกิจการเลี้ยงสุกรขุนมีความต้องการอาหารสัตว์ประมาณ 4,336,500 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 13.08 ส่วนธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ที่มีความต้องการอาหารสัตว์มากเป็นอันดับสามคือการเลี้ยงไก่ไข่ นั้น มีความต้องการอาหารสัตว์ประมาณ 1,840,000 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 4.24

ความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ

การขยายตัวของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ตามแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ ทำให้เกิดความต้องการวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตอาหารสัตว์เพิ่มขึ้นตามมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เป็นส่วนประกอบหลักของอาหารสัตว์ส่วนใหญ่ ซึ่งได้แก่ ข้าวโพด กากถั่วเหลือง และปลาป่น วัตถุดิบเหล่านี้แม้ว่าจะสามารถผลิตได้ภายในประเทศแต่เนื่องจากความต้องการที่มีเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับประสิทธิภาพการผลิตที่ค่อนข้างต่ำในการผลิตวัตถุดิบบางประเภท เช่นถั่วเหลืองซึ่งนำมาทำเป็นกากถั่วเหลือง และปลาป่นซึ่งวัตถุดิบในประเทศส่วนใหญ่มีโปรตีนต่ำกว่าที่ต้องการเพื่อใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ ทำให้การผลิตไม่สามารถขยายตัวสนองต่อความต้องการได้เพียงพอ และจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี อย่างไรก็ตามนโยบายของรัฐบาลซึ่งผ่อนปรนในการนำเข้า และมีความแน่นอนไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ ก็ช่วยให้ผู้ผลิตอาหารสัตว์วางแผนการผลิตและการนำเข้าวัตถุดิบได้อย่างเหมาะสม ซึ่งช่วยป้องกันปัญหาผลกระทบจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ได้ในระดับหนึ่ง



1. ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

ความต้องการข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพื่อใช้ในธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ของประเทศไทยในปี 2556 มีปริมาณทั้งสิ้นประมาณ 6,712,166.0 ตัน สูงขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 11.05 ความต้องการในระดับนี้สูงกว่าปริมาณผลิตภายในประเทศซึ่งเฉลี่ยปีละ 4 - 4.5 ล้านตันทำให้จำเป็นต้องมีการนำเข้าไม่ต่ำกว่า 1 แสนตันในปี 2556

เพื่อคุ้มครองเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด การนำเข้าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากต่างประเทศต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่รัฐบาลกำหนดคือ

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิก WTO ถ้านำเข้าในโควตาต้องนำเข้าโดยองค์การคลังสินค้าเท่านั้นโดยมีปริมาณโควตา 54,700 ตัน และเสียอากรนำเข้าร้อยละ 20 แต่ถ้านำเข้านอกโควตาจะเสียอากรนำเข้าร้อยละ 73 บวกค่าธรรมเนียมพิเศษอีกตันละ 180 บาท
- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0 โดยต้องตั้งนำเข้าระหว่าง 1 มีนาคมถึง 31 กรกฎาคม 2556
- การนำเข้าภายใต้โครงการลงทุนเกษตรแบบมีสัญญากับประเทศเพื่อนบ้าน (contract farming) ภายใต้ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (ACMECS) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0 โดยกำหนดเวลานำเข้าระหว่าง 1 มีนาคม ถึง 31 กรกฎาคม 2556
- การนำเข้าตามความตกลง FTA ไทย-นิวซีแลนด์และการนำเข้าจากญี่ปุ่นตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กำหนดอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 0
- การนำเข้าตามความตกลง FTA ไทย-ออสเตรเลีย ปริมาณโควตา 7,696.84 ตันเสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 10.67 และให้องค์การคลังสินค้าเท่านั้นเป็นผู้นำเข้า ส่วนการนำเข้านอกโควตาทำได้เสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า แต่ต้องเสียอากรนำเข้าในอัตราร้อยละ 65.70
- การนำเข้าตามความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ญี่ปุ่น (AJCEP) เสียอากรในโควตาร้อยละ 12.7 ถ้านำเข้าในช่วง 1 มกราคมถึง 31 มีนาคม 2556 และเสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 10.9 ถ้านำเข้าในช่วง 1 เมษายนถึง 31 ธันวาคม 2556
- การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) เสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 8.89
- การนำเข้าทั่วไปเสียอากรนำเข้ากิโลกรัมละ 2.75 บาทและค่าธรรมเนียมพิเศษอีกตันละ 1,000 บาท โดยไม่มีการจำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า

2. กากถั่วเหลือง

ความต้องการกากถั่วเหลืองเพื่อใช้ในธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ในปี 2556 มีประมาณ 3,973,306.2 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 9.08 ซึ่งเกินกว่าปริมาณผลิตกากถั่วเหลืองภายในประเทศที่เป็นผลพลอยได้ของอุตสาหกรรมสกัดน้ำมันถั่วเหลืองเป็นอันมาก ทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยแหล่งนำเข้าสำคัญคือ อาร์เจนตินา บราซิล สหรัฐอเมริกา และอินเดีย



ในปี 2556 รัฐบาลกำหนดนโยบายนำเข้าจากถั่วเหลืองไว้ดังนี้

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) กำหนดโควตาให้ผู้มีสิทธินำเข้าจากถั่วเหลือง 8 สมาคมตามที่รัฐบาลกำหนด อาทิ สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทย และสมาคมส่งเสริมผู้ใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ เป็นต้น สามารถนำเข้าจากถั่วเหลืองจากประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลกได้โดยเสียอากรนำเข้าอัตราร้อยละ 2 แต่ถ้าเป็นผู้นำเข้าที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มที่ได้รับสิทธินี้และนอกโควตา ก็จะต้องเสียอากรนำเข้าสูงถึงอัตราร้อยละ 119 อย่างไรก็ตามผู้ได้รับสิทธินำเข้าก็ต้องยอมรับเงื่อนไขด้วยว่าจะรับซื้อจากถั่วเหลืองที่ผลิตจากเมล็ดถั่วเหลืองภายในประเทศทั้งหมดของโรงงานสกัดน้ำมันพืชในราคาไม่ต่ำกว่าที่ทางการกำหนดโดยต้องทำสัญญาไว้กับกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เพื่อผูกมัดว่าจะปฏิบัติตามเงื่อนไขข้างต้น
- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) สามารถทำได้โดยเสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า โดยเสียอากรนำเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าจากประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ตามข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) และจากญี่ปุ่นตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กำหนดอากรนำเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) เสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 3.33 และจะลดเป็นร้อยละ 2.22 ในปี 2557
- การนำเข้าจากประเทศอื่นนอกเหนือจาก 4 กรณียกเว้น ทำได้เสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลาการนำเข้า แต่ก็จะต้องเสียอากรนำเข้าสูงขึ้นเป็นอัตราร้อยละ 6 และยังคงเสียค่าธรรมเนียมพิเศษอีกตันละ 2,519 บาทด้วย

3.ปลาปน

ในปี 2556 ความต้องการปลาปนเพื่อเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์มีประมาณ 645,806.7 ตัน ลดลงจากปี 2555 ประมาณร้อยละ 5.39 แต่เนื่องจากปริมาณผลิตในประเทศไม่เพียงพอจึงจำเป็นต้องนำเข้า โดยที่การนำเข้าปลาปนชนิดโปรตีน 60% ขึ้นไปนั้นไม่มีเงื่อนไขการจำกัดปริมาณนำเข้าหรือกำหนดว่าต้องนำเข้าเฉพาะในช่วงเวลาใด แต่การนำเข้าปลาปนโปรตีนต่ำกว่า 60% นั้นต้องขออนุญาตนำเข้า อัตราภาษีนำเข้าจะแตกต่างกันตามแหล่งการนำเข้าดังนี้

