



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

นโยบายธุรกิจ

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจในการเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมผลิตและแปรรูปสินค้าปศุสัตว์และเกษตรอย่างครบวงจร เน้นความปลอดภัยทางด้านอาหาร ตลอดจนความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ อีกทั้งความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม



1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ธุรกิจ

จีเอฟพีที มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อไก่แปรรูปแบบครบวงจรเพื่อการส่งออก

พันธกิจและกลยุทธ์

พันธกิจ 7 ประการที่สร้างขึ้น จากรากฐานความใส่ใจ เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศด้านการผลิตอาหาร โดยมีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการดำเนินงานให้บรรลุภารกิจที่ตั้งไว้ ดังนี้

- 1. คุณภาพอาหาร :** ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานสากล
กลยุทธ์ : คัดสรรวัตถุดิบชั้นเยี่ยมสู่โรงงานแปรรูป ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 2. ความปลอดภัยอาหาร :** เชื่อมั่นด้วยระบบตรวจสอบย้อนกลับ
กลยุทธ์ : เต็มเปี่ยมด้วยความเชื่อมั่น ด้วยระบบตรวจสอบย้อนกลับ ทุกผลิตภัณฑ์จึงปลอดภัยก่อนส่งถึงมือผู้บริโภค
- 3. นวัตกรรมอาหาร :** พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย
กลยุทธ์ : วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ พร้อมนำเข้าเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง
- 4. บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ :** ส่งเสริมศักยภาพบุคลากรสู่ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ
กลยุทธ์ : ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทุกหน่วยงานสู่ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ สร้างความมั่นคงระยะยาวด้วยการให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิต เพื่อยกระดับองค์กรสู่มาตรฐานสากล
- 5. ความพึงพอใจสูงสุด :** ใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเพื่อความพึงพอใจสูงสุด
กลยุทธ์ : ใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ควบคุมการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพมาตรฐานสากล 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 ประกอบธุรกิจการผลิตและจำหน่ายเนื้อไก่แปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารจากเนื้อไก่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

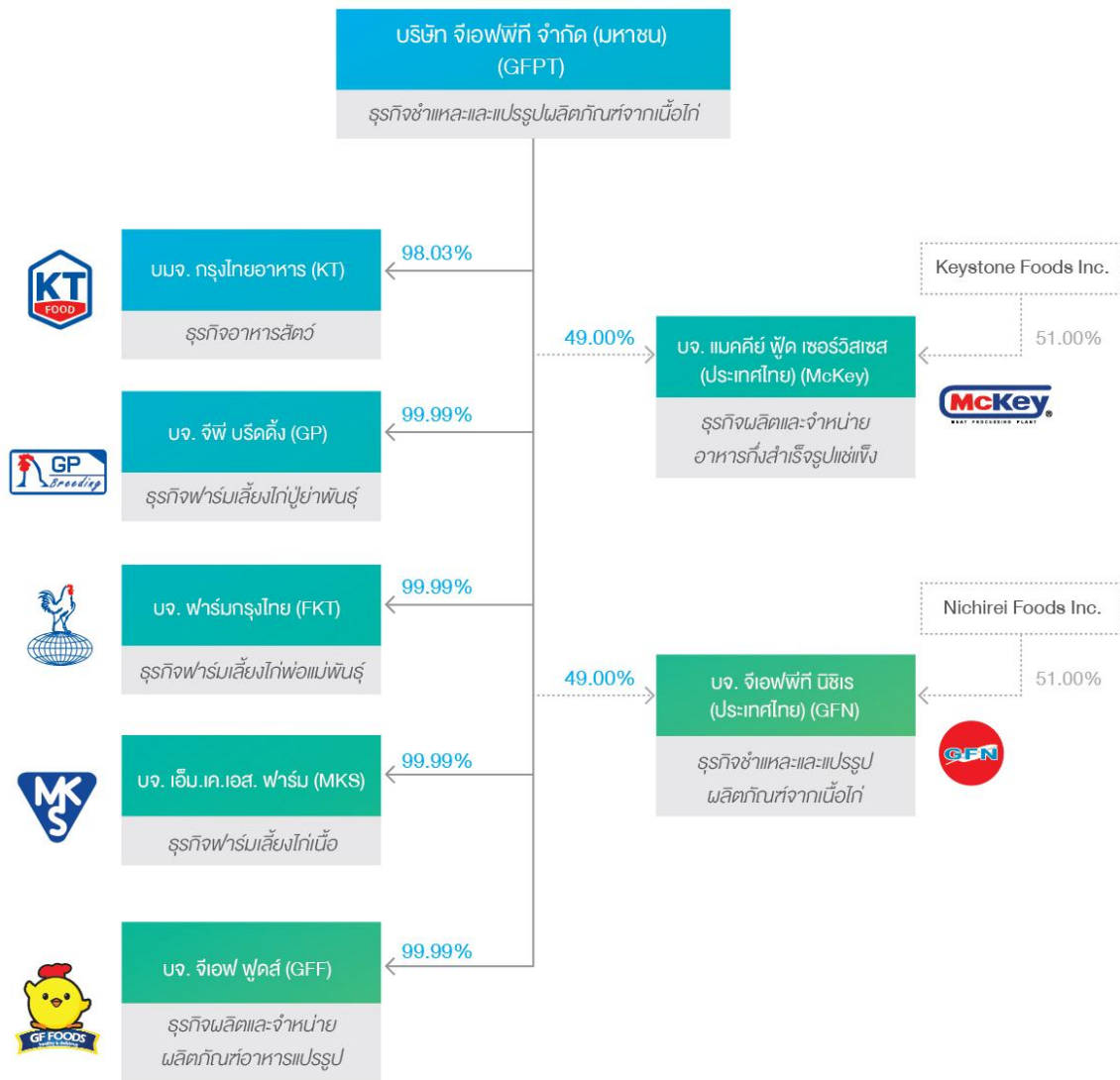
- 2524 : จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในนาม “บริษัท เจเนอรัล ฟูดส์ โพลทรีรี่ (ไทย) จำกัด” โดยมีผู้ถือหุ้น 3 ฝ่ายคือ
1. บริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด (ประเทศไทย) ถือหุ้นในสัดส่วน 51.00%
 2. บริษัท เจเนอรัล ฟูดส์ โพลทรีรี่ จำกัด (ประเทศนิวซีแลนด์) ถือหุ้นในสัดส่วน 34.00%
 3. บริษัท ยูไนเต็ด เทรดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ประเทศลักเซมเบิร์ก) ถือหุ้นในสัดส่วน 15.00%
- 2528 : ผู้ถือหุ้น 2 ฝ่าย คือ บริษัท เจเนอรัล ฟูดส์ โพลทรีรี่ จำกัด (ประเทศนิวซีแลนด์) และ บริษัท ยูไนเต็ด เทรดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ประเทศลักเซมเบิร์ก) ได้ถอนทุนออกไป โดยผู้ถือหุ้นกลุ่มเครือ ป.เจริญพันธ์ รับซื้อหุ้นไว้ทั้งหมด
- 2530 : ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 77.70 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท เพื่อขยายโรงงานและเพิ่มกำลังการผลิตในการชำแหละไก่ 6,000 ตัวต่อชั่วโมง
- 2532 : ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100 ล้านบาท เป็น 150 ล้านบาท เพื่อขยายโรงงานเพิ่มทำให้มีกำลังการผลิตในการชำแหละไก่ 7,200 ตัวต่อชั่วโมง
- : ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ป.เจริญพันธ์โพลทรีรี่ 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 ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ เพื่อผลิตและจำหน่ายลูกไก่พันธุ์ไข่ และลูกไก่พันธุ์เนื้อ
 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 65.00% ในบริษัทย่อยอีกแห่งหนึ่ง คือ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2531 ซึ่งดำเนินธุรกิจในการผลิตอาหารสัตว์
- 2535 : เริ่มเข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีทุนจดทะเบียน 1,000 ล้านบาท ทุนเรียกชำระแล้ว 570 ล้านบาท



- 2536 : ได้ลงทุน 49.00% ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเซล (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยร่วมทุนกับ บริษัท คีย์สโตน ฟู้ด คอร์ปอเรชั่น (ประเทศสหรัฐอเมริกา) จำกัด ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วน 51.00% โดยบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเซล (ประเทศไทย) จำกัด มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 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 65.00% เป็น 96.50%
- 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 ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ป๋ายาพันธุ์
- 2551 : ได้ลงทุน 49.00% ในบริษัท จีเอฟพีที นิชิเร (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายไก่แปรรูปและไก่สดแช่แข็งในประเทศและต่างประเทศ โดยร่วมทุนกับ บริษัท นิชิเร ฟู้ดส์ อิงค์ (ประเทศญี่ปุ่น) ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วน 51.00% โดย บริษัท จีเอฟพีที นิชิเร (ประเทศไทย) จำกัด มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 1,170 ล้านบาท
- 2553 : แลกค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมมูลค่าหุ้นละ 10 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท โดยทุนจดทะเบียนคงเดิมคือ 1,400 ล้านบาท แต่จำนวนหุ้นสามัญเพิ่มขึ้นจากเดิม 140 ล้านหุ้น เป็น 1,400 ล้านหุ้น
- 2554 : ได้ซื้อหุ้นของ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) เพิ่ม ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 96.50% เป็น 97.85%
- 2555 : ได้ทำการเพิ่มทุน บริษัท จีเอฟพีที นิชิเร (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุน โดยเพิ่มทุนในสัดส่วนเดิม 49.00% จำนวนรวม 903.56 ล้านบาท โดย บริษัท จีเอฟพีที นิชิเร (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%
- 2557 : ได้เปลี่ยนชื่อ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน)
: ได้ซื้อหุ้นของ บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) เพิ่ม ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 97.87% เป็น 98.03%



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท





บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) (“บริษัท GFPT”) ก่อตั้งขึ้นในปี 2524 โดยบริษัท GFPT ได้จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนในปี 2537 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 1,400,000,000 บาท และทุนเรียกชำระแล้ว 1,253,821,000 บาท บริษัท GFPT เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มดำเนินธุรกิจหลัก คือ การชำแหละและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ โดยผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ ได้แก่ ชิ้นส่วนไก่สดและผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปปรุงสุก รวมถึงผลพลอยได้จากการชำแหละไก่ จำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และของลูกค้า โดยจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในปี 2557 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตและแปรรูปเนื้อไก่สูงสุดที่ 118,000 ตันต่อปี และมีกำลังการผลิตไก่ปรุงสุกที่ 32,000 ตันต่อปี มีโรงงานเพียงแห่งเดียวที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ

บริษัท GFPT และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท GFPT”) ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมการเกษตรครบวงจร โดยขอบเขตของการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท GFPT ครอบคลุมตั้งแต่สายธุรกิจอาหารสัตว์ สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ป้อนพันธุ์ สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ สายธุรกิจจำหน่ายลูกไก่ สายธุรกิจชำแหละและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ และสายธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป

การดำเนินธุรกิจของทั้งกลุ่มบริษัท GFPT เป็นลักษณะต่อเนื่องครบวงจร โดยเริ่มต้นตั้งแต่ การลงทุน 98.03% ในบริษัท กรุงเทพอาหาร 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 2557 บริษัท KT มีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น 1 ล้านตัน โดยแบ่งเป็นโรงงานผลิตอาหารสัตว์บก 1 โรง โรงงานผลิตอาหารสัตว์น้ำ 2 โรง ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ มีกำลังการผลิตรวม 599,000 ตันต่อปี และเป็นโรงงานผลิตอาหารไก่เนื้อ 1 โรง ตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี มีกำลังการผลิตรวม 512,000 ตันต่อปี นอกจากนี้ยังมีฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ ผลิตไข่เพื่อจำหน่ายให้กับบริษัท FKT ในปี 2557 มีกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 21 ล้านฟองต่อปี โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 3 ฟาร์มซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี สำหรับผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือเป็นบุคคลที่ไม่มีความขัดแย้งกับทางบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ลงทุน 99.99 % ในบริษัท จีพี บริติช จำกัด (“บริษัท GP”) โดยมีทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท บริษัท GP ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ป้อนพันธุ์ ผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เพื่อจำหน่ายให้กับบริษัท FKT, บริษัท KT และผู้เลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั่วไป ในปี 2557 บริษัท GP มีกำลังการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เท่ากับ 1.3 ล้านตัวต่อปี โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 1 ฟาร์มซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี

