



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

นโยบายธุรกิจ

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจในการเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมการผลิตและแปรรูปสินค้าปศุสัตว์และเกษตรอย่างครบวงจร เน้นความปลอดภัยทางด้านอาหาร ตลอดจนความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ อีกทั้งความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม



1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ธุรกิจ

จีเอฟพีที เรามุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อไก่แปรรูปแบบครบวงจรเพื่อการส่งออก

พันธกิจและกลยุทธ์

พันธกิจ 7 ประการที่สร้างขึ้น จาการากฐานความใส่ใจ เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศด้านการผลิตอาหาร โดยมีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการดำเนินงานให้บรรลุภารกิจที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. คุณภาพอาหาร : ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานสากล

กลยุทธ์ : คัดสรรวัตถุดิบชั้นเยี่ยมสู่โรงงานแปรรูป ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. ความปลอดภัยอาหาร : เชื่อมันด้วยระบบตรวจสอบย้อนกลับ

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 ฟู้ดส์ โพลทรี (ไทย) จำกัด” โดยมีผู้ถือหุ้น 3 ฝ่ายคือ
1. บริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด (ประเทศไทย) ถือหุ้นในสัดส่วน 51.00%
 2. บริษัท เจเนอรัล ฟู้ดส์ โพลทรี จำกัด (ประเทศนิวซีแลนด์) ถือหุ้นในสัดส่วน 34.00%
 3. บริษัท ยูไนเต็ท เทรดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ประเทศลักเซมเบิร์ก) ถือหุ้นในสัดส่วน 15.00%
- 2528 : ผู้ถือหุ้น 2 ฝ่าย คือ บริษัท เจเนอรัล ฟู้ดส์ โพลทรี จำกัด (ประเทศนิวซีแลนด์) และ บริษัท ยูไนเต็ท 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.เจริญพันธ์โพลทรี จำกัด” ในเดือนตุลาคม และเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท จีเอฟพีที จำกัด” ในเดือนธันวาคม
- 2533 : ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 150 ล้านบาท เป็น 420 ล้านบาท เพื่อลงทุนซื้อหุ้น 99.99% ในบริษัทย่อย 2 แห่ง เพื่อขยายกิจการให้ครบวงจรในอุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่ คือ
1. บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ เพื่อผลิตและจำหน่ายลูกไก่พันธุ์ไซ และลูกไก่พันธุ์เนื้อ
 2. บริษัท เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม จำกัด ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ
- 2534 : ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท จีเอฟ ฟู้ดส์ 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