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน และการนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีไทย-นิวซีแลนด์ และไทย-ออสเตรเลีย จะเสียอากรนำเข้าอัตราร้อยละ 0
- การนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน และอาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) เสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 10
- การนำเข้าตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 1.67 ถ้านำเข้าในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2556 และเสียอากรนำเข้าร้อยละ 0 ถ้านำเข้าในช่วงเมษายน-ธันวาคม 2556
- การนำเข้าทั่วไปถ้าเป็นปลาปนชนิดโปรตีน 60% ขึ้นไปเสียอากรนำเข้าร้อยละ 15 ส่วนชนิดโปรตีนต่ำกว่า 60% เสียอากรนำเข้าร้อยละ 6



แนวโน้มปี 2557

ภาวะการเมืองที่คาดว่าจะมีเสถียรภาพมากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี 2557 น่าจะทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตดีขึ้นพอสมควร นอกจากนั้นการที่ญี่ปุ่นจะยกเลิกการห้ามนำเข้าไก่สดจากประเทศไทยและการที่ตลาดส่งออกสำคัญของไทยมีแนวโน้มจะฟื้นตัวจากภาวะเศรษฐกิจถดถอย ทำให้ธุรกิจการเลี้ยงสัตว์น่าจะขยายตัวได้ ซึ่งย่อมส่งผลให้ความต้องการอาหารสัตว์เติบโตได้ไม่น้อยกว่าในปี 2556 ทั้งนี้คาดว่าจะประมาณความต้องการอาหารสัตว์ในปี 2557 จะมีทั้งสิ้นราว 16,455,024 ตัน ซึ่งใกล้เคียงกับความต้องการในปีก่อนหน้าคือลดลงเล็กน้อยเพียงร้อยละ 0.12 ปริมาณความต้องการรวมนี้อาจแยกเป็นความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่สำคัญได้ว่า มีความต้องการปลาป่นประมาณ 620,104.3 ตัน กากถั่วเหลือง 3,964,352.3 ตัน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 6,743,982.5 ตัน และปลายข้าว 1,512,132.8 ตัน

ธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อยังคงมีความต้องการอาหารสัตว์สูงเป็นอันดับ 1 โดย คาดว่าในปี 2557 จะมีความต้องการประมาณ 5,328,037 ตัน คิดเป็นร้อยละ 32.38 ของปริมาณความต้องการอาหารสัตว์ทั้งหมด ส่วนความต้องการอาหารสัตว์รองลงไปนั้นเป็นในธุรกิจการเลี้ยงสุกรขุนและไก่ไข่ ซึ่งคาดว่าจะมีประมาณ 4,720,000 ตัน และ 1,840,000 ตัน คิดเป็นร้อยละ 28.68 และร้อยละ 11.18 ของปริมาณความต้องการอาหารสัตว์ทั้งหมดในปี 2557 ตามลำดับ

ความต้องการอาหารสัตว์ในระดับดังกล่าวนี้ ทำให้คาดได้ว่าจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กากถั่วเหลือง ปลาป่น และข้าวโพด จากต่างประเทศไม่น้อยกว่าในปี 2556 ที่ผ่านมา ซึ่งถ้าวิเคราะห์จากแนวโน้มการกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ของทางการแล้ว ก็คาดหมายได้ว่ามาตรการดังกล่าวนี้จะไม่แตกต่างไปจากปี 2556 มากนัก

อาจสรุปได้ว่า ความก้าวหน้าและศักยภาพที่จะเติบโตต่อไปของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ในปี 2557 นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลทั้งทางบวกและทางลบต่อธุรกิจอาหารสัตว์ดังต่อไปนี้

ปัจจัยทางบวก

- ข้อตกลงการค้าเสรีกับประเทศต่าง ๆ ทั้งกับประเทศในกลุ่มอาเซียนและประเทศนอกกลุ่มเช่นญี่ปุ่น ทำให้มีการปรับลดอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่จำเป็นต้องนำเข้าลงได้มาก ซึ่งนอกจากจะช่วยให้มีปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบอาหารสัตว์แล้ว ยังช่วยบรรเทาภาระอัตราค่าวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เพิ่มขึ้นได้บางส่วนด้วย
- ความคาดหมายว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวและเติบโตได้มากขึ้นในปี 2557 ประกอบกับการที่ความต้องการผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์สำคัญคือไก่เนื้อยังคงขยายตัวได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออก จะช่วยให้อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์เติบโตได้ต่อเนื่อง
- นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยธุรกิจการเลี้ยงสัตว์มากยิ่งขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์ได้ประโยชน์ตามไปด้วย

ปัจจัยทางลบ

- มาตรการขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำเป็นวันละ 300 บาททั่วประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของคุณค่าจ้างแรงงานในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์โดยตรง และค่าจ้างแรงงานในธุรกิจเชื่อมโยงอื่น ๆ เช่นการขนส่ง การผลิตข้าวโพด กากถั่วเหลืองและปลาป่นซึ่งส่งผ่านมายังธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ทางอ้อม



- แม้ว่าการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ จะเป็นไปอย่างเสรีมากขึ้นแล้วในปัจจุบัน แต่ก็ยังหลงเหลือมาตรการที่เป็นข้อจำกัดอยู่อีกไม่น้อย ทำให้ต้นทุนการผลิตอาหารสัตว์สูงกว่าที่ควรจะเป็น และส่งผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ต่าง ๆ จากประเทศไทยด้วย
- ความต้องการข้าวโพดและถั่วเหลืองซึ่งเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญมีแนวโน้มขยายตัวขึ้นในตลาดโลกทั้งเพื่อใช้ผลิตอาหารสัตว์เพิ่มขึ้น และเพื่อใช้เป็นพลังงานทดแทนเนื่องจากน้ำมันปิโตรเลียมมีราคาสูงขึ้น แต่เนื่องจากการผลิตขยายตัวได้ช้ากว่า และมีโอกาสที่จะได้รับผลกระทบจากภาวะดินฟ้าอากาศไม่เอื้ออำนวย จึงอาจส่งผลให้ราคาวัตถุดิบเหล่านี้เพิ่มสูงขึ้น จนเป็นอุปสรรคต่ออุตสาหกรรมอาหารสัตว์ได้
- อำนาจซื้อของผู้บริโภคภายในประเทศยังไม่สูงนักจากผลกระทบของภาวะเงินเฟ้อ ในขณะที่เศรษฐกิจของประเทศซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักของไทยเช่นญี่ปุ่นและสหภาพยุโรปก็ยังฟื้นตัวได้ไม่มากนัก ทำให้ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ประเภทต่าง ๆ เพิ่มขึ้นได้ไม่มาก ซึ่งย่อมส่งผลทางลบเชื่อมโยงไปถึงอุตสาหกรรมการเลี้ยงสัตว์และอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ในที่สุด

ประมาณการความต้องการอาหารสัตว์ในประเทศไทย

ปี 2555 - 2557

หน่วย:ตัน

ประชากรสัตว์	2555		2556		2557	
	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)
ไก่เนื้อ	4,597,164	30.20	5,428,566	32.95	5,328,037	32.38
ไก่พ่อแม่พันธุ์	716,184	4.70	747,432	4.54	733,824	4.46
ไก่ไข่เล็กรุ่น	841,967	5.53	794,950	4.83	794,950	4.83
ไก่ไข่ให้ไข่	1,765,200	11.59	1,840,000	11.17	1,840,000	11.18
ไก่ไข่พ่อแม่พันธุ์	24,000	0.16	26,800	0.16	26,800	0.16
สุกรขุน	3,835,000	25.19	4,336,500	26.32	4,720,000	28.68
สุกรพันธุ์	837,000	5.50	855,600	5.19	883,500	5.37
เป็ดเนื้อ	252,000	1.66	252,000	1.53	264,600	1.61
เป็ดพันธุ์	21,900	0.14	21,900	0.13	22,995	0.14
เป็ดไข่	169,000	1.11	169,000	1.03	169,000	1.03
โคนม	574,875	3.78	591,300	3.59	620,865	3.77
กึ่ง	960,000	6.30	810,000	4.92	450,000	2.74
ปลา	630,476	4.14	600,453	3.64	600,453	3.65
รวม	15,224,766	100.00	16,474,501	100.00	16,455,024	100.00