บริษัทฯ ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัท ฟาร์มกรุงเทพ จำกัด (“บริษัท FKT”) โดยมีทุนจดทะเบียน 350 ล้านบาท บริษัท FKT ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ เพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์เพื่อจำหน่ายให้กับบริษัท MKS ทั้งหมด ส่วนลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่ บริษัท FKT ได้นำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อมาเลี้ยงและผลิตลูกไก่พันธุ์ไข่ จำหน่ายให้กับ บริษัท KT และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่พันธุ์ไข่ ในปี 2557 บริษัท FKT มีกำลังการผลิตสำหรับลูกไก่พันธุ์เนื้อเท่ากับ 107 ล้านตัวต่อปี ส่วนกำลังการผลิตลูกไก่พันธุ์ไข่เท่ากับ 3 ล้านตัวต่อปี โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อจำนวน 6 ฟาร์ม และฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่จำนวน 1 ฟาร์ม ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี



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 2557 บริษัท MKS มีกำลังการผลิตไก่เนื้อรวมเท่ากับ 83 ล้านตัวต่อปี จากฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อทั้งหมด 13 ฟาร์ม ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี สำหรับลูกไก่เนื้อที่เกินกำลังการผลิตจะจัดจำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงอิสระภายนอก

บริษัทฯ ได้ลงทุน 99.99 % ในบริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด (“บริษัท GFF”) โดยมีทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท บริษัท GFF ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท GFF ได้แก่ ไส้กรอก ลูกชิ้น ไก่ยอ และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่นๆ ซึ่งจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “จีเอฟ ฟูดส์” โดยจำหน่ายผ่านศูนย์จำหน่าย ตลาดสด และตลาดพ่อค้าคนกลาง ในปี 2557 บริษัท GFF มีกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 11,000 ตันต่อปี โดยมีโรงงานอยู่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ

บริษัทฯ ได้ลงทุน 49.00 % ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด (“บริษัท McKey”) โดยมีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท บริษัท McKey ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ ในปี 2557 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 25,000 ตันต่อปี โดยมีโรงงานอยู่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ สำหรับผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือเป็นบุคคลที่ไม่มีความขัดแย้งกับทางบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ลงทุน 49.00% ในบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด (“บริษัท GFN”) โดยมีทุนจดทะเบียน 3,014 ล้านบาท บริษัท GFN ดำเนินธุรกิจชำแหละและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ เพื่อจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ มีกำลังการผลิตและแปรรูปเนื้อไก่สูงสุดที่ 67,000 ตันต่อปี และมีกำลังการผลิตไก่ปรุงสุกที่ 33,000 ตันต่อปี มีโรงงานอยู่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี สำหรับผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือเป็นบุคคลที่ไม่มีความขัดแย้งกับทางบริษัทฯ

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินรวม

รายได้แต่ละสายธุรกิจ ของจีเอฟพีทีและ บริษัทย่อย	ดำเนินการ โดย	% การถือหุ้น	2555 รายได้ (ล้านบาท)	%	2556 รายได้ (ล้านบาท)	%	2557 รายได้ (ล้านบาท)	%
ข้าแหวะไก่/แปรรูป	GFPT		5,803.86	37.76	7,035.44	42.15	7,196.20	40.36
อาหารสัตว์	KT	98.03	5,294.03	34.44	4,811.39	28.82	4,886.72	27.41
ฟาร์มเลี้ยงสัตว์และ จำหน่ายลูกไก่	FKT, GP, MKS	99.99	3,664.25	23.84	4,004.94	23.99	4,840.26	27.15
	KT	98.03						
ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป	GFF	99.99	607.67	3.96	840.69	5.04	905.50	5.08
รวม			15,369.81	100.00	16,692.46	100.00	17,828.68	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

สายธุรกิจข้าแหวะและแปรรูปเนื้อไก่

สายธุรกิจข้าแหวะไก่และแปรรูปเนื้อไก่ดำเนินการโดยบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ คือ ชิ้นส่วนไก่สด และผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปปรุงสุก รวมถึงผลิตภัณฑ์พลอยได้จากการข้าแหวะไก่ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55 และร้อยละ 45 ตามลำดับ สภาวะการแข่งขัน ทางการตลาดของธุรกิจนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) ตลาดภายในประเทศ

คู่แข่งหลักของบริษัทฯ คือผู้ประกอบการโรงฆ่าไก่ในประเทศ ซึ่งบริษัทฯ มีความได้เปรียบเนื่องจากบริษัทฯ ทำธุรกิจครบวงจร คือตั้งแต่ผลิตอาหารสัตว์ เลี้ยงไก่ ข้าแหวะไก่ และแปรรูปสินค้า ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควบคุมต้นทุนการผลิตของบริษัทฯ ได้อีกด้วย

2) ตลาดต่างประเทศ

คู่แข่งหลักของบริษัทฯ คือผู้ผลิตเนื้อไก่รายใหญ่ของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา จีน บราซิล และกลุ่มสหภาพยุโรป โดยประเทศไทยจัดเป็นหนึ่งในผู้ผลิตเนื้อไก่รายใหญ่อันดับหนึ่ง และมีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ โดยที่ปริมาณการส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อไก่ปรุงสุก ในขณะที่ปริมาณการส่งออกไก่สดแช่แข็งมีสัดส่วนการส่งออกที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากตลาดประเทศญี่ปุ่นได้มีการอนุญาตให้มีการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทย หลังจากประเทศไทยสามารถควบคุมการระบาดของโรคไข้หวัดนกได้

การพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่หรือน้อยราย

วัตถุดิบหลักสำคัญที่ใช้คือไก่เนื้อ บริษัทฯ ต้องพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่เพียงรายเดียว คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นผู้เลี้ยงไก่เนื้อ ในปี 2557 มียอดสั่งซื้อเป็นจำนวน 4,514 ล้านบาท บริษัทฯ คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายเดียว เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทย่อยและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน



สิทธิประโยชน์

บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจำนวน 3 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 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับรวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่อนุมัติ และให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
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 กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) (“บริษัท KT”) ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท KT คือ อาหารสัตว์บกและอาหารสัตว์น้ำ บริษัท KT จำหน่ายอาหารสัตว์บกโดยเฉพาะอาหารไก่ให้กับบริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และบริษัท จีพี บริตติง จำกัด ตลอดจนผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไป สำหรับอาหารสัตว์น้ำ จำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์น้ำทั่วไป สภาวะการแข่งขันธุรกิจอาหารสัตว์นี้ ไม่ค่อยรุนแรงมากนัก เนื่องจากร้อยละ 57 ขายให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ส่วนร้อยละ 43 ขายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์อิสระทั่วไป บริษัท KT มีจุดแข็งที่สำคัญคือ เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจอาหารสัตว์มานานมากกว่า 20 ปี ทำให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัท KT รวมทั้งได้จัดให้มีนักวิชาการคอยให้คำปรึกษา ดูแล การเลี้ยงสัตว์ ซึ่งทำให้ลูกค้ามั่นใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัท KT มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังมีฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ โดยเลี้ยงในโรงเรือนระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ เพื่อผลิตไข่เชื้อขายให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

ในส่วนของอาหารสัตว์ บริษัท KT พึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 3 ราย คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และบริษัท จีพี บริตติง จำกัด และในส่วนของการไข่เชื้อ บริษัท KT พึ่งพาลูกค้าเพียงรายเดียว คือ บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด โดยในปี 2557 มียอดจำหน่ายอาหารไก่เป็นจำนวนเงิน 6,540 ล้านบาท และยอดจำหน่ายไข่เชื้อเป็นจำนวนเงิน 209 ล้านบาท บริษัท KT คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุน ในกิจการผลิตไข่ไก่เชื้อจำนวน 1 ฉบับ และในกิจการผลิตอาหารสัตว์หรือส่วนผสมอาหารสัตว์ จำนวน 2 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับสิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31, 34 และ 37 และให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินมูลค่าที่กำหนดตามเงินลงทุน 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. ธุรกิจไก่ป๋ายพันธุ์

ธุรกิจไก่ป๋ายพันธุ์ ดำเนินการโดยบริษัท จีพี บริติค จำกัด (“บริษัท GP”) โดยเริ่มจากการซื้อลูกไก่ป๋ายพันธุ์จากต่างประเทศและนำมาเลี้ยงโดยโรงเรือนระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ เพื่อผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อแล้วจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อให้กับบริษัท ฟาร์มกรุไทย จำกัด, บริษัท กรุไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) และผู้เลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั่วไปทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สภาวะการตลาดของธุรกิจนี้มีการแข่งขันค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทย่อยในกลุ่มจีเอฟพีที ซึ่งทำธุรกิจครบวงจร ทำให้บริษัท GP ไม่เกิดสภาวะการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่ง

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท GP ต้องพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 2 ราย คือ บริษัท ฟาร์มกรุไทย จำกัด และบริษัท กรุไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) โดยมียอดซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ในปี 2557 เป็นจำนวน 118 ล้านบาท บริษัท GP คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

บริษัท จีพี บริติค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนประเภท 1.5 กิจการขยายพันธุ์สัตว์หรือเลี้ยงสัตว์ ในกิจการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อ จำนวน 1 ฉบับ และในกิจการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ จำนวน 1 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนและได้สิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, 31 วรรค 3, 31 วรรค 4 และ 34 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ รวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่อนุมัติ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดิน และทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ ตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
1932(2)/2548	11 ตุลาคม 2548	ผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อ	9 กันยายน 2549	8 กันยายน 2557
1233(2)/2557	25 กุมภาพันธ์ 2557	ผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์	1 ธันวาคม 2557	30 พฤศจิกายน 2565

2. ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ ดำเนินการโดยบริษัท ฟาร์มกรุไทย จำกัด (“บริษัท FKT”) โดยซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อจากฟาร์มไก่ป๋ายพันธุ์จาก บริษัท จีพี บริติค จำกัด และซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่จากต่างประเทศ และนำมาเลี้ยงโดยโรงเรือนระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ เพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์เนื้อและลูกไก่พันธุ์ไข่ แล้วจำหน่ายลูกไก่พันธุ์เนื้อทั้งหมดให้กับ บริษัท เอ็ม.เค.เอส.



ฟาร์ม จำกัด ส่วนลูกไก่พันธุ์ไข่จำหน่ายให้กับ บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่พันธุ์ไข่ สถานะการตลาดของธุรกิจนี้มีการแข่งขันค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากบริษัท FKT เป็นบริษัทย่อยในกลุ่มจีเอฟพีที ซึ่งทำธุรกิจเกษตร ครบวงจร ทำให้ไม่เกิดสถานะการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่ง

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท FKT ต้องพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 2 ราย คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด และบริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) โดยในปี 2557 มียอดจำหน่ายลูกไก่พันธุ์เนื้อและลูกไก่พันธุ์ไข่เป็นจำนวน 1,073 ล้านบาท บริษัท FKT คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตลูกไก่ ประเภท 1.5 กิจการขยายพันธุ์สัตว์ หรือเลี้ยงสัตว์ จำนวน 2 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนและได้สิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, 31 วรรค 3, 31 วรรค 4 และ 34 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ รวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามพิกัดลดหย่อนภาษี 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 (“บริษัท MKS”) ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท MKS คือ ไก่เนื้อ โดยมีวัตถุดิบหลักคือลูกไก่พันธุ์เนื้อ ซึ่งจากบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และอาหารไก่ ซึ่งจากบริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) ส่วนวัตถุดิบอื่น เช่น วัคซีน ฯลฯ ซึ่งจากบริษัทในประเทศ และนำมาดำเนินการเลี้ยงในโรงเรือนด้วยระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ จนอายุครบ 41 ถึง 43 วัน แล้วจึงจำหน่ายให้กับบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และ บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่ ดังนั้น สถานะการตลาดของบริษัทนี้ แทบจะไม่มี การแข่งขัน เนื่องจากลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท MKS คือ บริษัทใหญ่และบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท MKS พึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 2 รายคือ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด โดยในปี 2557 มียอดจำหน่ายไก่เนื้อเป็นจำนวน 4,514 ล้านบาท และ 3,876 ล้านบาท ตามลำดับ บริษัท MKS คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทแรกเป็นบริษัทใหญ่และมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน ส่วนบริษัทที่สอง เป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่