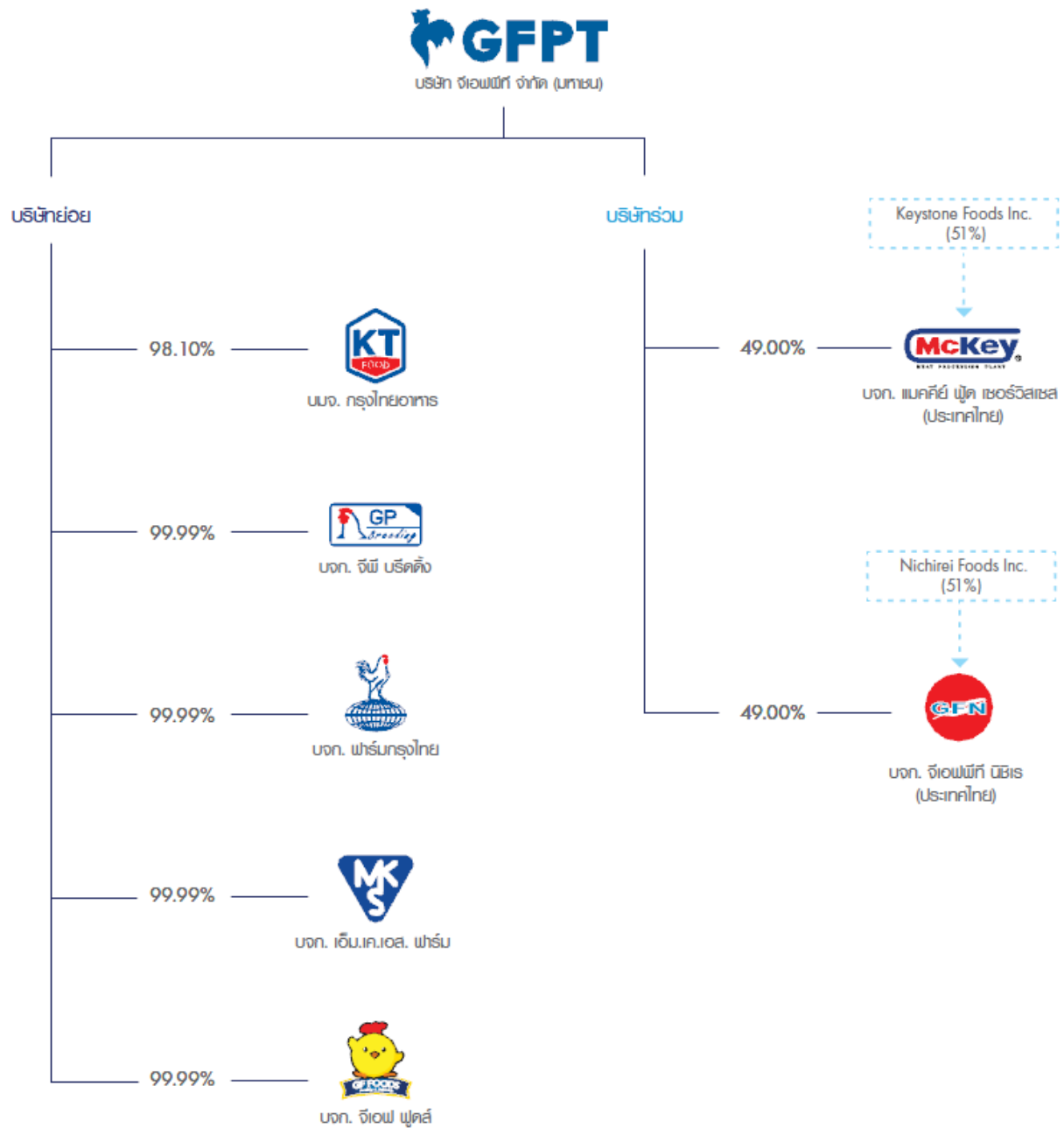
- 2536 : ได้ลงทุน 49.00% ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยร่วมทุนกับ บริษัท คีย์สโตน ฟู้ด คอร์ปอเรชั่น (ประเทศสหรัฐอเมริกา) จำกัด ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วน 51.00% โดยบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 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 บริติค จำกัด ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ปวยาลพันธุ์
- 2551 : ได้ลงทุน 49.00% ในบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายไก่แปรรูปและไก่สดแช่แข็งในประเทศและต่างประเทศ โดยร่วมทุนกับ บริษัท นิธิเร ฟู้ดส์ อิงค์ (ประเทศญี่ปุ่น) ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วน 51.00% โดย บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 1,170 ล้านบาท
- 2553 : แปลงค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมมูลค่าหุ้นละ 10 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท โดยทุนจดทะเบียนคงเดิมคือ 1,400 ล้านบาท แต่จำนวนหุ้นสามัญเพิ่มขึ้นจากเดิม 140 ล้านหุ้น เป็น 1,400 ล้านหุ้น
- 2554 : ได้ซื้อหุ้นของ บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) เพิ่ม ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 96.50% เป็น 97.85%
- 2555 : ได้ทำการเพิ่มทุน บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุน โดยเพิ่มทุนในสัดส่วนเดิม 49.00% จำนวนรวม 903.56 ล้านบาท โดย บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว ดังนี้
- เดือนพฤษภาคม เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,170 เป็น 1,514 ล้านบาท (GFPT เพิ่มทุน 168.56 ล้านบาท)
- เดือนธันวาคม เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,514 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 : บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน)
: ได้ซื้อหุ้นของ บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) เพิ่ม ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 97.87% เป็น 98.03%
- 2558 : ได้ซื้อหุ้นของ บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) เพิ่ม ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 98.03% เป็น 98.06%
- 2559 : ได้ซื้อหุ้นของ บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) เพิ่มทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 98.06% เป็น 98.10%



- 2560 : ได้ทำการเพิ่มทุน บริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด จากทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท เป็น 160 ล้านบาท
- : บริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด ขยายกำลังการผลิตได้กรอก และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ทำให้มีกำลังการผลิตรวมอยู่ที่ 37,800 ตัน/ปี
- : บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ขยายกำลังการผลิตโรงงานการผลิตอาหารแปรรูปปรุงสุกแห่งใหม่ด้วยกำลังการผลิต 30,000 ตัน/ปี



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 เป็นบริษัทแม่ของกลุ่ม ดำเนินธุรกิจหลัก คือ การชำแหละและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ โดยผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ ได้แก่ ชิ้นส่วนไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปปรุงสุก รวมถึงผลพลอยได้จากการชำแหละไก่ จำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และของลูกค้า โดยจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในปี 2560 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตและแปรรูปเนื้อไก่สูงสุดที่ 122,000 ตันต่อปี และมีกำลังการผลิตไก่ปรุงสุกที่ 32,000 ตันต่อปี มีโรงงานเพียงแห่งเดียวที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ

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

การดำเนินธุรกิจของทั้งกลุ่มบริษัท GFPT เป็นลักษณะต่อเนื่องครบวงจร โดยเริ่มต้นตั้งแต่ การลงทุน 98.10% ในบริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) (“บริษัท KT”) โดยมีทุนจดทะเบียน 400 ล้านบาท บริษัท KT ดำเนินธุรกิจผลิตอาหารสัตว์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท KT คืออาหารสัตว์บดและอาหารสัตว์น้ำ บริษัท KT จำหน่ายอาหารสัตว์บดโดยเฉพาะอาหารไก่ให้กับบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท MKS, บริษัท FKT และบริษัท GP ตลอดจนผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไป สำหรับอาหารสัตว์น้ำ บริษัท KT จำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์น้ำทั่วไป ในปี 2560 บริษัท KT มีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น 1 ล้านตัน โดยแบ่งเป็นโรงงานผลิตอาหารสัตว์บด 1 โรง โรงงานผลิตอาหารสัตว์น้ำ 2 โรง ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ มีกำลังการผลิตรวม 599,000 ตันต่อปี และเป็นโรงงานผลิตอาหารไก่เนื้อ 1 โรง ตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี มีกำลังการผลิตรวม 512,000 ตันต่อปี สำหรับผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือเป็นบุคคลที่ไม่มีความขัดแย้งกับทางบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ลงทุน 99.99 % ในบริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด (“บริษัท GP”) โดยมีทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท บริษัท GP ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ป้อนพันธุ์ ผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เพื่อจำหน่ายให้กับบริษัท FKT และผู้เลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั่วไป ในปี 2560 บริษัท GP มีกำลังการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เท่ากับ 2.59 ล้านตัวต่อปี โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 1 ฟาร์มที่ตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี