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทยและการพยากรณ์



ประมาณการความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์
เปรียบเทียบระหว่างปี 2555 - 2557

หน่วย:ตัน

วัตถุดิบ	2555	2556	2557
ปลาป่น	682,588.6	645,806.7	620,104.3
กากถั่วเหลือง	3,642,593.3	3,973,306.2	3,964,352.3
ข้าวโพด	6,044,506.0	6,712,166.0	6,743,982.5
ปลายข้าว	1,309,305.0	1,417,975.0	1,512,132.8

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย และการประมาณการ

สายธุรกิจไก่ป๋ายพันธุ์

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

บริษัทฯ จำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัทฯ มีความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า รวมถึงการควบคุมต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าของบริษัทฯ คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จัดจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และบริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) และลูกค้าอิสระทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาวะการตลาดของธุรกิจนี้ มีการแข่งขันค่อนข้างมาก ซึ่งยังคงเป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มบริษัทที่เลี้ยงไก่เพื่อการส่งออกเป็นหลัก แต่เนื่องจากบริษัทในกลุ่มจีเอฟพีที ทำธุรกิจครบวงจร จึงไม่ก่อให้เกิดสภาวะการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งมากนัก เนื่องจากบริษัทขายลูกไก่ให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันเป็นส่วนใหญ่

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

บริษัทฯ จำหน่ายลูกไก่พันธุ์เนื้อให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ส่วนลูกไก่พันธุ์ไข่จำหน่ายให้กับบริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ โดยบริษัทฯ มีความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า รวมถึงการควบคุมต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน



ลักษณะของลูกค้า

บริษัทฯ จำหน่ายลูกไก่พันธุ์เนื้อให้ลูกค้าเพียงรายเดียว คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน เนื่องจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่เป็นผู้ถือหุ้นกลุ่มเดียวกัน สำหรับลูกไก่พันธุ์ไข่ส่วนหนึ่งจำหน่ายให้กับ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน อีกส่วนหนึ่งจำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงไก่ไข่ทั่วไป

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าผู้เลี้ยงไก่ไข่ทั่วไป

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายให้กับลูกค้า คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) และ ผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระทั่วไป

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาวะการตลาดของธุรกิจนี้ มีการแข่งขันค่อนข้างมาก ซึ่งยังคงเป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มบริษัทที่เลี้ยงไก่เพื่อการส่งออกเป็นหลัก แต่เนื่องจากบริษัทในกลุ่มจีเอฟพีที ทำธุรกิจเกษตรครบวงจร จึงไม่ก่อให้เกิดสภาวะการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งมากนัก เนื่องจากบริษัทฯ จำหน่ายลูกไก่ให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันเป็นส่วนใหญ่

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

บริษัทฯ จำหน่ายไก่เนื้อทั้งหมดให้กับบริษัทใหญ่ คือ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่ คือ บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นบริษัทฯ มีลูกค้าเพียง 2 รายซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ดังนั้น สภาวะการแข่งขันจึงไม่เกิดขึ้น และกลยุทธ์ที่สำคัญคือการที่ บริษัทฯ มีความชำนาญ และมีประสบการณ์มาหลายสิบปี ทำให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของสินค้า แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า รวมถึงการควบคุมต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าของบริษัทฯ คือบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ คือ บริษัทใหญ่ และบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่ โดยที่ทั้ง 2 บริษัทรับซื้อไก่เนื้อทั้งหมด ของบริษัทฯ ที่ผลิตได้ เพื่อนำไปชำแหละและแปรรูปจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายในประเทศเพียงแห่งเดียว โดยจำหน่ายให้กับบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

บริษัทฯ ไม่ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม เนื่องจากจำหน่ายไก่เนื้อทั้งหมดให้กับบริษัทใหญ่และบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่ ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน



สายธุรกิจอาหารแปรรูป

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

นโยบายการตั้งราคาขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับปัจจัยของภาวะราคาเนื้อไก่ในประเทศ แต่เนื่องจากเนื้อไก่ที่ซื้อจากบริษัทใหญ่เพียงแห่งเดียว ทำให้บริษัทฯ สามารถประมาณการต้นทุน รวมทั้งสามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบได้ โดยมีการเน้นกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน โดยคำนึงถึงเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยอย่างเข้มงวด เน้นการพัฒนาสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งมีการพัฒนาสินค้าใหม่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในปัจจุบัน ตลอดจนการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทำให้บริษัทฯ สามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้

ลักษณะของลูกค้า แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าตลาดสด

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าต่างจังหวัด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ผู้บริโภคในประเทศทั่วไป ที่นิยมรับประทานไส้กรอก ผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่น และพ้อค่านกลาง
การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด จัดจำหน่ายในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดโดยจัดตั้งศูนย์จำหน่ายหรือสาขาใน 12 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม อุบลราชธานี บุรีรัมย์ นครสวรรค์ ลำปาง ตาก เชียงใหม่ เชียงราย เพชรบุรี ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และ สงขลา เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า “จีเอฟฟูดส์” โดยที่ผู้ซื้อจะเป็นพ้อค่านกลาง และลูกค้าทั่วไป

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อไก่ เช่น ไส้กรอก ฯลฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเนื้อสัตว์ ซึ่งนิยมบริโภคกันมาก เนื่องจากเป็นอาหารที่มีคุณค่าโปรตีนสูง มีความสะดวกและประหยัดเวลาในการบริโภค ตลาดหลักทั่วไปจะเป็นตลาดภายในประเทศ อีกทั้งความต้องการบริโภคมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารแปรรูปส่งผลให้ธุรกิจผลิตอาหารแปรรูปพร้อมรับประทานขยายตัวอย่างรวดเร็ว จึงเกิดภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมสูงขึ้น

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

สายธุรกิจชำแหละและแปรรูปเนื้อไก่

วัตถุดิบไก่เนื้อทั้งหมดซื้อมาจากบริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ โดยที่บริษัทมีโรงงานชำแหละไก่เพียง 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ ในปี 2556 บริษัทมีกำลังการผลิตเท่ากับ 148,600 ตัน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมธุรกิจชำแหละไก่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากนัก แต่เนื่องจากการชำแหละไก่จะมีของเสียที่เหลือจากกระบวนการผลิต ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสีย เพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัทฯ ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและ



อนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

สายธุรกิจอาหารสัตว์

บริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบ เช่น ข้าวโพด กากถั่วเหลือง โปรตีนจากพืชอื่น และส่วนผสมอาหารสัตว์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตในประเทศและราคาเป็นสำคัญ บริษัทฯ ประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ เนื่องจากผลผลิตในประเทศมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ เช่น ข้าวโพด และกากถั่วเหลือง เป็นต้น ทำให้ต้องพึ่งพิงการนำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดในการจัดหาวัตถุดิบ อาทิ มาตรการการกำหนดโควตา มาตรการด้านราคา และมาตรการด้านภาษี