สิทธิประโยชน์

บริษัท เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุน ในกิจการเลี้ยงไก่เนื้อ ประเภท 1.5 กิจการขยายพันธุ์สัตว์ หรือเลี้ยงสัตว์จำนวน 11 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และได้สิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, 31 วรรค 3, 31 วรรค 4 และ 34 สิทธิ



ประโยชน์ที่ได้รับรวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่อนุมัติ และภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
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	30 สิงหาคม 2557	29 สิงหาคม 2565
2108(2)/2553	19 ตุลาคม 2553	เลี้ยงไก่เนื้อ	28 สิงหาคม 2557	27 สิงหาคม 2565
1674(2)/2554	9 มิถุนายน 2554	เลี้ยงไก่เนื้อ	23 ธันวาคม 2557	22 ธันวาคม 2565
2106(2)/2553	19 ตุลาคม 2553	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-
2107(2)/2553	19 ตุลาคม 2553	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-
1022(2)/2555	12 มกราคม 2555	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-

สายธุรกิจอาหารแปรรูป

สายธุรกิจอาหารแปรรูป ดำเนินการโดยบริษัท จีเอฟ ฟู้ดส์ จำกัด (“บริษัท GFF”) ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ไส้กรอก ลูกชิ้น ไก่ยอ และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่นๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์จะอยู่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “จีเอฟฟู้ดส์” ตลาดที่สำคัญของธุรกิจนี้คือ ศูนย์จำหน่าย ตลาดสด และตลาดพ่อค้าคนกลาง บริษัท GFF เผชิญกับสถานะแข่งขันค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากการผลิตไส้กรอก ลูกชิ้น ไก่ยอ และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่น บางส่วนจะใช้เศษเนื้อไก่ที่เกิดจากการตัดแต่งของผลิตภัณฑ์ ซึ่งบริษัท GFF มีคู่แข่งที่สำคัญ คือกลุ่มบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเป็นหลัก

การพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท GFF ต้องพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายเพียงรายเดียวคือ บริษัท จีเอฟฟี่ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ในการซื้อวัตถุดิบหลักคือชิ้นส่วนไก่เนื้อเพื่อนำมาผลิตและจำหน่ายสินค้า โดยในปี 2557 มียอดการสั่งซื้อเป็นจำนวน 593 ล้านบาท บริษัท GFF คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่เพียงรายเดียว เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทใหญ่และมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

สายธุรกิจชำแหละและแปรรูปเนื้อไก่

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้น บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง เนื่องจากบริษัทฯ มีประสบการณ์มาหลายสิบปีทางด้านภาคปศุสัตว์ ทำให้คุณภาพผลิตภัณฑ์ 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 14 และบริษัทรวม 2 แห่ง คือ บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีสัดส่วนการซื้อคิดเป็นร้อยละ 26 และ ร้อยละ 1 ของยอดขายในประเทศ ตามลำดับ โดยที่บริษัท รวมทั้ง 2 แห่ง ซื้อชิ้นส่วนไก่เพื่อนำไปผลิตสินค้าส่งให้กับลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ
 - กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าแปรรูปเนื้อไก่เพื่อการส่งออก ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะรับซื้อชิ้นส่วนไก่ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 7 ของยอดขายภายในประเทศ แล้วนำไปแปรรูปเป็นอาหารสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูปเพื่อการส่งออก
 - กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าที่เป็นพ่อค้าคนกลางรายย่อย ๆ ซึ่งจะมารับสินค้าจากบริษัทฯ ทุกวันเพื่อนำไปขายต่อผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 53 ของยอดขายภายในประเทศ
- ลูกค้าต่างประเทศ บริษัทฯ ส่งออกเนื้อไก่ไปยังต่างประเทศ ตลาดต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป ฮองกง และสิงคโปร์ เป็นต้น

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ คือ กลุ่มผู้บริโภคเนื้อสัตว์ทั้งในและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) มีการจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “GFPT” และเครื่องหมายการค้าของลูกค้า มีสัดส่วนแบ่งเป็นตลาดภายในประเทศร้อยละ 55 และตลาดต่างประเทศร้อยละ 45

ตลาดภายในประเทศ สินค้าส่วนใหญ่เป็นผลพลอยได้จากการชำแหละไก่ เช่น ขนไก่ หัวไก่ เครื่องใน กระดูก เศษเนื้อเศษหนัง โดยผู้ซื้อส่วนหนึ่งเป็นพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเข้ามารับสินค้าทุกวันเพื่อนำไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งเป็นสินค้าคุณภาพระดับส่งออก จำหน่าย ให้กับบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้าแปรรูปจากเนื้อไก่ โดยส่งออกอีกทอดหนึ่ง นอกจากนี้บริษัทย่อยคือ บริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด เป็นผู้รับซื้อเนื้อไก่เพื่อนำไปผลิตไส้กรอก ส่วนบริษัทรวมคือ บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด จะนำไปผลิตเป็นไก่ทอด เบอร์เกอร์ไก่ และ นกเก็ต เป็นต้น



ตลาดต่างประเทศ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ติดต่อขายสินค้าโดยตรงกับลูกค้า ซึ่งผู้นำเข้ารายใหญ่ คือ ประเทศญี่ปุ่นและกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันภายในประเทศ ผู้ประกอบการโรงฆ่าและไก่ในประเทศโดยส่วนใหญ่ มักอยู่ในลักษณะที่ครบวงจร คือ มีธุรกิจอาหารสัตว์ ผลิตลูกไก่ และฟาร์มเลี้ยงไก่เป็นของตนเอง

สำหรับการแข่งขันของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นภายในประเทศจัดได้ว่า อยู่ในระดับแนวหน้ารายหนึ่ง และมีธุรกิจครบวงจร คือ โรงงานอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงไก่ และโรงฆ่าและไก่ การที่บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในบริษัทที่ครบวงจรย่อมจะได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในด้านการควบคุมคุณภาพ ความสามารถในการหาเนื้อไก่ป้อนเข้าโรงฆ่าและ เนื่องจากมีฟาร์มเลี้ยงของตนเอง ตลอดจนการปรับปรุงเทคโนโลยีให้ ทันสมัย และสามารถกำหนดปริมาณให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การแข่งขันในตลาดต่างประเทศ คู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกเนื้อไก่ปรุงสุกประกอบด้วย บราซิล จีน และ สหรัฐอเมริกา ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดส่งออกขึ้นอยู่กับความได้เปรียบของผู้ส่งออกในแต่ละประเทศ เช่น ต้นทุนของ สินค้า ค่าระวาง คุณภาพของสินค้า ซึ่งประเทศไทยนับได้ว่ามีความได้เปรียบในเรื่องต้นทุนการผลิต คุณภาพ ตลอดจน ประสิทธิภาพในการพิจารณารูปแบบของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ไทยสามารถขยายตลาดส่งออก เพิ่มขึ้นทุกปี

(ค) ภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

สถานการณ์ในปี 2557

ภาวะการผลิต

ในปี 2557 ประเทศผู้นำในการผลิตไก่เนื้อส่วนใหญ่สามารถขยายการผลิตเพิ่มขึ้นแม้ว่าต้นทุนอาหารสัตว์จะสูงขึ้น ก็ตาม ทั้งนี้เป็นผลเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังขยายตัวไม่เต็มที่ อำนาจซื้อที่ยังค่อนข้างต่ำของประชากรส่วนใหญ่ ทำให้มีการบริโภคเนื้อไก่ซึ่งเป็นอาหารโปรตีนที่ราคาไม่สูงมาก เพิ่มขึ้นเพื่อทดแทนเนื้อสัตว์ประเภทอื่นที่ราคาสูงกว่า นอกจากนี้ความใส่ใจด้านสุขภาพมากขึ้นของผู้บริโภคยังทำให้เกิดความต้องการบริโภคเนื้อไก่ซึ่งเป็นเนื้อสัตว์ที่มี คอเลสเตอรอลต่ำเพิ่มมากขึ้นด้วย อย่างไรก็ตาม ปัญหาการระบาดของไข้หวัดนกที่ยังเกิดขึ้นเป็นครั้งคราวในบางประเทศ ก็ทำให้การผลิตและการส่งออกในประเทศที่ประสบปัญหาไม่อาจขยายตัวได้มากนัก

ในปี 2557 ปริมาณผลผลิตไก่เนื้อรวมของโลกมีประมาณ 86.066 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 1.8 โดย สหรัฐอเมริกายังคงเป็นประเทศผู้ผลิตไก่เนื้อรายใหญ่ที่สุดของโลก ตามมาด้วยจีน บราซิล และกลุ่มสหภาพยุโรป ตามลำดับ¹

สหรัฐอเมริกาส่งออกเนื้อไก่ในปี 2557 ได้ประมาณ 17.254 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 1.6 ในขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 2 มีปริมาณผลผลิตไก่เนื้อราว 13.000 ล้านตัน ลดลงจากปี 2556 ร้อยละ 2.6 ส่วนบราซิลซึ่งเป็นผู้ผลิตอันดับรองลงมาผลิตไก่เนื้อได้ประมาณ 12.680 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 3.0 และกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 4 นั้นผลิตเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 1.7 คือผลิตได้ประมาณ 10.070 ล้านตัน¹

¹ USDA Publications <http://usda.mannlib.cornell.edu/MannUsda/viewDocumentInfo.do?documentID=1488>



ในส่วนของประเทศไทยนั้น ในปี 2557 มีการเลี้ยงไก่เนื้อรวมทั้งสิ้นประมาณ 1,209.522 ล้านตัว คิดเป็นผลผลิตไก่เนื้อราว 1.658 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 9.63² ซึ่งการเพิ่มขึ้นนี้ ส่วนหนึ่งเป็นการตอบสนองต่อความต้องการที่ประเทศไทยสามารถส่งออกไก่สดแช่แข็งไปยังสหภาพยุโรปและญี่ปุ่นได้อีกครั้งหนึ่งหลังจากที่ถูกห้ามนำเข้ามาตั้งแต่ปี 2547 นอกจากนั้นบริษัทเลี้ยงไก่ครบวงจรรายใหญ่รายหนึ่งที่ประสบปัญหาทางการเงินทำให้ต้องระงับการดำเนินงานในปี 2556 ก็สามารถฟื้นฟูกิจการจนกลับมาทำการผลิตได้ใหม่ในปี 2557 ด้วย

ภาวะการตลาด

ตลาดในประเทศ

แม้ว่าอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยจะไม่สูงนักเนื่องจากมีปัจจัยหลายประการมากระทบ ทั้งที่เป็นปัจจัยภายนอกคือการที่เศรษฐกิจของหลายประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญของไทย เช่น ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ยังเติบโตได้ไม่ดีนัก และที่เป็นปัจจัยภายในคือผลกระทบจากความไม่สงบทางการเมืองโดยเฉพาะในช่วงครึ่งหลังของปี แต่ปริมาณความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อในประเทศก็ยังสามารถปรับสูงขึ้นได้ โดยในปี 2557 มีปริมาณความต้องการบริโภคประมาณ 1.088 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 7.9 ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีว่าอุตสาหกรรมไก่เนื้อได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจและการเมืองไม่มากนัก³

ปริมาณความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นนี้ ส่วนหนึ่งมีสาเหตุเนื่องมาจากการที่ราคาเนื้อไก่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชนิดอื่น ๆ โดยเฉพาะเนื้อสุกร ซึ่งภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดด้านงบประมาณการบริโภคในขณะที่ต้องเผชิญทั้งเงินเฟ้อและเศรษฐกิจซบเซาเช่นที่เป็นอยู่นี้ การบริโภคผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ถือได้ว่าเป็นทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมที่สุด นอกจากนั้นความใส่ใจในสุขภาพของผู้บริโภคจำนวนมากทำให้มีแนวโน้มว่าจะเลือกสรรบริโภคอาหารประเภทเนื้อสัตว์ที่มีไขมันต่ำ เช่น เนื้อไก่มากขึ้น ประกอบกับการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจฟาสต์ฟู้ด ซึ่งส่วนหนึ่งต้องใช้ผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อเป็นวัตถุดิบ ก็มีส่วนช่วยให้ปริมาณความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อภายในประเทศ เพิ่มขึ้นได้