บริษัทฯ ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด (“บริษัท FKT”) โดยมีทุนจดทะเบียน 350 ล้านบาท บริษัท FKT ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ โดยซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์จากบริษัท GP เพื่อนำมาเลี้ยงและผลิตลูกไก่พันธุ์เพื่อจำหน่ายให้กับบริษัท MKS ทั้งหมด ส่วนลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่ บริษัท FKT ได้นำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อมาเลี้ยงและผลิตลูกไก่พันธุ์ไข่ จำหน่ายให้กับ บริษัท KT และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำการฟาร์มเลี้ยงไก่พันธุ์ไข่ ในปี 2560 บริษัท FKT มีกำลังการผลิตสำหรับลูกไก่พันธุ์เนื้อเท่ากับ 113 ล้านตัวต่อปี ส่วนกำลังการผลิตลูกไก่พันธุ์ไข่เท่ากับ 3 ล้านตัวต่อปี โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อจำนวน 7 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 2560 บริษัท MKS มีกำลังการผลิตไก่เนื้อรวมเท่ากับ 92 ล้านตัวต่อปี จากฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อทั้งหมด 13 ฟาร์ม ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี

บริษัทฯ ได้ลงทุน 99.99 % ในบริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด (“บริษัท GFF”) โดยมีทุนจดทะเบียน 160 ล้านบาท บริษัท GFF ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท GFF ได้แก่ ไส้กรอก ไก่ยอ และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่นๆ ซึ่งจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “จีเอฟ ฟูดส์” โดยจำหน่ายผ่านศูนย์จำหน่าย ตลาดสด และตลาดพ่อค้าคนกลาง ในปี 2560 บริษัท GFF มีกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 11,000 ตันต่อปี โดยมีโรงงานอยู่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ

บริษัทฯ ได้ลงทุน 49.00% ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสেস (ประเทศไทย) จำกัด (“บริษัท McKey”) โดยมีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท บริษัท McKey ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็งเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ และมีการจำหน่ายให้ร้านแมคโดนัลด์ทั้งภายในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยในปี 2560 บริษัท McKey มีกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 73,000 ตันต่อปี โดยมีโรงงานอยู่ 3 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดชลบุรี สำหรับผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือเป็นบุคคลที่ไม่มีความขัดแย้งกับทางบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ลงทุน 49.00% ในบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด (“บริษัท GFN”) โดยมีทุนจดทะเบียน 3,014 ล้านบาท บริษัท GFN ดำเนินธุรกิจชำแหละและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ เพื่อจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ โดยในปี 2560 บริษัท GFN มีกำลังการผลิตและแปรรูปเนื้อไก่สูงสุดที่ 67,000 ตันต่อปี และมีกำลังการผลิตไก่ปรุงสุกที่ 52,000 ตันต่อปี มีโรงงานอยู่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี สำหรับผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือเป็นบุคคลที่ไม่มีความขัดแย้งกับทางบริษัทฯ

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินรวม

รายได้แต่ละสายธุรกิจ ของจีเอฟพีทีและ บริษัทย่อย	ดำเนินการ โดย	% การถือหุ้น	2558 รายได้ (ล้านบาท)	%	2559 รายได้ (ล้านบาท)	%	2560 รายได้ (ล้านบาท)	%
ข้าแหละไก่และแปรรูปเนื้อไก่	GFPT		6,648.59	40.38	7,209.37	43.19	7,554.13	44.62
อาหารสัตว์	KT	98.10	4,457.61	27.07	3,907.83	23.41	3,379.98	19.97
ฟาร์มเลี้ยงสัตว์และ จำหน่ายลูกไก่	FKT, GP, MKS	99.99	4,507.21	27.37	4,679.54	28.03	5,167.70	30.53
	KT	98.10						
ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป	GFF	99.99	853.10	5.18	896.28	5.37	826.66	4.88
รวม			16,466.51	100.00	16,693.02	100.00	16,928.47	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

สายธุรกิจข้าแหละและแปรรูปเนื้อไก่

สายธุรกิจข้าแหละไก่และแปรรูปเนื้อไก่อดำเนินการโดยบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ คือ ชิ้นส่วนไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปปรุงสุก รวมถึงผลิตภัณฑ์พลอยได้จากการข้าแหละไก่ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.93 และร้อยละ 51.07 ตามลำดับ สภาวะการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) ตลาดภายในประเทศ