ปัจจุบันบริษัทฯ มีโรงงานผลิตอาหารสัตว์ทั้งหมด 4 โรงงาน ซึ่งผลิตอาหารสัตว์บก 1 โรงงาน และผลิตอาหารสัตว์น้ำ 2 โรงงาน โรงงานทั้ง 3 แห่ง ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน คือที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีกำลังการผลิตรวมในปี 2556 เท่ากับ 599,000 ตัน ส่วนโรงงานผลิตอาหารสัตว์บกอีก 1 โรงงาน ตั้งอยู่ที่ อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี มีกำลังการผลิต 512,000 ตัน นอกจากนี้ยังมีฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ เพื่อผลิตไข่เชื้อจำหน่ายให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ในปี 2556 บริษัทมีกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 21 ล้านฟอง โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 3 ฟาร์ม ซึ่งฟาร์มทั้งหมดตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจอาหารสัตว์ อาจก่อให้เกิดฝุ่นและกลิ่นที่เกิดจากการผลิต ซึ่งอาจจะสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อยู่อาศัยใกล้เคียงได้ บริษัทฯ ได้ตระหนักในข้อนี้จึงได้มีมาตรการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าวไปรบกวนบริเวณใกล้เคียง ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่ประสบปัญหาการร้องเรียนจากบริเวณใกล้เคียง ในส่วนของน้ำที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์และส่วนธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์นี้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพราะมีการใช้ระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ในการเลี้ยงสัตว์ มีการใช้แกลบรองพื้นโรงเรือนเลี้ยงสัตว์ ซึ่งเป็นผลดีต่อการเจริญเติบโตของสัตว์และยังช่วยในการกำจัดกลิ่นอีกด้วย มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่บางส่วนเพื่อให้เกิดความร่มรื่นในธรรมชาติ นอกจากนี้บริษัทฯ ได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสีย เพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัทฯ ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อช่วยเหลือสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

สายธุรกิจไก่ปุ๋ยพันธุ์

บริษัทฯ นำเข้าไก่ปุ๋ยพันธุ์จากต่างประเทศ เพื่อผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อ โดยจำหน่ายให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และบริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน โดยในปี 2556 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เท่ากับ 1,100,000 ตัว โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 1 ฟาร์ม ซึ่งฟาร์มทั้งหมดตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ปุ๋ยพันธุ์ ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พันธุ์ และสถานที่พักไข่สัตว์ปีก ธุรกิจนี้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด เพราะมีการใช้ระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ในการเลี้ยงสัตว์ มีการใช้แกลบรองพื้นโรงเรือนเลี้ยงสัตว์ ซึ่ง



เป็นผลดีต่อการเจริญเติบโตของสัตว์และยังช่วยในการกำจัดกลิ่นอีกด้วย มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่บางส่วนเพื่อให้เกิดความร่มรื่นในธรรมชาติ นอกจากนี้บริษัทได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสีย เพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัทฯ ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อช่วยเหลือสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์

บริษัทฯ ผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์นี้จากบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือ บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด เพื่อนำมาผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ ในส่วนลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่นั้นซื้อมาจากต่างประเทศ เพื่อนำมาผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่ โดยมีฟาร์มไก่เนื้อจำนวน 5 ฟาร์ม และฟาร์มไก่ไข่ จำนวน 1 ฟาร์ม ซึ่งฟาร์มทั้งหมดตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี ในปี 2556 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตเท่ากับ 92 ล้านตัวในส่วนของลูกไก่เนื้อ ส่วนลูกไก่ไข่ มีกำลังการผลิตเท่ากับ 3 ล้านตัว

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจโรงฟักไข่ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พ่อแม่พันธุ์ และสถานที่ฟักไข่สัตว์ปีก ธุรกิจนี้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด เพราะมีการใช้ระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ในการเลี้ยงสัตว์ มีการใช้แกลบรองพื้นโรงเรือนเลี้ยงสัตว์ ซึ่งเป็นผลดีต่อการเจริญเติบโตของสัตว์และยังช่วยในการกำจัดกลิ่นอีกด้วย มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่บางส่วนเพื่อให้เกิดความร่มรื่นในธรรมชาติ นอกจากนี้บริษัทฯ ได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสีย เพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัทฯ ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อช่วยเหลือสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ

บริษัทฯ ผลิตลูกไก่เนื้อ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ส่วนอาหารที่ใช้เลี้ยงไก่ ซื้อจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกันเช่นกัน คือบริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันบริษัทฯ มีฟาร์มเลี้ยงไก่ทั้งหมด 12 ฟาร์ม ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี โดยมีกำลังการผลิตในปี 2556 เท่ากับ 73 ล้านตัว

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ ธุรกิจนี้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด เพราะมีการใช้ระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ในการเลี้ยงสัตว์ อีกทั้งได้มีการใช้แกลบรองพื้นโรงเรือนเลี้ยงสัตว์ ซึ่งเป็นผลดีต่อการเจริญเติบโตของสัตว์และยังช่วยในการกำจัดกลิ่นอีกด้วย มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่บางส่วนเพื่อให้เกิดความร่มรื่นในธรรมชาติ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสียเพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัทฯ ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อช่วยเหลือสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตร



ต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สายธุรกิจอาหารแปรรูป

วัตถุดิบเนื้อไก่ ที่ได้จากบริษัทใหญ่ คือบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) เพียงแห่งเดียว ดังนั้นจึงไม่ประสบปัญหาการจัดหาวัตถุดิบ โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปนี้ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ ในปี 2556 มีกำลังการผลิตเท่ากับ 9,000 ตัน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่เนื่องจากการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจะมีของเสียที่เหลือจากกระบวนการผลิต ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดทำบำบัดน้ำเสีย เพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัทฯ ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อช่วยเหลือสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-



3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจุบันสถานการณ์ต่างๆ ทั้งภายในและต่างประเทศได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การบริหารความเสี่ยงจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะช่วยให้บริษัท และบริษัทย่อย สามารถอยู่รอดได้เมื่อมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้น ดังนั้น บริษัท จึงได้มีการติดตามสถานการณ์และปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง รวมทั้งได้ทำการประเมินผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อบริษัท ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงต่างๆ เหล่านั้น ด้วยเหตุนี้ บริษัท จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีกลไกการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมมาตรฐานและคุณภาพ อีกทั้งเตรียมการรับมือกับความเสี่ยงต่างๆ เป็นการล่วงหน้า เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจ ให้บริษัท สามารถดำรงอยู่ได้ตลอดไป

ในการบริหารจัดการความเสี่ยง บริษัท ได้ดำเนินการกรอบการบริหารความเสี่ยงของ COSO ERM Framework โดยบริษัท ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อพิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ของบริษัท ตลอดจนพิจารณาแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงเหล่านั้นเพื่อให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และได้กำหนดให้ทุกหน่วยงาน ในฐานะเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) มีหน้าที่ในการกำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงที่อยู่ในความรับผิดชอบของตน แต่อย่างไรก็ตาม หากปัจจัยความเสี่ยงเกิดขึ้นกับบริษัท ย่อมส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน และ/หรือ ฐานะการเงิน ทำให้ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ และ/หรือ อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัท และอาจมีความเสี่ยงอื่นๆ ซึ่งไม่อาจทราบได้ในขณะนี้ หรือเป็นความเสี่ยงที่พิจารณาในขณะนี้ว่าไม่มีผลกระทบในสาระสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยปัจจัยความเสี่ยงหลักที่เกี่ยวข้องกับบริษัท โดยตรงที่บริษัท ทราบและพิจารณาว่าหากเกิดขึ้นอาจมีผลกระทบต่อบริษัท ซึ่งมีความเสี่ยง 2 ส่วน ได้แก่ ความเสี่ยงจากปัจจัยภายในองค์กร และความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกองค์กร ทั้งนี้ ปัจจัยความเสี่ยงจากภายในองค์กรเป็นความเสี่ยงที่คณะกรรมการและฝ่ายจัดการของบริษัท จะพยายามทำให้ลดน้อยลงหรือหมดไปให้ได้มากที่สุด ส่วนปัจจัยความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกองค์กร เป็นความเสี่ยงที่คณะกรรมการและฝ่ายจัดการของบริษัท ต้องพยายามกำหนดนโยบายในการบริหารจัดการของบริษัท ให้ลดผลกระทบในทางลบให้ได้มากที่สุด ดังจะได้กล่าวถึงในแต่ละปัจจัยความเสี่ยง ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยความเสี่ยงภายในองค์กร

1.1 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงิน

ธุรกิจอุตสาหกรรมนี้ เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง หากเกิดเหตุการณ์ที่เหนือความคาดหมายอย่างรุนแรง อาจทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินได้