การส่งออก

การส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อของไทยในปี 2557 มีปริมาณรวมทั้งสิ้นประมาณ 578,886 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 10.1 โดยคิดเป็นมูลค่าการส่งออกราว 78,912 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ถึงร้อยละ 22.4 สาเหตุที่มูลค่าส่งออกสูงกว่าอัตราเพิ่มของปริมาณส่งออกนั้นเป็นเพราะราคาส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้น⁴

ในด้านของตลาดส่งออกนั้น สหภาพยุโรปเป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อที่สำคัญที่สุด โดยในปี 2557 ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อไปยังสหภาพยุโรปประมาณ 270,571 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นถึงประมาณร้อยละ 10.7 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และสัดส่วนการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปก็ค่อนข้างคงตัวอยู่ในระดับใกล้เคียงกับปี 2556 คือประมาณร้อยละ 46.7 สัดส่วนการส่งออกที่ค่อนข้างสูงนั้นนอกจากจะเป็นผลมาจากการที่สามารถส่งออกไก่สดแช่แข็งไปยังสหภาพยุโรปได้แล้ว ยังเป็นเพราะการเกิดไข้หวัดนกระบาดในหลายประเทศทำให้ผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยซึ่งปลอดจากเชื้อโรคดังกล่าวได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี⁴

² สนง.เศรษฐกิจการเกษตร http://www2.oae.go.th/forecast/page2_th.html

³ กองบริหารการค้าสินค้าทั่วไป กรมการค้าต่างประเทศ <http://www.dft.go.th/Default.aspx?tabid=444>

⁴ สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทย <http://www.thaipoultry.org/STATISTIC/tabid/248/Default.aspx>



ส่วนตลาดญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดอันดับ 2 ของไทยนั้น การส่งออกมีปริมาณ 249,080 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 18.0 การส่งออกที่เพิ่มขึ้นมากนี้ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่ญี่ปุ่นยกเลิกมาตรการห้ามนำเข้าไก่สด เพราะมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทยปลอดภัยจากไข้หวัดนก การส่งออกที่เพิ่มขึ้นนี้ยังทำให้สัดส่วนการส่งออกไปญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 40.2 ของปริมาณส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อรวมในปี 2556 เป็นร้อยละ 43.0 ในปี 2557⁴

นอกจากตลาดหลักทั้ง 2 แล้ว การส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ นั้นมีปริมาณการส่งออกในปี 2557 ประมาณ 59,235 ตัน ซึ่งลดลงร้อยละ 15.7 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากภาวะการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้นโดยเฉพาะจากบราซิล และการที่ราคาค่อนข้างดีในสหภาพยุโรปและญี่ปุ่น ทำให้การส่งออกมุ่งไปยังตลาดหลักทั้ง 2 นี้มากกว่า⁴

แนวโน้มปี 2558

ภาวะการผลิต

ปริมาณการผลิตไก่เนื้อของไทยในปี 2558 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2557 โดยคาดว่าปริมาณการเลี้ยงไก่เนื้อจะมีประมาณ 1,235.270 ล้านตัว คิดเป็นปริมาณผลผลิต 1.693 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นจากปี 2557 รวบรวมร้อยละ 2.1⁵

การผลิตที่เพิ่มขึ้นนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มจะแจ่มใสขึ้นหลังจากการฟื้นตัวจากความวุ่นวายทางการเมืองในปี 2557 การเติบโตทางเศรษฐกิจจะช่วยให้ การบริโภคภายในขยายตัวได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนั้น ศักยภาพการแข่งขันที่สูงของผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อจากประเทศไทยในตลาดต่างประเทศ ก็น่าจะทำให้สามารถส่งออกได้ดีขึ้นด้วย ระดับอุปสงค์ต่อผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อทั้งจากภายในและต่างประเทศเช่นนี้ ทำให้มีการผลิตขยายตัวขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ยังมีอุปสรรคและความเสี่ยงหลายประการที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อการผลิตและทำให้ผลผลิตลดลงต่ำกว่าที่คาดหมายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาการแข่งขันและการกีดกันทางการค้าในตลาดต่างประเทศ นอกจากนั้นยังมีปัญหาราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์อาจมีแนวโน้มสูงขึ้นได้ ถ้าหากประเทศไทยและประเทศผู้ผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญต้องเผชิญกับภาวะภัยแล้ง การเพิ่มสูงขึ้นของราคาวัตถุดิบนี้จะทำให้ราคาอาหารสัตว์และต้นทุนการเลี้ยงไก่เนื้อสูงขึ้นตามกันเป็นลูกโซ่

ภาวะการตลาด

ภาวะการเมืองที่คาดว่าจะมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นและการคาดการณ์ว่าภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2558 จะสามารถขยายตัวได้ดีกว่าปี 2557 ซึ่งแม้จะยังไม่สูงมากนักแต่ก็น่าจะทำให้ตลาดของผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อภายในประเทศสามารถเติบโตขึ้นได้พอสมควร ทั้งนี้โดยปกติแล้ว ผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการอาหารที่มีคุณค่าและราคาเหมาะสมกับค่าครองชีพ นอกจากนั้นการขยายตัวของการท่องเที่ยวซึ่งได้มีการส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่องก็ทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อแปรรูปประเภทต่างๆ มาก ขึ้นด้วย ทั้งนี้คาดว่า การบริโภคภายในประเทศในปี 2558 จะมีปริมาณราว 1.11 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากจากปี 2557 ประมาณร้อยละ 2.1⁵

⁵ สنج.เศรษฐกิจการเกษตร http://www2.oae.go.th/forecast/page2_th.html



ส่วนในด้านตลาดต่างประเทศของผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อในปี 2558 นั้น มีโอกาสที่จะฟื้นตัวขึ้นไป แต่เนื่องจากอัตราเติบโตในปี 2557 นั้นค่อนข้างสูง การเติบโตในปี 2558 จึงคาดว่าจะชะลอตัวลงมาบ้างเล็กน้อยโดยคาดว่าจะมีปริมาณส่งออกจะเพิ่มจากปี 2557 ร้อยละ 3.6 หรือประมาณ 600,000 ตัน⁶ ปัจจัยเกื้อหนุนให้การส่งออกยังคงมีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อไปก็คือ ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังอยู่ในช่วงคาดว่าจะยังเติบโตได้ดี และการที่ผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อจากประเทศไทยปลอดภัยจากเชื้อไข้หวัดนกที่ยังระบาดอยู่เป็นครั้งคราวในหลายประเทศ การได้รับความเชื่อถือในเรื่องความปลอดภัยด้านอาหารนี้ทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกไก่สดแช่แข็งไปยังตลาดต่าง ๆ และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ตลาดผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อในปี 2558 จะขยายตัวได้จริงเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการที่อาจส่งผลทั้งทางบวกและทางลบต่อการขยายตัวนี้ได้แก่

ปัจจัยทางบวก

- ราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง นอกจากจะเป็นผลทางตรงทำให้ต้นทุนการผลิตและขนส่งลดลงแล้วยังช่วยลดความต้องการผลิตแก๊สโซฮอลล์และไบโอดีเซล ทำให้มีการนำพืชที่เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ไปผลิตพลังงานทดแทนเหล่านั้นน้อยลง และไม่มีผลความขาดแคลน จนทำให้ราคาสูงขึ้นเช่นที่เคยเป็นมาในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา
- นโยบายด้านการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ของรัฐบาลที่ค่อนข้างชัดเจนและไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ช่วยให้ผู้ทำธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อโดยเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่ครบวงจรสามารถคาดการณ์และวางแผนเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ประสิทธิภาพในการจัดการกับปัญหาการระบาดของไข้หวัดนก ทำให้ประเทศที่เคยห้ามนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทย ททยอยยกเลิกมาตรการดังกล่าว ซึ่งช่วยให้โอกาสขยายตลาดส่งออกสดได้ขึ้นโดยเฉพาะตลาดในกลุ่มสหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ
- ระบบการผลิตเพื่อส่งออกของไทยที่มีมาตรฐานสูง และความสามารถของผู้ส่งออกไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อไก่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศ นอกจากจะทำให้ผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อจากประเทศไทยได้รับการยอมรับทั้งในตลาดญี่ปุ่นและสหภาพยุโรปซึ่งเป็นตลาดสำคัญและมีอำนาจซื้อสูงแล้ว ยังทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพที่จะขยายการส่งออกไปยังตลาดอื่น ๆ เช่นประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน แอฟริกาใต้ เกาหลีใต้ และรัสเซียได้ดีอีกด้วย
- ความกดดันในการแข่งขันกับจีนผ่อนคลายลง เนื่องจากจีนยังไม่สามารถควบคุมการระบาดของไข้หวัดนกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับการที่ผู้ผลิตในประเทศจีนหันมาเน้นการผลิตเพื่อตลาดในประเทศมากขึ้น ทำให้การผลิตเพื่อส่งออกมีสัดส่วนลดลง

⁶ สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทย <http://www.thaipoultry.org/STATISTIC/tabid/248/Default.aspx>

**ปัจจัยทางลบ**

- ต้นทุนค่าจ้างที่ค่อนข้างสูงจากผลของการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำเป็นวันละ 300 บาททั่วประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อเพิ่มขึ้นและลดความได้เปรียบในการส่งออกลงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่อัตราค่าจ้างไม่เปลี่ยนแปลง
- ภาวะโลกร้อนที่ทำให้มีโอกาสจะเกิดภัยแล้งขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก โดยเฉพาะประเทศผู้ผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ ส่งผลให้ผลผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์ลดลง ทำให้ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์และต้นทุนอาหารสัตว์ต้องปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการเลี้ยงไก่เนื้อต้องเพิ่มขึ้นตามไปด้วย
- การที่ยังคงตรวจพบการระบาดของไข้หวัดนกในประเทศต่าง ๆ เป็นครั้งคราว แม้จะยังไม่เกิดปัญหานี้ในประเทศไทยก็ตาม แต่ก็มีความเสี่ยงที่ทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องเฝ้าระวังอย่างเข้มงวด
- ความรุนแรงของปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจ และการเมืองที่เกิดขึ้นกับหลายประเทศในยุโรป อาจส่งผลให้การเติบโตทางเศรษฐกิจและอำนาจซื้อของผู้บริโภคในประเทศที่เป็นลูกค้าหลักลดน้อยลง ความตกต่ำทางเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้นนี้ย่อมส่งผลทางลบต่อการส่งออกสินค้าทุกประเภทจากประเทศไทยรวมทั้งผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อด้วย
- การเจรจาเพื่อให้สหภาพยุโรปเพิ่มโควตานำเข้าไก่ปรุงสุกจากประเทศไทยยังไม่สามารถบรรลุข้อตกลงได้ ทำให้การส่งออกไก่ปรุงสุกไปยังสหภาพยุโรปยากที่จะเพิ่มขึ้นได้อีก เนื่องจากสหภาพยุโรปกำหนดโควตานำเข้าไก่ปรุงสุกไว้ตายตัว และการนำเข้านอกโควตาต้องเสียภาษีในอัตราที่สูงมาก

**สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อของไทยในตลาดต่างประเทศ
เปรียบเทียบระหว่างปี 2556-2558**

ตลาด	2556		2557		2558*	
	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ญี่ปุ่น	211,061	40.1	249,080	43.0	270,000	45.0
สหภาพยุโรป	244,348	46.5	270,571	46.7	270,000	45.0
อื่น ๆ	70,273	13.4	59,235	10.2	60,000	10.0
รวม	525,682	100.0	578,886	100.0	600,000	100.0

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทยและการพาณิชย์

หมายเหตุ: *ปี 2558 เป็นค่าพยากรณ์



ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อของไทย

ปริมาณ: ตัน

มูลค่า: ล้านบาท

ปี	ไก่สดแช่แข็ง		ไก่แปรรูป		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
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	276,438	31,929	276,534	31,935
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	89,092	7,776	436,590	63,168	525,682	70,944
2557	154,416	15,562	424,470	63,350	578,886	78,912
2558*	180,000	18,180	420,000	64,549	600,000	82,729

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทยและการพยากรณ์

หมายเหตุ: *ปี 2558 เป็นค่าพยากรณ์

ปริมาณการผลิตและการบริโภคเนื้อไก่ภายในประเทศไทย

ปี	ผลผลิต (ล้านตัว)	ผลผลิต (ตัน)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	บริโภค (ตัน)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2552	917.26	1,257,369	N/A	878,008	N/A
2553	970.94	1,330,953	5.85	898,737	2.36
2554	994.32	1,362,997	2.41	896,152	-0.29
2555	1,055.13	1,446,352	6.12	908,251	1.35
2556*	1,103.32	1,512,418	4.57	1,008,012	10.98
2557**	1,209.52	1,657,994	9.63	1,087,994	7.93
2558***	1,235.27	1,693,309	2.13	1,110,841	2.10