คู่แข่งหลักของบริษัทฯ คือผู้ประกอบการโรงข้าแหละไก่ในประเทศ ซึ่งบริษัทฯ มีความได้เปรียบเนื่องจากบริษัทฯ ทำธุรกิจครบวงจร คือตั้งแต่ผลิตอาหารสัตว์ เลี้ยงไก่ ข้าแหละไก่ และแปรรูปสินค้า ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควบคุมต้นทุนการผลิตของบริษัทฯ ได้อีกด้วย

2) ตลาดต่างประเทศ

คู่แข่งหลักของบริษัทฯ คือผู้ผลิตเนื้อไก่อรายใหญ่ของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา จีน บราซิล และกลุ่มสหภาพยุโรป โดยประเทศไทยจัดเป็นหนึ่งในผู้ผลิตเนื้อไก่อรายใหญ่อันดับหนึ่ง และมีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ โดยที่ปริมาณการส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อไก่ปรุงสุก ในขณะที่ปริมาณการส่งออกไก่สดแช่แข็งมีสัดส่วนการส่งออกที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากตลาดประเทศญี่ปุ่นได้มีการอนุญาตให้มีการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทย หลังจากประเทศไทยสามารถควบคุมการระบาดของโรคไข้หวัดนกได้

การพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่หรือน้อยราย

วัตถุดิบหลักสำคัญที่ใช้คือไก่เนื้อ บริษัทฯ ต้องพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่เพียงรายเดียว คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นผู้เลี้ยงไก่เนื้อ ในปี 2560 มียอดสั่งซื้อเป็นจำนวน 4,543 ล้านบาท บริษัทฯ คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายเดียว เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทย่อยและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจำนวน 2 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 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ รวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่อนุมัติยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
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, บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด และบริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ตลอดจนผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไป สำหรับอาหารสัตว์น้ำ จำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์น้ำทั่วไป สภาวะการแข่งขันของธุรกิจอาหารสัตว์สำหรับบริษัท KT ถือว่าไม่ค่อยรุนแรงมากนัก เนื่องจากร้อยละ 65 ขายให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ส่วนร้อยละ 35 ขายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์อิสระทั่วไป โดยบริษัท KT มีจุดแข็งที่สำคัญคือ เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจอาหารสัตว์มานานมากกว่า 35 ปี ทำให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัท KT รวมทั้งได้จัดให้มีนักวิชาการคอยให้คำปรึกษา ดูแล การเลี้ยงสัตว์ ซึ่งทำให้ลูกค้ามั่นใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัท KT มากยิ่งขึ้น

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

ในส่วนของอาหารสัตว์ บริษัท KT พึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด, บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด และบริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด โดยในปี 2560 มียอดจำหน่ายอาหารไก่เป็นจำนวนเงิน 6,164 ล้านบาท บริษัท KT คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

**สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงสัตว์และจำหน่ายลูกไก่**

ซึ่งสามารถแบ่งตามลักษณะการเลี้ยงได้ 3 ประเภท คือ

1. ธุรกิจไก่ปุ๋ยพันธุ์

ธุรกิจไก่ปุ๋ยพันธุ์ ดำเนินการโดยบริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด (“บริษัท GP”) โดยเริ่มจากการซื้อลูกไก่ปุ๋ยพันธุ์เนื้อจากต่างประเทศและนำมาเลี้ยงโดยโรงเรือนระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ เพื่อผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อแล้วจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และผู้เลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั่วไปทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สภาพะการตลาดของธุรกิจนี้มีการแข่งขันค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทย่อยในกลุ่ม บริษัท จีเอฟพีที ซึ่งทำธุรกิจครบวงจร ทำให้บริษัท GP ไม่เกิดสภาพะการแข่งขันทับบริษัทคู่แข่ง

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท GP ต้องพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียงรายเดียว คือ บริษัท ฟาร์มกรุงไทย โดยมียอดซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อในปี 2560 เป็นจำนวน 122 ล้านบาท บริษัท GP คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

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

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
1233(2)/2557	25 กุมภาพันธ์ 2557	ผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อ	1 ธันวาคม 2557	30 พฤศจิกายน 2565

2. ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ ดำเนินการโดยบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด (“บริษัท FKT”) โดยซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อจากฟาร์มไก่ปุ๋ยพันธุ์จาก บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด และซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่จากต่างประเทศ และนำมาเลี้ยงโดยโรงเรือนระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ เพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์เนื้อและลูกไก่พันธุ์ไข่ แล้วจำหน่ายลูกไก่พันธุ์เนื้อทั้งหมดให้กับ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด และบริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด ส่วนลูกไก่พันธุ์ไข่จำหน่ายให้กับ บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่พันธุ์ไข่ สภาพะการตลาดของธุรกิจนี้มีการแข่งขันค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากบริษัท FKT เป็นบริษัทย่อยในกลุ่มบริษัท จีเอฟพีที ซึ่งทำธุรกิจครบวงจร ทำให้ไม่เกิดสภาพะการแข่งขันทับบริษัทคู่แข่ง