การบริหารความเสี่ยง

บริษัท มีนโยบายที่ถือปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เรื่องการรักษาสภาพคล่อง โดยมุ่งเน้นการลงทุนพัฒนาโครงการที่มีความเสี่ยงในระดับยอมรับได้ โดยมีความเป็นไปได้ของโครงการอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้การเตรียมวงเงินสินเชื่อหมุนเวียนไว้ ก็เป็นแนวทางที่บริษัท ได้ดำเนินการไว้ด้วยแล้วเช่นกัน อันจะนำมาซึ่งความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจให้มีสภาพคล่องอย่างเพียงพอ เมื่อเกิดเหตุการณ์เหนือความคาดหมายอย่างรุนแรง



1.2 ความเสี่ยงด้านการตลาดและการขาย

การขายและการตลาด ถือเป็นหัวใจในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นบริษัท จึงมุ่งมั่นที่จะสร้างตราสินค้า (Brand) ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและยาวนาน

การบริหารความเสี่ยง

บริษัท เน้นการสร้างทีมการบริหารจัดการเพื่อบริการลูกค้าตั้งแต่ก่อนการขาย ระหว่างการขาย และหลังการขายอย่างเป็นระบบ อันจะนำมาซึ่งความเชื่อมั่นของผู้บริโภค นอกจากนี้การเปิดช่องทางการตลาด และการขายใหม่ๆ ก็เป็นส่วนที่บริษัท สามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ได้ เช่น การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E – Marketing) , Social media ฯลฯ

1.3 ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล

การสรรหาคนดี คนเก่ง นั้นยาก แต่การรักษาคนดี คนเก่ง นั้นยากกว่า บริษัท ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นทรัพยากรบุคคลที่ช่วยขับเคลื่อนให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง

การบริหารความเสี่ยง

บริษัท ได้ให้ทั้งโอกาสและช่องทางให้พนักงานได้แสดงความสามารถ ถือเป็นแนวคิดหลักที่จะทำให้พนักงานรู้ถึงคุณค่าของตนเอง และมุ่งมั่นที่จะนำองค์ความรู้มาพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน เป็นการปลูกจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (Stakeholder) รวมทั้งจิตวิญญาณแห่งความเป็นเจ้าของ (Entrepreneur spirit)

1.4 ความเสี่ยงจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเรื่องความปลอดภัยของอาหาร

ปัจจุบันผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในเรื่องความสด สะอาด ปลอดภัย ของสินค้าเนื้อไก่และสินค้าปรุงสุกมากขึ้น ดังนั้นการดำเนินงานของบริษัท อาจได้รับผลกระทบ หากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อคุณภาพ และความปลอดภัยในสินค้าของบริษัท ลดลง จากความเสี่ยงที่มีสินค้าเน่าเสีย หรือมีสารปนเปื้อน ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ตลอดทั้งกระบวนการผลิต และทั้งที่เกิดจากวัตถุดิบอื่นๆ ที่ใช้ประกอบในการแปรรูป ระบบการจัดการขนส่ง หรือระบบการจัดเก็บสินค้า จนถึงผู้บริโภค ดังนั้น บริษัท จำเป็นอย่างยิ่งต้องจัดให้มีกระบวนการทำงานที่มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคสินค้าของบริษัท จะได้บริโภคสินค้าที่มีความสด สะอาด และปลอดภัย

การบริหารความเสี่ยง

ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่บริษัท ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นการลดความเสี่ยง บริษัท ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้ระบบการผลิตได้มาตรฐานสากล พร้อมทั้งสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งระบบ ในกรณีที่เกิดพบสิ่งผิดปกติในระหว่างการผลิต ดังนั้นจึงสามารถรับประกันคุณภาพ (Quality Assurance) ในการผลิตได้ทุกขั้นตอน อีกทั้งบริษัท มีระบบควบคุมคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต การตรวจรับวัตถุดิบ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง ตลอดจนการจัดเก็บสินค้าก่อนถึงผู้บริโภค ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมทั้งมีการจัดการให้มีการตอบสนองต่อข้อร้องเรียน หรือการเรียกคืนสินค้า (Product Recall) ในกรณีที่จำเป็นอย่างรวดเร็ว เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค อีกทั้งตอบสนองผู้บริโภคและลูกค้าให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของบริษัท



ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าบริษัทฯ ได้รับรางวัลในการประเมินคุณภาพสินค้าต่างๆ มากมาย อาทิ GMP, HACCP, ISO 9001:2000 ฯลฯ ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันถึงคุณภาพของสินค้าที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญโดยตลอด

1.5 ความเสี่ยงจากบริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2556 กลุ่มตระกูลศิริมงคลเกษม ถือหุ้นในบริษัทจำนวน 704,023,240 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 56.15 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ จึงทำให้กลุ่มตระกูลศิริมงคลเกษมสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้ ความเสี่ยงดังกล่าวจึงจัดเป็นความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์สินทั่วไป

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ให้คำชี้แจงกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เกี่ยวกับเงื่อนไข หลักเกณฑ์ต่างๆ รวมถึงใช้ดุลพินิจอย่างระมัดระวัง เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์ต่อบริษัทฯ การบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นธรรมและโปร่งใสยุติธรรม โดยที่ผู้มีอำนาจบริหารจัดการธุรกิจนั้นๆ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และผลการกระทำของตนต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัททุกราย รวมถึงผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ตลอดจนประชาชน

2. ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกองค์กร

2.1 ความเสี่ยงจากการเกิดโรคระบาดในสัตว์

การเกิดโรคระบาดในสัตว์ย่อมส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการบริโภค ถึงแม้ว่าโรคระบาดต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสัตว์ส่วนใหญ่จะไม่สามารถติดต่อถึงคนได้ แต่ก็สร้างความตื่นตระหนกและความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการบริโภคเนื้อสัตว์ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยเฉพาะโรคไข้หวัดนกที่ระบาดในฟาร์มเลี้ยงไก่ ถึงแม้ว่าจะไม่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลผลิตของบริษัทฯ แต่ก็ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่จะหลีกเลี่ยงการบริโภคเนื้อไก่ได้ และหากโรคระบาดมีความรุนแรงอาจส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงการค้าขายการส่งออกระหว่างประเทศที่ถูกจำกัดสิทธิ ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้มีการติดตาม ดูแล และเฝ้าระวังการเกิดโรคระบาดในสัตว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการบริหารความเสี่ยงโดยการปรับปรุงเทคโนโลยีระบบการเลี้ยงไก่ที่ทันสมัย โดยจัดสร้างโรงเรือนระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) เพื่อป้องกันเชื้อโรคที่ปะปนอยู่ในอากาศเข้ามาภายในเล้าไก่ มีการใช้นโยบายและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์ และความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ตามมาตรฐานสากล การบริหารจัดการ ระบบสุขภาพ และการดำเนินการปรับปรุงมาตรฐานสุขอนามัยของฟาร์ม อีกทั้งมีมาตรการดูแลป้องกันไม่ให้เกิดโรคระบาดในฟาร์มเลี้ยงไก่ ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พันธุ์ สถานที่พักไข่สัตว์ปีก และฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ นอกจากนี้ยังได้มีการพัฒนาบุคลากรของบริษัทให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการ



ระบาดของโรคให้ทันสมัยตลอดเวลา รวมทั้งมีการประเมินหาปัจจัยเสี่ยงของการเกิดโรคระบาด ตลอดจนการจัดทำการเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning) เพื่อป้องกันการเกิดโรคระบาดไม่ให้เกิดการแพร่กระจาย