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

หมายเหตุ: *ข้อมูลเบื้องต้น **ข้อมูลประมาณการ ***ข้อมูลพยากรณ์ (โดยบริษัทฯ)



สายธุรกิจอาหารสัตว์

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง เนื่องจากบริษัทฯ มีประสบการณ์มาหลายสิบปีทางด้านภาคปศุสัตว์ จึงได้มีการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตามที่ลูกค้าต้องการและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องของกระบวนการผลิตที่ต้องได้มาตรฐานสากลและใส่ใจในเรื่องคุณภาพ รวมถึงมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ และควบคุมคุณภาพในการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ ปลอดภัยต่อการบริโภค มีหน่วยงานในการประสานงานและติดตามควบคุมการขนส่งและจัดเก็บสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อให้ผู้บริโภคและลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าของบริษัทฯ

ลักษณะของลูกค้า สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มดังนี้

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

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไป ทั้งสัตว์บกและสัตว์น้ำ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ร้อยละ 57 คือ กลุ่มบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และร้อยละ 43 คือ กลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ส่วนช่องทางการจำหน่าย บริษัทฯ จำหน่ายให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์โดยตรง และบริษัทที่เป็นพ่อค้าคนกลางเพื่อนำไปจำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์อีกทอดหนึ่ง

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการผลิตอาหารสัตว์ในประเทศ มีผู้ประกอบการประมาณ 50 กว่าราย⁷ มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงสำหรับการแข่งขันของบริษัทฯ กรุ๊ปไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) มีการแข่งขันไม่รุนแรงมากนัก เนื่องจากรายได้จากการขายของบริษัทฯ ประมาณ 57% ขายให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และการดำเนินธุรกิจเป็นแบบลักษณะครบวงจร คือ มีโรงงานผลิตอาหารสัตว์ ฟาร์มผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ ฟาร์มผลิตลูกไก่เนื้อ ฟาร์มผลิตไก่เนื้อ และโรงชำแหละไก่และแปรรูปเนื้อไก่ การที่มีฟาร์มเลี้ยงเป็นของตนเอง ทำให้มีความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานานมีประสบการณ์มานานมากกว่า 20 ปี จนจัดได้ว่าอยู่ในระดับแนวหน้ารายหนึ่ง

⁷ สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย

**(ค) ภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต****สถานการณ์ในปี 2557****ภาพรวม**

ราคาส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อที่ค่อนข้างดี ประกอบกับการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ที่มีแนวโน้มแจ่มใสตลอดทั้งช่วงปี 2557 เป็นผลให้ธุรกิจอาหารสัตว์ยังขยายตัวได้พอสมควร อย่างไรก็ตามอุปสรรคสำคัญที่ขัดขวางการเติบโตของธุรกิจอาหารสัตว์ในปีนี้เป็น การที่ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ค่อนข้างสูง และการที่เศรษฐกิจของประเทศไทยยังต้องเผชิญกับปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับต่ำซึ่งทำให้อำนาจซื้อของประชาชนลดลง ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่สามารถฟื้นตัวได้มากนักในประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญ เช่น สหภาพยุโรป และ ญี่ปุ่น ธุรกิจอาหารสัตว์โดยรวมจึงเติบโตได้ไม่มากเท่าที่ควร

ในปี 2557 ความต้องการอาหารสัตว์ในประเทศไทย มีปริมาณรวมทั้งสิ้นประมาณ 16,754,494 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 8.17 โดยธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ที่มีความต้องการอาหารสัตว์สูงสุดก็คือ การเลี้ยงไก่เนื้อซึ่งมีความต้องการอาหารสัตว์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.79 ของความต้องการรวม รองลงไปคือ ธุรกิจการเลี้ยงสุกรขุนและไก่ไข่ ซึ่งมีความต้องการอาหารสัตว์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.17 และร้อยละ 12.18 ของความต้องการอาหารสัตว์ทั้งสิ้นในปี 2557 ตามลำดับ เนื่องจากธุรกิจทั้ง 3 นี้มีความต้องการรวมกันคิดเป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 70 ของความต้องการอาหารสัตว์ทั้งหมด การเติบโตของธุรกิจเหล่านี้จึงเป็นแรงผลักดันสำคัญที่นำไปสู่ความก้าวหน้าของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ด้วย แต่ในทางกลับกัน ถ้าธุรกิจเหล่านี้ประสบปัญหา ก็จะทำให้ธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ต้องเผชิญกับปัญหาเช่นกันโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

ความต้องการอาหารสัตว์ของธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อในปี 2557 มีประมาณ 5,494,500 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 9.31 ในขณะที่ธุรกิจการเลี้ยงสุกรขุนมีความต้องการอาหารสัตว์ประมาณ 4,720,000 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 8.84 ส่วนธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ที่มีความต้องการอาหารสัตว์มากเป็นอันดับสาม คือ การเลี้ยงไก่ไข่ มีความต้องการอาหารสัตว์ประมาณ 2,040,000 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 10.87

ความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ

การขยายตัวของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ที่เป็นไปตามแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ ทำให้เกิดความ ต้องการวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตอาหารสัตว์เพิ่มขึ้นตามมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เป็น ส่วนประกอบหลักของอาหารสัตว์ส่วนใหญ่ ซึ่งได้แก่ ข้าวโพด กากถั่วเหลือง และปลาป่น วัตถุดิบเหล่านี้แม้ว่าจะสามารถ ผลิตได้ภายในประเทศ แต่เนื่องจากความต้องการที่มีมาก ประกอบกับประสิทธิภาพการผลิตที่ค่อนข้างต่ำในการผลิต วัตถุดิบบางประเภท เช่น ปลาป่นและถั่วเหลือง ซึ่งนำมาทำเป็นกากถั่วเหลือง โดยวัตถุดิบในประเทศส่วนใหญ่มีโปรตีนต่ำ กว่าที่ต้องการใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ ทำให้การผลิตไม่สามารถขยายตัวสนองต่อความต้องการได้เพียงพอ และ จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี อย่างไรก็ตาม นโยบายของรัฐบาลซึ่งผ่อนปรนในการนำเข้า และมีความแน่นอนไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ ก็ช่วยให้ผู้ผลิตอาหารสัตว์วางแผนการผลิตและการนำเข้าวัตถุดิบได้อย่าง เหมาะสม ซึ่งช่วยป้องกันปัญหาผลกระทบจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ได้ในระดับหนึ่ง



1. ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

ความต้องการข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพื่อใช้ในธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ของประเทศไทยในปี 2557 มีปริมาณทั้งสิ้นประมาณ 7,034,135.8 ตัน สูงขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 9.88 ความต้องการในระดับนี้สูงกว่าปริมาณผลผลิตภายในประเทศซึ่งเฉลี่ยปีละ 4.5 – 5 ล้านตัน ทำให้จำเป็นต้องมีการนำเข้าไม่ต่ำกว่า 1 แสนตัน ในปี 2557

เพื่อคุ้มครองเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด การนำเข้าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากต่างประเทศต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่รัฐบาลกำหนด คือ

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิก WTO ถ้านำเข้าในโควตาต้องนำเข้าโดยองค์การคลังสินค้าเท่านั้น โดยมีปริมาณโควตา 54,700 ตัน และเสียอากรนำเข้าร้อยละ 20 แต่ถ้านำเข้านอกโควตาจะเสียอากรนำเข้าร้อยละ 73 บวกค่าธรรมเนียมพิเศษอีกตันละ 180 บาท
- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0 โดยต้องนำเข้าระหว่างวันที่ 1 มีนาคม ถึง 31 กรกฎาคม 2557
- การนำเข้าภายใต้โครงการลงทุนเกษตรแบบมีสัญญากับประเทศเพื่อนบ้าน (contract farming) ภายใต้ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (ACMECS) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0 โดยกำหนดเวลานำเข้าระหว่างวันที่ 1 มีนาคม ถึง 31 กรกฎาคม 2557
- การนำเข้าตามความตกลง FTA ไทย-นิวซีแลนด์ และการนำเข้าจากญี่ปุ่นตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กำหนดอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 0
- การนำเข้าตามความตกลง FTA ไทย-ออสเตรเลีย ปริมาณโควตา 7,696.84 ตัน เสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 10.67 และให้องค์การคลังสินค้าเท่านั้นเป็นผู้นำเข้า ส่วนการนำเข้านอกโควตาทำได้เสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า แต่ต้องเสียอากรนำเข้าในอัตราร้อยละ 65.70
- การนำเข้าตามความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ญี่ปุ่น (AJCEP) เสียอากรในโควตาร้อยละ 12.7 ถ้านำเข้าในช่วงวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 มีนาคม 2557 และเสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 10.9 ถ้านำเข้าในช่วงวันที่ 1 เมษายน ถึง 31 ธันวาคม 2557
- การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) เสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 8.89
- การนำเข้าทั่วไปเสียอากรนำเข้ากิโกรัมละ 2.75 บาท และค่าธรรมเนียมพิเศษอีกตันละ 1,000 บาท โดยไม่มีการจำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า

2. กากถั่วเหลือง

ความต้องการกากถั่วเหลืองเพื่อใช้ในธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ในปี 2557 มีประมาณ 4,040,519.3 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 8.51 เกินกว่าปริมาณผลผลิตกากถั่วเหลืองภายในประเทศที่เป็นผลพลอยได้ของอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันถั่วเหลืองเป็นอันมาก ทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ อาร์เจนตินา บราซิล สหรัฐอเมริกา และอินเดีย



ในปี 2557 รัฐบาลกำหนดนโยบายนำเข้ากากถั่วเหลืองไว้ ดังนี้

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) กำหนดโควตาให้ผู้มีสิทธินำเข้ากากถั่วเหลือง 8 สมาคมตามที่รัฐบาลกำหนด อาทิ สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทย และสมาคมส่งเสริมผู้ใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ เป็นต้น สามารถนำเข้ากากถั่วเหลืองจากประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลกได้โดยเสียอากรนำเข้าอัตราร้อยละ 2 แต่ถ้าเป็นผู้นำเข้าที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มที่ได้รับสิทธินี้และนอกโควตา ก็จะต้องเสียอากรขาเข้าสูงถึงอัตราร้อยละ 119 อย่างไรก็ตาม ผู้ได้รับสิทธินำเข้าก็ต้องยอมรับเงื่อนไขด้วยว่าจะรับซื้อกากถั่วเหลืองที่ผลิตจากเมล็ดถั่วเหลืองภายในประเทศทั้งหมดของโรงงานสกัดน้ำมันพืชในราคาไม่ต่ำกว่าที่ทางการกำหนดโดยต้องทำสัญญาไว้กับกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อผู้ผลิตว่าจะปฏิบัติตามเงื่อนไขข้างต้น
- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) สามารถทำได้โดยเสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า โดยเสียอากรนำเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าจากประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ตามข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) และจากญี่ปุ่นตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กำหนดอากรนำเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) เสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 2.22
- การนำเข้าจากประเทศอื่นนอกเหนือจาก 4 กรณียกเว้น ทำได้โดยเสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า แต่ก็จะต้องเสียอากรขาเข้าสูงขึ้นเป็นอัตราร้อยละ 6 และยังคงเสียค่าธรรมเนียมพิเศษอีก ต้นละ 2,519 บาทด้วย

3. ปลาป่น

ในปี 2557 ความต้องการปลาป่นเพื่อเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์มีประมาณ 646,255.3 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 11.57 แต่เนื่องจากปริมาณผลิตในประเทศไม่เพียงพอ จึงจำเป็นต้องนำเข้า โดยที่การนำเข้าปลาป่นชนิดโปรตีน 60% ขึ้นไปนั้น ไม่มีเงื่อนไขการจำกัดปริมาณนำเข้าหรือกำหนดว่าต้องนำเข้าเฉพาะในช่วงเวลาใด แต่การนำเข้าปลาป่นโปรตีนต่ำกว่า 60% ต้องขออนุญาตนำเข้า อัตราภาษีขาเข้าจะแตกต่างกันตามแหล่งการนำเข้าดังนี้