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท FKT ต้องพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 3 ราย คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด และบริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด โดยในปี 2560 มียอดจำหน่ายลูกไก่พันธุ์เนื้อและลูกไก่พันธุ์ไข่เป็นจำนวน 1,468 ล้านบาท บริษัท FKT คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตลูกไก่ ประเภท 1.5 กิจการขยายพันธุ์สัตว์ หรือเลี้ยงสัตว์ จำนวน 2 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และได้สิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, 31 วรรค 3, 31 วรรค 4 และ 34 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ รวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่อนุมัติ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 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 โดยมีวัตถุดิบหลักคือ ลูกไก่พันธุ์เนื้อ ซื้อมาจากบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และอาหารไก่ ซื้อมาจากบริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) ส่วนวัตถุดิบอื่น เช่น วัคซีน ฯลฯ ซื้อมาจากบริษัทในประเทศ และนำมาดำเนินการเลี้ยงในโรงเรือนด้วยระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ จนอายุครบ 41 ถึง 43 วัน แล้วจึงจำหน่ายให้กับบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และ บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่ ดังนั้น สภาพะการตลาดของบริษัทนี้ แทบจะไม่มี การแข่งขัน เนื่องจากลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท MKS คือ บริษัทใหญ่และบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท MKS พึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 2 รายคือ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด โดยในปี 2560 มียอดจำหน่ายไก่เนื้อเป็นจำนวน 4,543 ล้านบาท และ 4,439 ล้านบาท ตามลำดับ บริษัท MKS คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทแรกเป็นบริษัทใหญ่และมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน ส่วนบริษัทที่สอง เป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่

สิทธิประโยชน์

บริษัท เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุน ในกิจการเลี้ยงไก่เนื้อ ประเภท 1.5 กิจการขยายพันธุ์สัตว์ หรือเลี้ยงสัตว์จำนวน 18 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และได้สิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, 31 วรรค 3, 31 วรรค 4 และ 34 สิทธิ



ประโยชน์ที่ได้รับรวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่อนุมัติ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 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
2084(2)/2557	3 กันยายน 2557	เลี้ยงไก่เนื้อ	25 กรกฎาคม 2558	24 กรกฎาคม 2566
2106(2)/2553	19 ตุลาคม 2553	เลี้ยงไก่เนื้อ	23 กุมภาพันธ์ 2559	22 กุมภาพันธ์ 2567
1022(2)/2555	12 มกราคม 2555	เลี้ยงไก่เนื้อ	21 กุมภาพันธ์ 2559	20 กุมภาพันธ์ 2567
2107(2)/2553	19 ตุลาคม 2553	เลี้ยงไก่เนื้อ	7 เมษายน 2560	6 เมษายน 2568
2085(2)/2557	3 กันยายน 2557	เลี้ยงไก่เนื้อ	10 เมษายน 2560	9 เมษายน 2568
2083(2)/2557	3 กันยายน 2557	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-
2086(2)/2557	3 กันยายน 2557	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-
2576(2)/2557	26 ธันวาคม 2557	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-
2577(2)/2557	26 ธันวาคม 2557	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-
2578(2)/2557	26 ธันวาคม 2557	เลี้ยงไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-

สายธุรกิจอาหารแปรรูป

สายธุรกิจอาหารแปรรูป ดำเนินการโดยบริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด (“บริษัท GFF”) ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ไส้กรอก ไก่ทอด และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่นๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์จะอยู่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “จีเอฟฟูดส์” ตลาดที่สำคัญของธุรกิจนี้คือ ศูนย์จำหน่าย ตลาดสด และตลาดพ่อค้าคนกลาง บริษัท GFF เผชิญกับสถานะแข่งขันค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากการผลิตไส้กรอก ไก่ทอด และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่น บางส่วนจะใช้เศษเนื้อไก่ที่เกิดจากการตัดแต่งของผลิตภัณฑ์ ซึ่งบริษัท GFF มีคู่แข่งที่สำคัญ คือกลุ่มบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเป็นหลัก

การพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท GFF ต้องพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายเพียงรายเดียวคือ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ในการซื้อวัตถุดิบหลัก คือ ชิ้นส่วนไก่เนื้อเพื่อนำมาผลิตและจำหน่ายสินค้า โดยในปี 2560 มียอดการสั่งซื้อเป็นจำนวน 452



ล้านบาท บริษัท GFF คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่เพียงรายเดียว เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทใหญ่และมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

สายธุรกิจข้าวและแปรรูปเนื้อไก่

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้น บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง เนื่องจากบริษัทฯ มีประสบการณ์มาหลายสิบปีทางด้านภาคปศุสัตว์ ทำให้คุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นที่ยอมรับของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตามที่ลูกค้าต้องการ