แม้ว่าบริษัทฯ จะสามารถลดผลกระทบดังกล่าวลงได้จากมาตรฐานการผลิต แต่อาจได้รับผลกระทบทางอ้อมซึ่งเป็นผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในภาพรวม และส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงความสามารถในการก่อให้เกิดรายได้ของบริษัทฯ ด้วยเช่นกัน สำหรับสถานการณ์การเกิดโรคระบาดใช้วัตถุดิบที่ผ่านมานั้น ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถส่งออกไก่สดแช่แข็งและไก่แปรรูปได้ แต่ในปัจจุบันสถานการณ์ดังกล่าวได้กลับสู่สภาวะปกติ สามารถส่งออกไก่สดแช่แข็งได้ รวมถึงประเทศญี่ปุ่นที่อนุญาตให้นำเข้าสินค้าเนื้อสัตว์ปีกจากประเทศไทย ทั้งไก่สดแช่แข็งและไก่แปรรูป แต่อย่างไรก็ตาม การเกิดโรคระบาดเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้

2.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์

ความผันผวนของราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ซึ่งเป็นต้นทุนหลักของการผลิตอาหารสัตว์ที่เป็นสินค้าโภคภัณฑ์ เช่น ข้าวโพด กากถั่วเหลือง ปลาป่น ซึ่งราคาจะเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการใช้และปริมาณของผลผลิตในแต่ละช่วงและฤดูกาล ประกอบกับถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลกและในประเทศไทย โดยปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของวัตถุดิบเหล่านี้ นอกจากความต้องการใช้เพื่อการผลิตอาหารสัตว์แล้ว ยังรวมถึงความต้องการนำวัตถุดิบบางประเภทไปใช้ในการผลิตพลังงานทดแทน ตลอดจนการเก็งกำไรในตลาดซื้อขายสินค้าโภคภัณฑ์ล่วงหน้า ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อความผันผวนของราคาวัตถุดิบ ในด้านอุปทานของวัตถุดิบเหล่านี้ มีความผันแปรไปตามสภาวะอากาศที่แปรปรวน หรือภัยธรรมชาติที่อาจทำให้ผลผลิตไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและการควบคุมและคาดการณ์ของบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงที่ราคาของวัตถุดิบอาจมีความผันผวน ซึ่งหากราคามีการปรับตัวสูงขึ้นจากที่บริษัทฯ ประเมินการไว้ ก็ย่อมจะส่งผลกระทบทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนการผลิตทั้งอาหารสัตว์และเนื้อไก่ที่สูงขึ้น

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีหน่วยงานกลางที่มีความชำนาญในการจัดซื้อวัตถุดิบเหล่านี้โดยเฉพาะ เพื่อทำการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด รวมทั้งจัดหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และสรรหาวัตถุดิบให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการใช้ในการผลิต นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้จัดสร้างสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน และมีขนาดใหญ่เพียงพอในการจัดเก็บวัตถุดิบเป็นระยะเวลานาน ในกรณีที่มีการคาดการณ์ว่าราคาวัตถุดิบมีแนวโน้มจะปรับตัวสูงขึ้นในอนาคต อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีหน่วยงานวิจัยในการจัดหาวัตถุดิบทดแทนที่มีคุณภาพเท่าเทียมมาใช้ในการผลิต รวมถึงมีการใช้ทุนพันธบัตรทางการเงินในการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ สำหรับราคาอาหารสัตว์นั้น บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนราคาขายอาหารสัตว์ ให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เพิ่มขึ้นได้ โดยการขออนุมัติการปรับขึ้นราคาจากกรรมการภายใน ทั้งนี้อาหารสัตว์เป็นสินค้าที่หน่วยงานของรัฐควบคุมราคาจำหน่าย ทำให้การขอปรับราคาขายในบางคราวไม่เป็นสัดส่วนเดียวกันกับการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ



2.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาสินค้าโภคภัณฑ์

ธุรกิจที่สร้างรายได้ให้แก่บริษัทฯ คือธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ โดยมีสินค้าหลัก ได้แก่ ลูกไก่มีชีวิตและผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ โดยราคาของสินค้าเหล่านี้ ถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานในตลาดในแต่ละช่วงเวลา โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ประกอบด้วยกำลังซื้อ ความเชื่อมั่น รวมถึงความต้องการตามฤดูกาล ซึ่งหากปริมาณผลผลิตมีมากเกินไปอุปสงค์ของสินค้า ย่อมส่งผลให้ราคาสินค้าปรับตัวลดลงต่ำกว่าราคาคาดการณ์ ซึ่งจะกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาลูกไก่มีชีวิตและผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ ด้วยการเพิ่มประเภทผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ให้มีความหลากหลาย และเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้าให้สอดคล้องตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามสำหรับราคาลูกไก่มีชีวิต เนื้อไก่ และชิ้นส่วนไก่ ก็อาจจะอยู่เหนือความควบคุมและคาดการณ์ของบริษัทฯ ได้

2.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

ในช่วงที่ผ่านมา ราคาน้ำมันในตลาดโลกมีความผันผวนอย่างมาก ซึ่งยากที่จะหลีกเลี่ยงผลกระทบจากความผันผวนของราคาน้ำมันในตลาดโลก จากความผันผวนดังกล่าว ส่งผลให้ต้นทุนการผลิต และต้นทุนการขนส่งต้องปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงด้วยระบบโลจิสติกส์ โดยบริษัทย่อยมีโรงงานอาหารสัตว์ 1 แห่ง ที่ อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการขนส่งของกลุ่มบริษัทลดลง เนื่องจากกลุ่มบริษัทสามารถลดระยะทางการขนส่งอาหารไก่จากโรงงานอาหารสัตว์จากเดิมที่ อ.บางปลากรด จ.สมุทรปราการ ไปยังฟาร์มเลี้ยงไก่ของกลุ่มบริษัทที่จังหวัดชลบุรีได้ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทฯ สามารถลดต้นทุนการผลิตและการขนส่งได้เป็นอย่างมาก

2.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค

รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงมีความสำคัญ โดยต้องเร่งศึกษาและทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม รวมถึงตอบสนองความต้องการ (Need) และสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้แก่ผู้บริโภคมากที่สุด

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีหน่วยงานที่ศึกษาและติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศอยู่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ดังนั้นจึงมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลผู้บริโภคในเชิงลึก เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงวางแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความหลากหลายและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค



รวมถึงวางแผนด้านการตลาด เพื่อเสนอเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค ซึ่งระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการอีกทั้งสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

2.6 ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้าและการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้น เพราะมีผู้ประกอบการในตลาดมากมาย แต่ละรายก็เน้นที่จะเพิ่มยอดขายและทำกำไรให้สูงขึ้น ประกอบกับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 ย่อมส่งผลให้มีความคล่องตัวในการเคลื่อนย้ายทรัพยากร เงินทุน แรงงาน รวมถึงการค้าขายระหว่างประเทศที่จะมีขนาดใหญ่ขึ้น ซึ่งส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจ มีการนำสินค้าจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าเข้ามาขายในประเทศ อีกทั้งการเคลื่อนย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศที่มีค่าแรงถูก อันจะกระทบต่อรายได้และการดำเนินการของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมในการแข่งขันด้านราคา คุณภาพ และสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด มีหน่วยงานที่ศึกษาและติดตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ พร้อมทั้งหาแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจากประเทศสมาชิก เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีราคาถูกและมีคุณภาพ มีการกระจายสินค้าและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย พร้อมทั้งพัฒนารูปแบบการจัดส่งให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงด้านการบริหารเวลาและลดความเสียหายในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

2.7 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ มีรายการค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ทั้งที่เป็นการส่งออกและการนำเข้า ดังนั้นบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยในด้านของการส่งออก หากเงินบาทแข็งค่าขึ้นย่อมส่งผลต่อรายได้ที่ลดลงเมื่อแปลงเป็นสกุลเงินบาท และในด้านการนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ หากเงินบาทอ่อนค่าลง ย่อมส่งผลต่อต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นเช่นกัน ประกอบกับบริษัทฯ ยังมีการนำเข้าเครื่องจักร วัสดุ และอุปกรณ์บางส่วนจากต่างประเทศ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงโดยใช้เครื่องมือทางการเงิน โดยมีนโยบายทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าไว้กับสถาบันการเงินหลายแห่งสำหรับรายการค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศ เพื่อคุ้มครองความเสี่ยงด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และยังทำให้บริษัทฯ ทราบถึงต้นทุนการผลิตที่แน่นอน ช่วยให้การกำหนดราคาขายมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเป็นหลักประกันได้ในระดับหนึ่ง ว่าบริษัทฯ จะได้รับผลกำไรตามแผนที่คาดการณ์ไว้ อย่างไรก็ตาม การทำสัญญาดังกล่าวไม่ได้ประกันว่าบริษัทฯ จะสามารถจัดการกับอัตราแลกเปลี่ยนได้ในอัตราที่ดีกว่าตลาด เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนนั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างแม่นยำขณะที่ทำสัญญา