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน และการนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีไทย-นิวซีแลนด์ และไทย-ออสเตรเลีย จะเสียอากรขาเข้าอัตราร้อยละ 0
- การนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน และอาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ เสียอากรขาเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) เสียอากรนำเข้าในโควตา ร้อยละ 10
- การนำเข้าตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 1.67 ถ้านำเข้าในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2557 และเสียอากรนำเข้าร้อยละ 0 ถ้านำเข้าในช่วงเมษายน-ธันวาคม 2557
- การนำเข้าทั่วไปถ้าเป็นปลาป่นชนิดโปรตีน 60% ขึ้นไปเสียอากรนำเข้าร้อยละ 15 ส่วนชนิดโปรตีนต่ำกว่า 60% เสียอากรนำเข้าร้อยละ 6



แนวโน้มปี 2558

ภาวะการเมืองที่คาดว่าจะมีเสถียรภาพมากขึ้นในปี 2558 น่าจะทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตดีขึ้นพอสมควร นอกจากนั้นราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องยังส่งผลให้ต้นทุนการผลิตและขนส่งอาหารสัตว์ลดลง ประกอบกับการที่ตลาดส่งออกสำคัญของไทยมีแนวโน้มจะฟื้นตัวจากภาวะเศรษฐกิจถดถอย ทำให้ธุรกิจการเลี้ยงสัตว์น่าจะขยายตัวได้ ซึ่งย่อมส่งผลให้ความต้องการอาหารสัตว์เติบโตได้ไม่น้อยกว่าในปี 2557 ทั้งนี้คาดว่าจะปริมาณความต้องการอาหารสัตว์ในปี 2558 จะมีทั้งสิ้นราว 17,918,347 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากความต้องการในปี 2557 ร้อยละ 6.95 ปริมาณความต้องการรวมนี้อาจแยกเป็นความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่สำคัญได้แก่ ปลาป่น 700,538.3 ตัน กากถั่วเหลือง 4,347,649.6 ตัน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 7,594,237.1 ตัน และปลายข้าว 1,568,772.8 ตัน

ธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อยังคงมีความต้องการอาหารสัตว์สูงเป็นอันดับ 1 โดย คาดว่าในปี 2558 จะมีความต้องการประมาณ 6,095,520 ตัน คิดเป็นร้อยละ 34.02 ของปริมาณความต้องการอาหารสัตว์ทั้งหมด ส่วนความต้องการอาหารสัตว์รองลงไปนั้นเป็นในธุรกิจการเลี้ยงสุกรขุนและไก่ไข่ ซึ่งคาดว่าจะมีประมาณ 4,867,500 ตัน และ 2,149,600 ตัน คิดเป็นร้อยละ 27.16 และร้อยละ 12.00 ของปริมาณความต้องการอาหารสัตว์ทั้งหมดในปี 2558 ตามลำดับ

ความต้องการอาหารสัตว์ในระดับดังกล่าวนี้ ทำให้คาดว่าจะจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กากถั่วเหลือง ปลาป่น และข้าวโพด จากต่างประเทศไม่น้อยกว่าในปี 2557 ที่ผ่านมา ซึ่งถ้าวิเคราะห์จากแนวโน้มการกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ของทางการแล้ว ก็คาดว่าจะได้ว่ามาตรการดังกล่าวนี้จะไม่แตกต่างไปจากปี 2557 มากนัก

อาจสรุปได้ว่า ความก้าวหน้าและศักยภาพที่จะเติบโตต่อไปของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ในปี 2558 นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลทั้งทางบวกและทางลบต่อธุรกิจอาหารสัตว์ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยทางบวก

- ความคาดว่าจะเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวและเติบโตได้มากขึ้นในปี 2558 ประกอบกับการที่ความต้องการผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์สำคัญ คือ ไก่เนื้อ ยังคงขยายตัวได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออก นอกจากนี้ประสิทธิภาพในการจัดการกับปัญหาการระบาดของไข้หวัดนก ทำให้ประเทศที่เคยห้ามนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทย ททยอยยกเลิกมาตรการดังกล่าว ซึ่งช่วยให้โอกาสขยายตลาดส่งออกสดได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะตลาดในกลุ่มสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ การเติบโตของการส่งออกนี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์เติบโตได้ต่อเนื่อง
- ราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง นอกจากจะเป็นผลทางตรงทำให้ต้นทุนการผลิตและขนส่งลดลงแล้ว ยังช่วยลดความต้องการผลิตแก๊สโซฮอล์และไบโอดีเซล ทำให้มีการนำพืชที่เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ไปผลิตพลังงานทดแทนเหล่านี้นลดน้อยลง และไม่ขาดแคลนจนทำให้ราคาสูงขึ้นเช่นที่เคยเป็นมาในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา
- นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยธุรกิจการเลี้ยงสัตว์มากยิ่งขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์ได้ประโยชน์ตามไปด้วย

ปัจจัยทางลบ

- ความรุนแรงของปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจ และการเมืองที่เกิดขึ้นกับหลายประเทศในยุโรป อาจส่งผลให้การเติบโตทางเศรษฐกิจและอำนาจซื้อของผู้บริโภคในประเทศที่เป็นลูกค้าหลักลดน้อยลง ความตกต่ำทางเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้นนี้ จะส่งผลทางลบต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อและต่อเนื่องถึงธุรกิจอาหารสัตว์ด้วยเช่นกัน
- ภาวะโลกร้อนที่ทำให้มีโอกาสเกิดภัยแล้งขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก โดยเฉพาะประเทศผู้ผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ ถ้าหากเกิดขึ้น จะส่งผลให้ผลผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์ลดลง ทำให้ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์และต้นทุนอาหารสัตว์ต้องปรับตัวสูงขึ้น
- การที่ยังคงตรวจพบการระบาดของไข้หวัดนกในประเทศต่าง ๆ เป็นครั้งคราว แม้จะยังไม่เกิดปัญหานี้ในประเทศไทยก็ตาม แต่ก็เป็นความเสี่ยงที่ทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องเฝ้าระวังอย่างเข้มงวด เพราะถ้าหากการส่งออกไก่เนื้อได้รับผลกระทบ ย่อมส่งผลถึงธุรกิจอาหารสัตว์อย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้
- แม้ว่าการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ จะเป็นไปอย่างเสรีมากขึ้นแล้วในปัจจุบัน แต่รัฐบาลก็ยังคงกำหนดมาตรการที่เป็นข้อจำกัดอยู่อีกไม่น้อย ทำให้ต้นทุนการผลิตอาหารสัตว์สูงกว่าที่ควรจะเป็น และส่งผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ต่าง ๆ จากประเทศไทยด้วย

ประมาณการความต้องการอาหารสัตว์ในประเทศไทย

ปี 2556 - 2558

หน่วย: ตัน

ประชากรสัตว์	2556		2557		2558*	
	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)
ไก่เนื้อ	5,026,450	32.45	5,494,500	32.79	6,095,520	34.02
ไก่พ่อแม่พันธุ์	691,992	4.47	772,632	4.61	854,784	4.77
ไก่ไข่เล็กรุ่น	794,950	5.13	927,622	5.54	977,383	5.45
ไก่ไข่ให้ไข่	1,840,000	11.88	2,040,000	12.18	2,149,600	12.00
ไก่ไข่พ่อแม่พันธุ์	26,800	0.17	28,800	0.17	30,400	0.17
สุกรขุน	4,336,500	28.00	4,720,000	28.17	4,867,500	27.16
สุกรพันธุ์	855,600	5.52	883,500	5.27	920,700	5.14
เป็ดเนื้อ	252,000	1.63	264,600	1.58	264,600	1.48
เป็ดพันธุ์	21,900	0.14	22,995	0.14	22,995	0.13
เป็ดไข่	169,000	1.09	169,000	1.01	195,000	1.09
โคนม	591,300	3.82	620,865	3.71	620,865	3.46
กึ่ง	375,000	2.42	300,000	1.79	375,000	2.09
ปลา	507,048	3.27	509,980	3.04	544,000	3.04
รวม	15,488,540	100.00	16,754,494	100.00	17,918,347	100.00

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย

หมายเหตุ : * ค่าประมาณการ



ประมาณการความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์

เปรียบเทียบระหว่างปี 2556 - 2558

หน่วย:ตัน

วัตถุดิบ	2556	2557	2558*
ปลาป่น	579,239.6	646,255.3	700,538.3
กากถั่วเหลือง	3,723,789.9	4,040,519.3	4,347,649.6
ข้าวโพด	6,401,568.6	7,034,135.8	7,594,237.1
ปลายข้าว	1,417,975.0	1,512,132.8	1,568,772.8

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย และการประมาณการ

หมายเหตุ : * ค่าประมาณการ

สายธุรกิจไก่ป๋ายพันธุ์**(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์**กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

บริษัทฯ จำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือ บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัทฯ มีความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า รวมถึงการควบคุมต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าของบริษัทฯ คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จัดจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และบริษัท กรุงไทยอาหาร 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 กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ โดยบริษัทฯ มีความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า รวมถึงการควบคุมต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน



ลักษณะของลูกค้า

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

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าผู้เลี้ยงไก่ไข่ทั่วไป

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายให้กับลูกค้า คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท กรุงไทยอาหาร 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 อีกทั้งมีการพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในปัจจุบัน ตลอดจนการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทำให้บริษัทฯ สามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้

ลักษณะของลูกค้า แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าตลาดสด

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าต่างจังหวัด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ผู้บริโภคในประเทศทั่วไป ที่นิยมรับประทานไส้กรอก ผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่น และพ้อคคานกลาง

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท จีเอฟ ฟู้ดส์ จำกัด จัดจำหน่ายในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดโดยจัดตั้งศูนย์จำหน่ายหรือสาขาใน 12 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม อุบลราชธานี บุรีรัมย์ นครสวรรค์ ลำปาง ตาก พิษณุโลก เชียงราย เพชรบุรี ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และ สงขลา เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า “จีเอฟฟู้ดส์” โดยที่ผู้ซื้อจะเป็นพ้อคคานกลาง และลูกค้าทั่วไป

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

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

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

สายธุรกิจชำแหละและแปรรูปเนื้อไก่

วัตถุดิบไก่เนื้อทั้งหมดซื้อมาจากบริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ โดยที่บริษัทมีโรงงานชำแหละไก่เพียง 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ ในปี 2557 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตเท่ากับ 150,000 ตัน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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



อนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

สายธุรกิจอาหารสัตว์

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

ปัจจุบันบริษัทฯ มีโรงงานผลิตอาหารสัตว์ทั้งหมด 4 โรงงาน ซึ่งผลิตอาหารสัตว์บด 1 โรงงาน และผลิตอาหารสัตว์น้ำ 2 โรงงาน โรงงานทั้ง 3 แห่ง ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน คือที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีกำลังการผลิตรวมในปี 2557 เท่ากับ 599,000 ตัน ส่วนโรงงานผลิตอาหารสัตว์บดอีก 1 โรงงาน ตั้งอยู่ที่ อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี มีกำลังการผลิต 512,000 ตัน นอกจากนี้ยังมีฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ เพื่อผลิตไข่เชื้อจำหน่ายให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงเทพ จำกัด ในปี 2557 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 21 ล้านฟอง โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 3 ฟาร์ม ซึ่งฟาร์มทั้งหมดตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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

สายธุรกิจไก่ป๋วยพันธุ์

บริษัทฯ นำเข้าไก่ป๋วยพันธุ์จากต่างประเทศ เพื่อผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อ โดยจำหน่ายให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงเทพ จำกัด และบริษัท กรุงเทพอาหาร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน โดยในปี 2557 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เท่ากับ 1.3 ล้านตัว โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 1 ฟาร์ม ซึ่งฟาร์มทั้งหมดตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ป๋วยพันธุ์ ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พันธุ์ และสถานที่พักไข่สัตว์ปีก ธุรกิจนี้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด เพราะมีการใช้ระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ในการเลี้ยงสัตว์ มีการใช้แกลบรองพื้นโรงเรือนเลี้ยงสัตว์ ซึ่งเป็นผลดีต่อการเจริญเติบโตของสัตว์และยังช่วยในการกำจัดกลิ่นอีกด้วย มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่บางส่วนเพื่อให้เกิดความ