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะผลิตสินค้ามูลค่าเพิ่มเป็นสำคัญ เนื่องจากต้นทุนการผลิตของไทยสูงกว่าคู่แข่งเล็กน้อย ถ้าผลิตสินค้าธรรมดาอาจจะไม่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้ ดังนั้น บริษัทฯ เน้นการผลิตไก่แปรรูปที่ต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือให้มากขึ้น ซึ่งประเทศอื่นที่เป็นคู่แข่งยังพัฒนาฝีมือได้ไม่ทัน หรือคู่แข่งในบางประเทศมีอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูงไม่สามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องของกระบวนการผลิตที่ต้องได้มาตรฐานสากล มีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ และควบคุมคุณภาพในการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ ปลอดภัยต่อการบริโภค มีหน่วยงานในการประสานงานและติดตามควบคุมการขนส่งและจัดเก็บสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อผู้บริโภคและลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังคงสามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ

ลักษณะของลูกค้า

- ลูกค้าในประเทศ สามารถแบ่งลักษณะของลูกค้าในประเทศได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ได้แก่ บริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) รับซื้อชิ้นส่วนไก่ที่เกิดจากการตัดแต่งสินค้าต่างประเทศไปจำหน่าย และเพื่อนำไปผลิตไส้กรอก และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่น โดยมีสัดส่วนการซื้อร้อยละ 11.46 และบริษัทร่วม 2 แห่ง คือ บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีสัดส่วนการซื้อคิดเป็นร้อยละ 32.28 และ ร้อยละ 0.60 ของยอดขายในประเทศ ตามลำดับ โดยที่บริษัทร่วมทั้ง 2 แห่ง ซื้อชิ้นส่วนไก่เพื่อนำไปผลิตสินค้าส่งให้กับลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าแปรรูปเนื้อไก่เพื่อการส่งออก ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะรับซื้อชิ้นส่วนไก่ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 9.00 ของยอดขายภายในประเทศ แล้วนำไปแปรรูปเป็นอาหารสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูปเพื่อการส่งออก

กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าที่เป็นพ่อค้าคนกลางรายย่อย ซึ่งจะมารับสินค้าจากบริษัทฯ ทุกวันเพื่อนำไปขายต่อผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 46.66 ของยอดขายภายในประเทศ



- ลูกค้านต่างประเทศ บริษัทฯ ส่งออกเนื้อไก่ไปยังต่างประเทศ ตลาดต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป, สิงคโปร์, มาเลเซีย และเกาหลี เป็นต้น

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ คือ กลุ่มผู้บริโภคเนื้อสัตว์ทั้งในและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) มีการจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “GFPT” และเครื่องหมายการค้าของลูกค้า มีสัดส่วนแบ่งเป็นตลาดภายในประเทศร้อยละ 48.93 และตลาดต่างประเทศร้อยละ 51.07

ตลาดภายในประเทศ สินค้าส่วนใหญ่เป็นผลพลอยได้จากการชำแหละไก่ เช่น ขนไก่ หัวไก่ เครื่องใน กระดูก เศษเนื้อ เศษหนัง โดยผู้ซื้อส่วนหนึ่งเป็นพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเข้ามารับสินค้าทุกวันเพื่อนำไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภคอีกต่อหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งเป็นสินค้าคุณภาพระดับส่งออก จำหน่าย ให้กับบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้าแปรรูปจากเนื้อไก่ โดยส่งออกอีกต่อหนึ่ง นอกจากนี้บริษัทย่อยคือ บริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด เป็นผู้รับซื้อเนื้อไก่เพื่อนำไปผลิตไส้กรอก ส่วนบริษัทร่วมคือ บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท จีเอฟพีที นิชิเร (ประเทศไทย) จำกัด จะนำไปผลิตเป็นไก่ทอด เบอร์เกอร์ไก่ และ นักเก็ต เป็นต้น

ตลาดต่างประเทศ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ติดต่อขายสินค้าโดยตรงกับลูกค้า ซึ่งผู้นำเข้ารายใหญ่ คือ ประเทศญี่ปุ่นและกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันภายในประเทศ ผู้ประกอบการโรงชำแหละไก่ในประเทศโดยส่วนใหญ่ มักอยู่ในลักษณะที่ครอบครัว คือ มีธุรกิจอาหารสัตว์ ผลิตลูกไก่ และฟาร์มเลี้ยงไก่เป็นของตนเอง

สำหรับการแข่งขันของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นภายในประเทศจัดได้ว่าอยู่ในระดับแนวหน้ารายหนึ่ง และมีธุรกิจครบวงจร คือ โรงงานอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงไก่ โรงชำแหละและแปรรูปเนื้อไก่ การที่บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในบริษัทที่ครบวงจรย่อมจะได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในด้านการควบคุมคุณภาพ ความสามารถในการหาเนื้อไก่ป้อนเข้าโรงชำแหละ เนื่องจากมีฟาร์มเลี้ยงของตนเอง ตลอดจนการปรับปรุงเทคโนโลยีให้ทันสมัย และสามารถกำหนดปริมาณให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