2.8 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในอัตราดอกเบี้ยในตลาด ซึ่งมีผลกระทบต่อการดำเนินงานและกระแสเงินสดของบริษัทฯ



การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงโดยการมีหน่วยงานที่คอยติดตามการเคลื่อนไหวของทิศทางของอัตราดอกเบี้ยอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย โดยการใช้อัตราดอกเบี้ยคงที่ (Fixed Rate) เพื่อให้บริษัทมีต้นทุนทางการเงินและสภาพคล่องที่เหมาะสมอีกทั้งเป็นการป้องกันความเสี่ยงของอัตราดอกเบี้ยที่อาจเพิ่มขึ้นในอนาคต

2.9 ความเสี่ยงด้านกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ

การกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจส่งออกไปยังหลายประเทศ ปัจจุบันแม้การกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศโดยใช้ระบบกำแพงภาษีศุลกากรได้ลดบทบาทลงตามนโยบายการค้าเสรีโลก แต่ประเทศผู้นำเข้าได้มีการกีดกันทางการค้าในรูปแบบใหม่ที่ไม่ใช่ภาษีเกิดขึ้น เช่น การกำหนดโควต้า การเพิ่มมาตรการด้านสุขอนามัย รวมทั้งการกำหนดมาตรฐานการนำเข้าให้สูงขึ้น การที่จะเปิดตลาดใหม่หรือขยายตลาดไปยังประเทศอื่น อาจไม่สามารถกระทำได้ง่าย หรืออาจจะต้องใช้ระยะเวลานาน เนื่องจากแต่ละประเทศมีนโยบายปกป้องอุตสาหกรรมการปศุสัตว์ของแต่ละประเทศไว้ การเปลี่ยนแปลงปัจจัยดังกล่าว อาจมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต ยอดขายและความสามารถในการทำกำไรในอนาคตของบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการส่งออกโดยรวม

การบริหารความเสี่ยง

เพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องในเรื่องของกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้มีข้อมูลและข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ อันจะได้นำมาศึกษาและพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับกฎระเบียบต่างๆ แต่อย่างไรก็ตาม การกีดกันทางการค้าเป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใด ซึ่งการบริหารความเสี่ยงเพื่อไม่ให้ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานอาจจะไม่สามารถดำเนินการได้อย่างครอบคลุม



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลักที่กลุ่มบริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ มีดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
<p>1. ที่ดิน</p> <p>1.1 ที่ดินสำหรับโรงงานผลิต</p> <p>- ข้าและและแปรรูปเนื้อไก่ จำนวน 4 แปลง</p> <p>จ.สมุทรปราการ รวมเนื้อที่ 46-1-85.25 ไร่</p> <p>- ผลิตอาหารสัตว์ จำนวน 23 แปลง</p> <p>จ.สมุทรปราการและ จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 290-1-92.50 ไร่</p> <p>1.2 ที่ดินสำหรับฟาร์มเลี้ยงไก่</p> <p>- จำนวน 13 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 736-1-11 ไร่</p> <p>- จำนวน 54 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 3,596-1-36 ไร่</p> <p>- จำนวน 28 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 2,269-0-79 ไร่</p> <p>- จำนวน 4 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 1,824-0-76 ไร่</p>	<p>บริษัทเป็นเจ้าของ</p> <p>บริษัทย่อย บมจ.กรู๊ตไทยอาหารสัตว์ เป็นเจ้าของ</p> <p>บริษัทเป็นเจ้าของ</p> <p>บริษัทย่อย บจก.เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม เป็นเจ้าของ</p> <p>บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรู๊ตไทย เป็นเจ้าของ</p> <p>บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดดิ้ง เป็นเจ้าของ</p>	<p>155.58</p> <p>87.55</p> <p>43.27</p> <p>137.72</p> <p>62.63</p> <p>60.00</p>	<p>ติดจำนอง 4 แปลง กับสถาบันการเงิน วงเงิน 327 ล้านบาท</p> <p>ติดจำนอง 23 แปลง กับสถาบันการเงิน วงเงิน 675 ล้านบาท</p> <p>ติดจำนอง 12 แปลง กับสถาบันการเงิน วงเงิน 560 ล้านบาท</p> <p>ติดจำนอง 46 แปลง กับสถาบันการเงิน วงเงิน 319 ล้านบาท</p> <p>ติดจำนอง 28 แปลง กับสถาบันการเงิน วงเงิน 80 ล้านบาท</p> <p>ไม่มีภาระผูกพัน</p>
<p>2. โรงงาน</p> <p>2.1 โรงงานสำหรับผลิต</p> <p>- ข้าและไก่และผลิตสินค้าสำเร็จรูป 1 แห่ง</p> <p>จ.สมุทรปราการ</p> <p>- ผลิตอาหารสัตว์ 2 แห่ง จ.สมุทรปราการ และ จ.ชลบุรี</p> <p>2.2 โรงงานฟาร์มเลี้ยงไก่และโรงฟักลูกไก่</p> <p>- จำนวน 188 หลัง จ.ชลบุรี</p> <p>- จำนวน 90 หลัง จ.ชลบุรี</p> <p>- จำนวน 7 หลัง จ.ชลบุรี</p> <p>- จำนวน 13 หลัง จ.ชลบุรี</p>	<p>บริษัทเป็นเจ้าของ</p> <p>บริษัทย่อย บมจ.กรู๊ตไทยอาหารสัตว์ เป็นเจ้าของ</p> <p>บริษัทย่อย บจก.เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม เป็นเจ้าของ</p> <p>บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรู๊ตไทย เป็นเจ้าของ</p> <p>บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดดิ้ง เป็นเจ้าของ</p> <p>บริษัทย่อย บมจ.กรู๊ตไทยอาหารสัตว์ เป็นเจ้าของ</p>	<p>263.36</p> <p>760.01</p> <p>803.48</p> <p>244.74</p> <p>124.05</p> <p>157.48</p>	<p>ติดจำนองกับสถาบันการเงิน วงเงิน 450 ล้านบาท</p> <p>ติดจำนองพร้อมที่ดิน</p> <p>ไม่มีภาระผูกพัน</p> <p>ติดจำนองพร้อมที่ดิน</p> <p>ไม่มีภาระผูกพัน</p> <p>ไม่มีภาระผูกพัน</p>



ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
3. เครื่องจักร 3.1 เครื่องจักรใช้ในการผลิต - ซ้ำและและแปรรูป จำนวน 69 ชุด - ผลิตอาหารสัตว์ 2 แห่ง จำนวน 5 ชุด 3.2 เครื่องจักรใช้ในฟาร์มเลี้ยงไก่ - ประเภทอุปกรณ์ในการฟักลูกไก่ จำนวน 20 ชุด จำนวน 202 ชุด - ประเภทอุปกรณ์ในการเลี้ยงไก่ จำนวน 1 ชุด จำนวน 188 ชุด	บริษัทเป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหารสัตว์ เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดดิ้ง เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรุงเทพ เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหารสัตว์ เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม เป็นเจ้าของ	456.39 147.66 6.16 22.74 20.25 160.47	ไม่มีภาระผูกพัน ติดจำนอง 4 ชุด วงเงิน 100 ล้านบาท ไม่มีภาระผูกพัน ไม่มีภาระผูกพัน ไม่มีภาระผูกพัน ไม่มีภาระผูกพัน