ร่มรื่นในธรรมชาติ นอกจากนี้บริษัทฯ ได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสีย เพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัทฯ ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อช่วยเหลือสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์

บริษัทฯ ซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์นี้จากบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือ บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด เพื่อนำมาผลิตลูกไก่พันธุ์เนื้อ ในส่วนลูกไก่พ่อแม่พันธุ์นี้ซื้อมาจากต่างประเทศ เพื่อนำมาผลิตลูกไก่พันธุ์ไข่ โดยมีฟาร์มไก่เนื้อจำนวน 6 ฟาร์ม และฟาร์มไก่ไข่ จำนวน 1 ฟาร์ม ซึ่งฟาร์มทั้งหมดตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี ในปี 2557 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตเท่ากับ 107 ล้านตัวในส่วนของลูกไก่เนื้อ ส่วนลูกไก่ไข่ มีกำลังการผลิตเท่ากับ 3 ล้านตัว

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจโรงฟักไข่ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พันธุ์ และสถานที่ฟักไข่สัตว์ปีก ธุรกิจนี้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด 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

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ

บริษัทฯ ซื้อลูกไก่เนื้อ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ส่วนอาหารที่ใช้เลี้ยงไก่ ซื้อจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกันเช่นกัน คือบริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันบริษัทฯ มีฟาร์มเลี้ยงไก่ทั้งหมด 13 ฟาร์ม ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี โดยมีกำลังการผลิตในปี 2557 เท่ากับ 83 ล้านตัว

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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



นโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

สายธุรกิจอาหารแปรรูป

วัตถุดิบเนื้อไก่ ที่ซื้อจากบริษัทใหญ่ คือบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) เพียงแห่งเดียว ดังนั้น จึงไม่ประสบปัญหาการจัดหาวัตถุดิบ โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปนี้ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ ในปี 2557 มีกำลังการผลิตเท่ากับ 11,000 ตัน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -



3. ปัจจัยความเสี่ยง และการบริหารความเสี่ยง

ปัจจุบันสถานการณ์ต่างๆ ทั้งภายในและต่างประเทศได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การบริหารความเสี่ยง จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะช่วยให้บริษัทฯ และบริษัทย่อยสามารถอยู่รอดได้เมื่อมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้น

ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้มีการติดตามสถานการณ์และปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง รวมทั้งได้ทำการประเมินผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงต่างๆ เหล่านั้น ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีกลไกการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมมาตรฐานและคุณภาพ อีกทั้งเตรียมการรับมือกับความเสี่ยงต่างๆ เป็นการล่วงหน้า เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจให้บริษัทฯ สามารถดำรงอยู่ได้ตลอดไป

ในการบริหารจัดการความเสี่ยง บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามกรอบการบริหารความเสี่ยงของ COSO ERM Framework โดยบริษัทฯ ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง เพื่อพิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ของบริษัทฯ ตลอดจนพิจารณาแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงเหล่านั้นเพื่อให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และได้กำหนดให้ทุกหน่วยงาน ในฐานะเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) มีหน้าที่ในการกำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงที่อยู่ในความรับผิดชอบของตน แต่อย่างไรก็ตาม หากปัจจัยความเสี่ยงเกิดขึ้นกับบริษัทฯ ย่อมส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน และ/หรือ ฐานะการเงิน ทำให้ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ และ/หรือ อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัทฯ และอาจมีความเสี่ยงอื่นๆ ซึ่งไม่อาจทราบได้ในขณะนี้ หรือเป็นความเสี่ยงที่พิจารณาในขณะนี้ว่าไม่มีผลกระทบในสาระสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยปัจจัยความเสี่ยงหลักที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ โดยตรงที่บริษัทฯ ทราบและพิจารณาว่าหากเกิดขึ้นอาจมีผลกระทบต่อบริษัทฯ ซึ่งมีความเสี่ยง 2 ส่วน ได้แก่ ความเสี่ยงจากปัจจัยภายในองค์กร และความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกองค์กร ทั้งนี้ ปัจจัยความเสี่ยงจากภายในองค์กร เป็นความเสี่ยงที่คณะกรรมการและฝ่ายจัดการของบริษัทฯ จะพยายามทำให้ลดน้อยลงหรือหมดไปให้ได้มากที่สุด ส่วนปัจจัยความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกองค์กร เป็นความเสี่ยงที่คณะกรรมการและฝ่ายจัดการของบริษัทฯ ต้องพยายามกำหนดนโยบายในการบริหารจัดการของบริษัทฯ ให้ลดผลกระทบในทางลบให้ได้มากที่สุด ดังจะกล่าวถึงในแต่ละ ปัจจัยความเสี่ยง ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยความเสี่ยงภายในองค์กร

1.1 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงิน

ธุรกิจอุตสาหกรรมนี้ เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง หากเกิดเหตุการณ์ที่เหนือความคาดหมายอย่างรุนแรง อาจทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินได้

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีนโยบายที่ถือปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เรื่องการรักษาสภาพคล่อง โดยมุ่งเน้นการลงทุนพัฒนาโครงการที่มีความเสี่ยงในระดับยอมรับได้ โดยมีความเป็นไปได้ของโครงการอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้การเตรียมวงเงินสินเชื่อหมุนเวียนไว้ ก็เป็นแนวทางที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการไว้ด้วยแล้วเช่นกัน อันจะนำมาซึ่งความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจให้มีสภาพคล่องอย่างเพียงพอ เมื่อเกิดเหตุการณ์เหนือความคาดหมายอย่างรุนแรง



1.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด

การตลาด ถือเป็นหัวใจในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะสร้างตราสินค้า (Brand) ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและยาวนาน

การบริหารความเสี่ยง

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

1.3 ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล

การสรรหาคนดี คนเก่ง นั้นยาก แต่การรักษาคนดี คนเก่ง นั้นยากกว่า บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นทรัพยากรบุคคลที่ช่วยขับเคลื่อนให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ให้ทั้งโอกาสและช่องทางให้พนักงานได้แสดงความสามารถ ถือเป็นแนวคิดหลักที่จะทำให้พนักงานรู้ถึงคุณค่าของตนเอง และมุ่งมั่นที่จะนำองค์ความรู้มาพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน เป็น การปลูกจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) รวมทั้งจิตวิญญาณแห่งความเป็นเจ้าของ (Entrepreneurial spirit)

1.4 ความเสี่ยงจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเรื่องความปลอดภัยของอาหาร

ปัจจุบันผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในเรื่องความสด สะอาด ปลอดภัย ของสินค้าเนื้อไก่และสินค้าปรุงสุกมากขึ้น ดังนั้นการดำเนินงานของบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบ หากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อคุณภาพ และความปลอดภัยของสินค้าของบริษัทฯ ลดลง จากความเสี่ยงที่มีสินค้าเน่าเสีย หรือมีสารปนเปื้อน ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ตลอดทั้งกระบวนการผลิต และทั้งที่เกิดจากวัตถุดิบอื่นๆ ที่ใช้ประกอบในการแปรรูป ระบบการจัดการขนส่ง หรือระบบการจัดเก็บสินค้า จนถึงผู้บริโภค ดังนั้น บริษัทฯ จำเป็นอย่างยิ่งต้องจัดให้มีกระบวนการทำงานที่มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคสินค้าของบริษัทฯ จะได้บริโภคสินค้าที่มีความสด สะอาด และปลอดภัย

การบริหารความเสี่ยง

ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นการลดความเสี่ยง บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้ระบบการผลิตได้มาตรฐานสากล พร้อมทั้งสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งระบบ ในกรณีที่เกิดข้อบกพร่องในระหว่างการผลิต ดังนั้นจึงสามารถรับประกันคุณภาพ (Quality Assurance) ในการผลิตได้ทุกขั้นตอน อีกทั้งบริษัทฯ มีระบบควบคุมคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต การตรวจรับวัตถุดิบ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง ตลอดจนการจัดเก็บสินค้าก่อนถึงผู้บริโภค ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมทั้งมีการจัดการให้มีการตอบสนองต่อข้อร้องเรียน หรือการเรียกคืนสินค้า (Product Recall) ในกรณีที่จำเป็นอย่างรวดเร็ว เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค อีกทั้งตอบสนองผู้บริโภคและลูกค้าให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของบริษัทฯ



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

1.5 ความเสี่ยงจากบริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่

วันที่ 30 ธันวาคม 2557 กลุ่มตระกูลศิริมงคลเกษม ถือหุ้นในบริษัทจำนวน 696,417,940 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 55.54 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ จึงทำให้กลุ่มตระกูลศิริมงคลเกษมสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ให้คำชี้แจงกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เกี่ยวกับเงื่อนไข หลักเกณฑ์ต่างๆ รวมถึงใช้ดุลพินิจอย่างระมัดระวัง เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ต่อบริษัทฯ การบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นธรรม โปร่งใสและยุติธรรมโดยที่ผู้มีอำนาจบริหารจัดการธุรกิจนั้นๆ มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่และผลการกระทำของตนต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทฯ ทุกฝ่าย รวมถึงผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ตลอดจนประชาชน

1.6 ความเสี่ยงด้านการทุจริต คอร์รัปชัน

การทุจริต คอร์รัปชัน นับเป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญอย่างหนึ่งในการใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาบริษัทฯ รวมถึงการพัฒนาในระดับประเทศ การทุจริต คอร์รัปชันก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพย์สินและผลประโยชน์ต่างๆ ของบริษัทฯ ซึ่งแม้ว่าที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้มีการกำหนดมาตรการป้องกัน และระบบควบคุมภายในที่ดีอย่างเพียงพอแล้ว แต่ปัญหาการทุจริต คอร์รัปชันนั้นยังคงมีโอกาสเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร ในเรื่องความซื่อสัตย์ สุจริตควบคู่กับแนวทางการบริหารด้วยความระมัดระวัง พัฒนาการเรียนรู้และเข้าใจถึงมูลเหตุของการทุจริตภายในบริษัทฯ อยู่เสมอ เพื่อเข้าถึงแนวทางการป้องกัน วิธีการตรวจสอบ และวิธีการปฏิบัติเมื่อเกิดการทุจริต คอร์รัปชัน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการสูญเสียทรัพยากรของบริษัทฯ โดยไม่เกิดประโยชน์ หรือการรั่วไหลของผลประโยชน์ที่บริษัทฯ พึงควรได้รับ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ เชื่อว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดการทุจริต คอร์รัปชัน สามารถควบคุมได้ด้วยระบบการควบคุมภายในที่ดี มีการจัดการกระบวนการทำงาน การแบ่งแยกหน้าที่ และโครงสร้างหน่วยงานที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อนจนทำให้เกิดปัญหารอยต่อการทำงาน มีการส่งเสริมและสนับสนุนในเรื่องจิตสำนึกการปฏิบัติตามมาตรฐานทางคุณธรรม จริยธรรม มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ ความกล้าแสดงออกในการปฏิเสธเรื่องทุจริต คอร์รัปชัน สร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยงานเพื่อปฏิบัติการเฝ้าระวัง มีการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ช่องทางศูนย์รับเรื่องร้องเรียน รวมถึงมาตรการคุ้มครองและรักษาความลับของผู้ร้องเรียน มีกระบวนการตรวจสอบ ติดตาม ควบคุม เพื่อเป็นการส่งสัญญาณการเฝ้าระวังปัญหาทุจริต คอร์รัปชันของบริษัทฯ อย่างจริงจัง มีกระบวนการสืบสวนสอบสวนที่โปร่งใส น่าเชื่อถือและมีความยุติธรรม มีการกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน และเข้มงวดต่อ



คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับที่กระทำการทุจริต คอร์รัปชัน โดยบริษัทฯ จะถือปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

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 ระบบสุขาภิบาล และการดำเนินการปรับปรุงมาตรฐานสุขอนามัยของฟาร์ม อีกทั้งมีมาตรการดูแลป้องกันไม่ให้เกิดโรคระบาดในฟาร์มเลี้ยงไก่ ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พันธุ์ สถานที่พักไข่สัตว์ปีก และฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ นอกจากนี้ยังได้มีการพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ ให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการระบาดของโรคให้ทันสมัยตลอดเวลา รวมทั้งมีการประเมินหาปัจจัยเสี่ยงของการเกิดโรคระบาด ตลอดจนการจัดทำการเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning) เพื่อป้องกันการเกิดโรคระบาดไม่ให้เกิดการแพร่กระจาย