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

**(ค) ภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต****สถานการณ์ในปี 2560****ภาวะการผลิต**

ในปี 2560 แม้ว่าการผลิตเนื้อไก่ของประเทศจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 4 ของโลกจะลดลงไปเนื่องจากปัญหาด้านชีวอนามัยและการชะลอตัวของการบริโภคเนื้อไก่ภายในประเทศ แต่ประเทศผู้นำในการผลิตไก่เนื้อส่วนใหญ่สามารถขยายการผลิตเพิ่มขึ้นโดยเป็นผลเนื่องมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก นอกจากนั้นความต้องการบริโภคที่ยังมีการขยายตัวได้ดีในประเทศอินเดียและกลุ่มสหภาพยุโรปก็เป็นที่ปัจจัยผลักดันให้กลุ่มประเทศเหล่านั้นเพิ่มการผลิตมากขึ้นและยังทำให้เกิดความต้องการนำเข้าผลิตภัณฑ์เนื้อไก่จากต่างประเทศด้วย อย่างไรก็ตามปัญหาการระบาดของไข้หวัดนกที่ยังเกิดขึ้นเป็นครั้งคราวในหลายประเทศก็ทำให้การผลิตโดยรวมยังเพิ่มได้ไม่มากนัก

ในปี 2560 ปริมาณผลผลิตไก่เนื้อรวมของโลกมีประมาณ 90.18¹ ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 121 โดยสหรัฐอเมริกายังคงเป็นประเทศผู้ผลิตไก่เนื้อรายใหญ่ที่สุดของโลก ตามมาด้วย บราซิล สหภาพยุโรป และจีน ตามลำดับ

สหรัฐอเมริกาผลิตไก่เนื้อในปี 2560 ได้ประมาณ 18.60¹ ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ประมาณร้อยละ 1.83 ในขณะที่บราซิลซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 2 มีปริมาณผลผลิตไก่เนื้อราว 13.25¹ ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 2.63 ส่วนกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปซึ่งเป็นผู้ผลิตอันดับรองลงมาผลิตไก่เนื้อได้ประมาณ 11.70¹ ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 1.45 ในขณะที่จีนซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 4 นั้นผลิตลดลงจากปี 2559 ถึงร้อยละ 5.69 คือผลิตได้ประมาณ 11.60¹ ล้านตัน

ปริมาณการผลิตไก่เนื้อของไทยในปี 2560 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2559 โดยคาดว่าปริมาณการเลี้ยงไก่เนื้อจะมีประมาณ 1,470.26² ล้านตัวคิดเป็นปริมาณผลผลิต 2.08² ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ราวร้อยละ 4.61² ปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นนี้ส่วนหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคที่เพิ่มขึ้น ตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจภายใน ประเทศ ประกอบกับการที่ประเทศไทยปลอดจากการระบาดของไข้หวัดนกทำให้ตลาดส่งออกขยายตัวได้ดีอย่างต่อเนื่อง

ภาวะการตลาด**ตลาดในประเทศ**

แม้ว่าอัตราเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2560 จะไม่สูงมากนัก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นจากผลของการที่ราคาสินค้าเกษตรซึ่งเป็นรายได้ของคนส่วนใหญ่ยังไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควร แต่ปริมาณความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ในประเทศก็ยังสามารถปรับสูงขึ้นได้ โดยในปี 2560 มีปริมาณความต้องการบริโภคประมาณ 1.36² ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 1.31²

ปริมาณความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ในประเทศที่เพิ่มขึ้นนี้ ส่วนหนึ่งมีสาเหตุเนื่องมาจากการที่ราคาเนื้อไก่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชนิดอื่น ๆ โดยเฉพาะเนื้อสุกร นอกจากนั้นความใส่ใจในสุขภาพของ

¹ USDA Publications ;

https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://apps.fas.usda.gov/PSDOnline/Circulars/2018/01/Livestock_poultry.pdf

² รายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มปี 2561, สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ;

http://www.oae.go.th/download/document_tendency/agri_situation2561.pdf



ผู้บริโภคจำนวนมากทำให้มีแนวโน้มว่าจะเลือกสรรบริโภคอาหารประเภทเนื้อสัตว์ที่มีไขมันต่ำ เช่น เนื้อไก่ มากขึ้น ประกอบกับการเติบโตของธุรกิจฟาสต์ฟู้ดซึ่งส่วนหนึ่งต้องใช้ผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่เป็นวัตถุดิบ และการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวก็มีส่วนช่วยทำให้ปริมาณความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อภายในประเทศ เพิ่มขึ้นในอัตราที่น่าพอใจ

การส่งออก

การส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อของไทยในปี 2560 มีปริมาณรวมทั้งสิ้นประมาณ 790,000³ ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 6.33³ และคิดเป็นมูลค่าการส่งออกรวมราว 101,800³ ล้านบาท อัตราการเพิ่มนี้ลดลงเมื่อเทียบกับอัตราเพิ่มร้อยละ 9.09 ในปี 2559 เนื่องจากการส่งออกไปสหภาพยุโรปลดลง