นอกจากทรัพย์สินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทข้างต้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 กลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาเช่าอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ และเช่าที่ดินเพื่อใช้ทำฟาร์มเลี้ยงสัตว์และอาคารพักอาศัยของพนักงานจากผู้ให้เช่าที่เป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ลำดับ ที่	ประเภทการเช่า	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลาการเช่า		
			จำนวนปี	วันเริ่มสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา
1.	อาคารสำนักงาน	บจก.ป. เจริญพันธ์อาหารสัตว์	3	1 สิงหาคม 2555	31 กรกฎาคม 2558
2.	ที่ดิน	บจก.ป. เจริญพันธ์โปรดิวส์	20	1 สิงหาคม 2550	31 กรกฎาคม 2570
3.	ที่ดิน	บจก.ป. เจริญพันธ์ จี.พี. ฟาร์ม	20	1 ตุลาคม 2546	30 กันยายน 2566
4.	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง	บจก.ป. เจริญพันธ์โปรดิวส์	3	1 สิงหาคม 2555	31 กรกฎาคม 2558

- หมายเหตุ : 1. สัญญาเช่าอาคารสำนักงานและที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีระยะเวลาการเช่า 3 ปี และสามารถต่ออายุ สัญญาเช่าได้ภายใต้เงื่อนไขของแต่ละสัญญา
2. สัญญาเช่าที่ดินเพื่อสร้างอาคารพักอาศัยและฟาร์มเลี้ยงไก่ที่มีระยะเวลาการเช่า 20 ปี และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้ภายใต้เงื่อนไขของแต่ละสัญญา หากไม่มีการต่ออายุสัญญาเช่า ผู้เช่ายอมให้ถือว่าสิ่งปลูกสร้าง อาคาร อุปกรณ์และส่วนควบที่เป็นส่วนประกอบของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างบนที่ดินที่เช่าตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่าทั้งสิ้น

4.2. นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนให้ครบวงจรในอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อไก่ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงไก่ปุ๋ยพันธุ์ ฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ ฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ การชำแหละไก่ รวมทั้งการแปรรูปเนื้อไก่ ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมคุณภาพ และควบคุมต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนบริษัทร่วมทั้ง 2 แห่ง นั้น ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะถือหุ้นอยู่เพียงร้อยละ 49 แต่บริษัทฯ ยังสามารถควบคุมการบริหารงานที่สำคัญ เช่น การจัดหาวัตถุดิบเนื้อไก่และไก่เนื้อ โดยบริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายเนื้อไก่ให้กับบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยเป็นผู้จำหน่ายไก่เนื้อให้กับบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

กลุ่มบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย และ/หรือ คดีความที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีคดีความที่มีได้เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทฯ มีเพียงคดีความที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทฯ เช่น การฟ้องร้องลูกหนี้การค้าในคดีเช็ค เป็นต้น ซึ่งคดีความดังกล่าวไม่มีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

บริษัท	:	บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็ง เนื้อไก่แปรรูป และผลิตภัณฑ์อาหารจากเนื้อไก่
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	312 อาคารจีเอฟพีที ถนนพระรามที่ 2 แขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107537001471
โทรศัพท์	:	0-2473-8000
โทรสาร	:	0-2473-8398
Home Page	:	www.gfpt.co.th
เลขานุการบริษัทและสายงาน		
นักลงทุนสัมพันธ์	:	0-2473-8000 e-mail: ir@gfpt.co.th
ฝ่ายตรวจสอบภายใน	:	0-2473-8000 e-mail: internalaudit@gfpt.co.th
ทุนจดทะเบียน	:	1,400,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	1,253,821,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	1,253,821,000 หุ้น
ชนิดของหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	หุ้นสามัญ



นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นเกินร้อยละ 10

บริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	:	บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ และฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ เพื่อผลิตและจำหน่ายไข่เชื้อ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	312 อาคารจีเอฟพีที ถนนพระรามที่ 2 แขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107537001463
โทรศัพท์	:	0-2473-8000
โทรสาร	:	0-2473-8398
Home Page	:	www.ktfeedmill.co.th
ทุนจดทะเบียน	:	400,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	400,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	40,000,000 หุ้น
ชนิดของหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	หุ้นสามัญ
สัดส่วนการถือหุ้น	:	97.87%
ชื่อบริษัท	:	บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด
ประเภทธุรกิจ	:	ฟาร์มเลี้ยงไก่ป๋วยพันธุ์ เพื่อผลิตและจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	312 อาคารจีเอฟพีที ถนนพระรามที่ 2 แขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105536132457
โทรศัพท์	:	0-2473-8000
โทรสาร	:	0-2473-8398
ทุนจดทะเบียน	:	200,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	200,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	20,000,000 หุ้น
ชนิดของหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	หุ้นสามัญ
สัดส่วนการถือหุ้น	:	99.99%



บริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด
ประเภทธุรกิจ	:	ฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ เพื่อผลิตและจำหน่ายลูกไก่พันธุ์เนื้อ และลูกไก่พันธุ์ไข่
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	312 อาคารจีเอฟพีที ถนนพระรามที่ 2 แขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105521016944
โทรศัพท์	:	0-2473-8000
โทรสาร	:	0-2473-8398
ทุนจดทะเบียน	:	350,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	350,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	35,000,000 หุ้น
ชนิดของหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	หุ้นสามัญ
สัดส่วนการถือหุ้น	:	99.99%
ชื่อบริษัท	:	บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด
ประเภทธุรกิจ	:	ฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	312 อาคารจีเอฟพีที ถนนพระรามที่ 2 แขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105524028536
โทรศัพท์	:	0-2473-8000
โทรสาร	:	0-2473-8398
ทุนจดทะเบียน	:	550,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	550,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	55,000,000 หุ้น
ชนิดของหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	หุ้นสามัญ
สัดส่วนการถือหุ้น	:	99.99%

**บริษัทย่อย**

ชื่อบริษัท	:	บริษัท จีเอฟ ฟู้ดส์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	312 อาคารจีเอฟพีที ถนนพระรามที่ 2 แขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105525001496
โทรศัพท์	:	0-2473-8000
โทรสาร	:	0-2473-8398
ทุนจดทะเบียน	:	40,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	40,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	400,000 หุ้น
ชนิดของหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	หุ้นสามัญ
สัดส่วนการถือหุ้น	:	99.99%

บริษัทร่วม

ชื่อบริษัท	:	บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	210 หมู่ 1 ถนนเทพารักษ์ ก.ม. 20.5 ตำบลบางเสาธง กิ่งอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10540
เลขทะเบียนบริษัท	:	0115536003282
โทรศัพท์	:	0-2315-4763-4, 0-2315-4766-7
โทรสาร	:	0-2315-4765
ทุนจดทะเบียน	:	100,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	100,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	1,000,000 หุ้น
ชนิดของหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	หุ้นสามัญ
สัดส่วนการถือหุ้น	:	49.00%

**บริษัทร่วม**

ชื่อบริษัท	:	บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็ง เนื้อไก่แปรรูป และผลิตภัณฑ์อาหารจากเนื้อไก่
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	77 หมู่ที่ 4 ตำบลห้างสูง อำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี 20190
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105551130397
โทรศัพท์	:	038-932-900
โทรสาร	:	038-932-999
ทุนจดทะเบียน	:	3,014,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	3,014,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	30,140,000 หุ้น
ชนิดของหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	หุ้นสามัญ
สัดส่วนการถือหุ้น	:	49.00%

บุคคลอ้างอิงอื่น

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง	:	62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์	:	0-2229-2800
โทรสาร	:	0-2359-1259
Home Page	:	www.tsd.co.th
ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้	:	-ไม่มี-
ผู้สอบบัญชี	:	บริษัท สำนักงาน เอ เอ็ม ซี จำกัด
ที่ตั้ง	:	191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 19 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์	:	0-2231-3980-7
โทรสาร	:	0-2231-3988
Home Page	:	www.amc-mri.com