แม้ว่าบริษัทฯ จะสามารถลดผลกระทบดังกล่าวลงได้จากมาตรฐานการผลิต แต่อาจได้รับผลกระทบทางอ้อมซึ่งเป็นผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในภาพรวม และส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงความสามารถในการก่อให้เกิดรายได้ของบริษัทฯ ด้วยเช่นกัน สำหรับสถานการณ์การเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกที่ผ่านมาทำให้บริษัทฯ 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 ซึ่งสิ่งเหล่านี้ขึ้นอยู่กับความควบคุมและคาดการณ์ของบริษัท ทำให้บริษัท มีความเสี่ยงที่ราคาของวัตถุดิบอาจมีความผันผวน ซึ่งหากราคามีการปรับตัวสูงขึ้นจากที่บริษัท ประมาณการไว้ ก็ย่อมจะส่งผลกระทบต่อทำให้บริษัท มีต้นทุนการผลิตทั้งอาหารสัตว์และเนื้อไก่ที่สูงขึ้น

การบริหารความเสี่ยง

บริษัท มีหน่วยงานกลางที่มีความชำนาญในการจัดซื้อวัตถุดิบเหล่านี้โดยเฉพาะ เพื่อทำการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด รวมทั้งจัดหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และสรรหาวัตถุดิบให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการใช้ในการผลิต นอกจากนั้น บริษัท ได้จัดตั้งสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน และมีขนาดใหญ่เพียงพอในการจัดเก็บวัตถุดิบเป็นระยะเวลานาน ในกรณีที่มีการคาดการณ์ว่าราคาวัตถุดิบมีแนวโน้มจะปรับตัวสูงขึ้นในอนาคต อีกทั้งบริษัท ยังมีหน่วยงานวิจัยในการจัดหาวัตถุดิบทดแทนที่มีคุณภาพเท่าเทียมมาใช้ในการผลิต รวมถึงมีการใช้ช่องทางทางการเงินในการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ สำหรับราคาอาหารสัตว์นั้น บริษัท สามารถปรับเปลี่ยนราคาขายอาหารสัตว์ ให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เพิ่มขึ้นได้ โดยการขออนุมัติการปรับขึ้นราคาจากกรรมการภายใน ทั้งนี้ราคาอาหารสัตว์เป็นสินค้าที่หน่วยงานของรัฐควบคุมราคาจำหน่าย ทำให้การขอปรับราคาขายในบางคราวไม่เป็นสัดส่วนเดียวกันกับการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ

2.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาสินค้าโภคภัณฑ์

ธุรกิจที่สร้างรายได้ให้แก่บริษัท คือธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ โดยมีสินค้าหลัก ได้แก่ ลูกไก่มีชีวิตและผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ โดยราคาของสินค้าเหล่านี้ ถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของตลาดในแต่ละช่วงเวลา โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ประกอบด้วยกำลังซื้อ ความเชื่อมั่น รวมถึงความต้องการตามฤดูกาล ซึ่งหากปริมาณผลผลิตมีมากเกินไปอุปสงค์ของสินค้า ย่อมส่งผลให้ราคาสินค้าปรับตัวลดลงต่ำกว่าราคาคาดการณ์ ซึ่งจะกระทบต่อรายได้ของบริษัท



การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาลูกไก่มีชีวิตและผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ ด้วยการเพิ่มประเภทผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ให้มีความหลากหลาย และเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้าให้สอดคล้องตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามสำหรับราคาลูกไก่มีชีวิต เนื้อไก่ และชิ้นส่วนไก่ ก็อาจจะอยู่เหนือความควบคุมและคาดหมายของบริษัทฯ ได้

2.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

ในช่วงที่ผ่านมา ราคาน้ำมันในตลาดโลกมีความผันผวนอย่างมาก ซึ่งยากที่จะหลีกเลี่ยงผลกระทบจากภาวะความผันผวนของราคาน้ำมันในตลาดโลก จากความผันผวนดังกล่าว ส่งผลให้ต้นทุนการผลิต และต้นทุนการขนส่งต้องปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงด้วยระบบโลจิสติกส์ โดยบริษัทย่อยมีโรงงานอาหารสัตว์ 1 แห่ง ที่ อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการขนส่งของกลุ่มบริษัทฯ ลดลง เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ สามารถลดระยะทางการขนส่งอาหารไก่จากโรงงานอาหารสัตว์จากเดิมที่ อ.บางพลากด จ.สมุทรปราการ ไปยังฟาร์มเลี้ยงไก่ของกลุ่มบริษัทฯ ที่จังหวัดชลบุรีได้ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทฯ สามารถลดต้นทุนการผลิตและการขนส่งได้เป็นอย่างมาก

2.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค

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

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีหน่วยงานที่ศึกษาและติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศอยู่ตลอดเวลาที่ผ่านมา ดังนั้น จึงมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลผู้บริโภคในเชิงลึก เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงวางแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความหลากหลายและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงวางแผนด้านการตลาด เพื่อเสนอเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค ซึ่งระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการ อีกทั้งสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี



2.6 ความเสี่ยงจากเปิดเสรีการค้าและการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

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

การบริหารความเสี่ยง

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

2.7 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

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

การบริหารความเสี่ยง

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



2.8 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในขนาดของอัตราดอกเบี้ยในตลาด ซึ่งมีผลกระทบต่อ การดำเนินงานและกระแสเงินของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงด้วยการมีหน่วยงานที่คอยติดตามการเคลื่อนไหวของทิศทางของอัตราดอกเบี้ย อย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย ด้วยการ ใช้ อัตราดอกเบี้ยคงที่ (Fixed Rate) เพื่อให้บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสมตามภาวะการตลาด ณ ขณะนั้น

2.9 ความเสี่ยงด้านกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ

การกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจส่งออกไปยังหลายประเทศ ปัจจุบันแม้การ กีดกันทางการค้าระหว่างประเทศโดยใช้ระบบกำแพงภาษีศุลกากรได้ลดบทบาทลงตามนโยบายการค้าเสรีโลก แต่ประเทศผู้นำเข้าได้มีการกีดกันทางการค้าในรูปแบบใหม่ที่ไม่ใช่ภาษีเกิดขึ้น เช่น การกำหนดโควต้า การเพิ่ม มาตรการด้านสุขอนามัย รวมทั้งการกำหนดมาตรฐานการนำเข้าให้สูงขึ้น การที่จะเปิดตลาดใหม่หรือขยาย ตลาดไปยังประเทศอื่น อาจไม่สามารถกระทำได้ง่าย หรืออาจจะต้องใช้ระยะเวลานาน เนื่องจากแต่ละประเทศ มีนโยบายปกป้องอุตสาหกรรมการปลูสดักของแต่ละประเทศไว้ การเปลี่ยนแปลงปัจจัยดังกล่าว อาจมี ผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต ยอดขายและความสามารถในการทำกำไรในขนาดของบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรง หรือทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการ ส่งออกโดยรวม

การบริหารความเสี่ยง

เพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องในเรื่อง ของกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้มีข้อมูลและข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ อันจะได้นำมาศึกษาและ พัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับกฎระเบียบต่างๆ แต่อย่างไรก็ตาม การกีดกันทางการค้า เป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใด ซึ่งการบริหารความเสี่ยงเพื่อไม่ให้ได้รับผลกระทบ ต่อการดำเนินงานอาจจะไม่สามารถดำเนินการได้อย่างครอบคลุม



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลักที่กลุ่มบริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ มีดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน 1.1 ที่ดินสำหรับโรงงานผลิต - ข้าหลวงและแปรรูปเนื้อไก่ จำนวน 4 แปลง รวมเนื้อที่ 46-1-85.25 ไร่ - ผลิตอาหารสัตว์ จำนวน 23 แปลง รวมเนื้อที่ 290-1-92.50 ไร่ จ.สมุทรปราการและจ.ชลบุรี 1.2 ที่ดินที่ใช้ในฟาร์มเลี้ยงไก่ - จำนวน 13 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 736-1-11 ไร่ - จำนวน 54 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 3,596-1-36 ไร่ - จำนวน 28 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 2,269-0-79 ไร่ - จำนวน 4 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 1,824-0-76 ไร่	บริษัทเป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ บริษัทเป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.เอ็ม.เค.เอส ฟาร์ม เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรุงเทพ เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดดิ้ง เป็นเจ้าของ	153.55 87.55 43.27 137.72 62.63 60.00	ติดจำนอง 4 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 327 ล้านบาท ติดจำนอง 13 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 675 ล้านบาท ติดจำนอง 12 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 560 ล้านบาท ติดจำนอง 46 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 319 ล้านบาท ติดจำนอง 28 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 80 ล้านบาท ไม่มีภาระผูกพัน
2. โรงงาน 2.1 โรงงานสำหรับผลิต - ข้าหลวงไก่และผลิตสินค้าสำเร็จรูป 1 แห่ง จ.สมุทรปราการ - ผลิตอาหารสัตว์ 2 แห่ง จ.สมุทรปราการ และ จ.ชลบุรี 2.2 โรงงานฟาร์มเลี้ยงไก่และโรงฟักลูกไก่ - จำนวน 204 หลัง จ.ชลบุรี - จำนวน 93 หลัง จ.ชลบุรี - จำนวน 11 หลัง จ.ชลบุรี - จำนวน 13 หลัง จ.ชลบุรี	บริษัทเป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.เอ็ม.เค.เอส ฟาร์ม เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรุงเทพ เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดดิ้ง เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ	241.60 709.18 1,100.26 351.75 198.05 86.76	ติดจำนอง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 450 ล้านบาท ติดจำนองพร้อมที่ดิน ไม่มีภาระผูกพัน ติดจำนองพร้อมที่ดิน ไม่มีภาระผูกพัน ไม่มีภาระผูกพัน



ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
3. เครื่องจักร			
3.1 เครื่องจักรใช้ในการผลิต			
- ซ้ำหและและแปรรูปเนื้อไก่ จำนวน 69 ชุด	บริษัทเป็นเจ้าของ	389.12	ไม่มีภาระผูกพัน
- ผลิตอาหารสัตว์ 2 แห่ง จำนวน 5 ชุด	บริษัทย่อย บมจ.กรูไทยอาหาร เป็นเจ้าของ	204.51	ติดจำนอง 4 ชุด มูลค่า 100 ล้านบาท
- ผลิตไก่ย่อยและไส้กรอก	บริษัทย่อย บจก.จีเอฟฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	8.30	ไม่มีภาระผูกพัน
3.2 เครื่องจักรใช้ในฟาร์มเลี้ยงไก่			
- ประเภทอุปกรณ์ในการฟักลูกไก่			
จำนวน 30 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดดิ้ง เป็นเจ้าของ	15.83	ไม่มีภาระผูกพัน
จำนวน 224 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรูไทย เป็นเจ้าของ	66.06	ไม่มีภาระผูกพัน
- ประเภทอุปกรณ์ในการเลี้ยงไก่			
จำนวน 11 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดดิ้ง เป็นเจ้าของ	10.10	ไม่มีภาระผูกพัน
จำนวน 72 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรูไทย เป็นเจ้าของ	9.05	ไม่มีภาระผูกพัน
จำนวน 1 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บมจ.กรูไทยอาหาร เป็นเจ้าของ	1.14	ไม่มีภาระผูกพัน
จำนวน 204 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.เอ็ม.เค.เอส ฟาร์ม เป็นเจ้าของ	211.44	ไม่มีภาระผูกพัน

นอกจากทรัพย์สินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทข้างต้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 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. เจริญพันธ์โปรตีนสัตว์	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. เจริญพันธ์โปรตีนสัตว์	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 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: ia@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 กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ และฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ เพื่อผลิตและจำหน่ายไข่เชื้อ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	312 ถนนพระรามที่ 2 แขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107537001463
โทรศัพท์	:	0-2473-8000
โทรสาร	:	0-2473-8398
Home Page	:	www.ktfood.co.th
ทุนจดทะเบียน	:	400,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	400,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	40,000,000 หุ้น
ชนิดของหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	หุ้นสามัญ
สัดส่วนการถือหุ้น	:	98.03%
ชื่อบริษัท	:	บริษัท จีพี บริติค จำกัด
ประเภทธุรกิจ	:	ฟาร์มเลี้ยงไก่ปุ๋ยพันธุ์ เพื่อผลิตและจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	312 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 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 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 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 อำเภอบางเสาธง 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