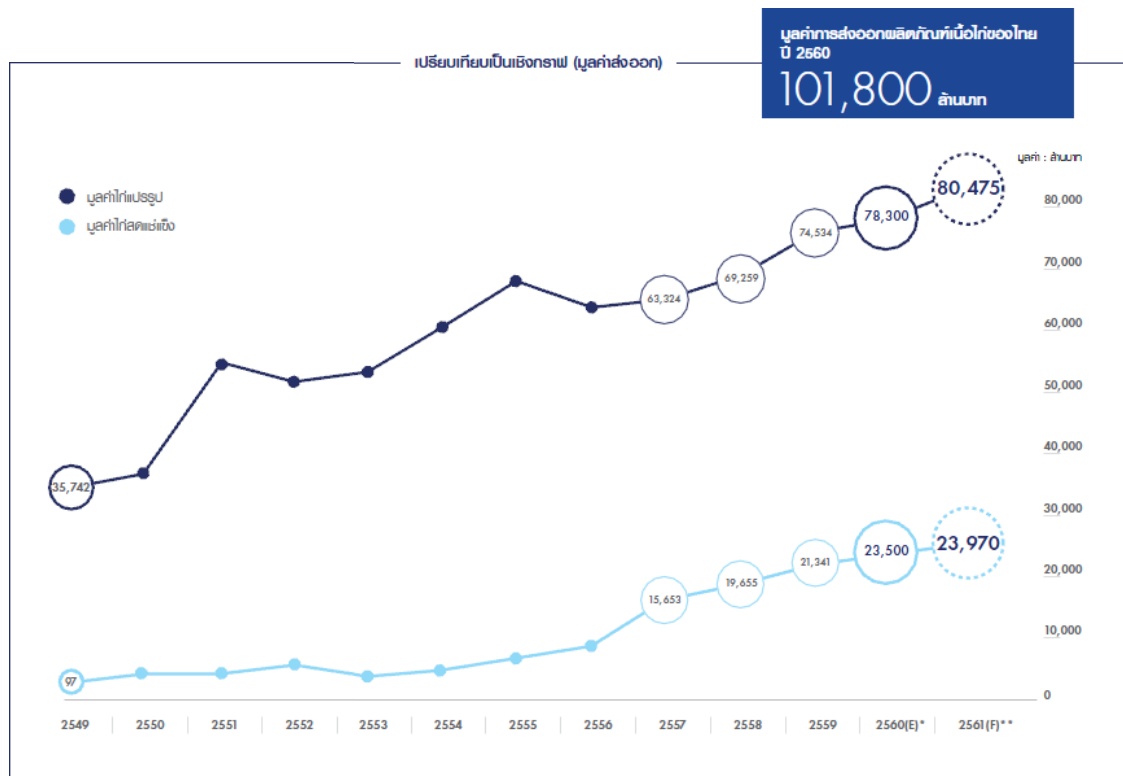
ในด้านของตลาดส่งออกนั้น ญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อที่สำคัญที่สุด โดยในปี 2560 ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อไปยังญี่ปุ่นประมาณ 422,000³ ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นถึงประมาณร้อยละ 12.49³ เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และสัดส่วนการส่งออกไปยังญี่ปุ่นก็สูงขึ้นจากร้อยละ 50.49³ ในปี 2559 มาเป็นร้อยละ 53.42³ ในปี 2560 อีกด้วย การส่งออกที่เติบโตได้ดีในตลาดญี่ปุ่นเป็นเพราะบราซิลซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญมีปัญหาระยะยาวเรื่องความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนตลาดสหภาพยุโรปซึ่งเป็นตลาดอันดับ 2 ของไทยนั้นการส่งออกในปี 2560 มีปริมาณราว 273,000³ ตัน ซึ่งลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 6.35³ ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่สหภาพยุโรปยังไม่ขยายโควตาการนำเข้าให้กับประเทศไทย และการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากประเทศยุโรปตะวันออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากโปแลนด์

นอกจากตลาดหลักทั้ง 2 แล้ว การส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ เช่น เกาหลีใต้ ฮองกง มาเลเซียและแคนาดา เป็นต้น มีปริมาณการส่งออกในปี 2560 ประมาณ 95,000³ ตัน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 24.46³ เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งนี้เนื่องจากการยอมรับในมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อมั่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากเชื้อไข้หวัดนก

³ สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อการส่งออก ; <http://www.thaipoultry.org/welcome.php?page=exportStatic>



เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออก (2549 – 2561F)



ที่มา: สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทยและการพาณิชย์

หมายเหตุ: ปี 2560* เป็นค่าประมาณการ, ปี 2561** เป็นค่าพยากรณ์

แนวโน้มปี 2561

ภาวะการผลิต

ปริมาณการผลิตไก่เนื้อของไทยในปี 2561 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2560 โดยคาดว่าจะปริมาณการเลี้ยงไก่เนื้อจะมีประมาณ 1,501.53² ล้านตัวคิดเป็นปริมาณผลผลิต 2.17² ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2560 รวบรวมละ 2.13² เนื่องจากการคาดการณ์ว่า ภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มจะเติบโตดีขึ้น การเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้การบริโภคภายในขยายตัวได้ดี นอกจากนั้น ศักยภาพการแข่งขันที่สูงของผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยในตลาดต่างประเทศ ก็จะทำให้สามารถส่งออกได้ดีขึ้นด้วยการเติบโตของอุปสงค์ต่อผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศเช่นนี้ ทำให้ปริมาณการผลิตขยายตัวสูงขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม มีอุปสรรคและความเสี่ยงหลายประการที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อการผลิตและทำให้ผลผลิตลดลงต่ำกว่าที่คาดหมายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น และปัญหาการแข่งขันและกีดกันทางการค้าในตลาดต่างประเทศ

² รายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มปี 2561, สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ;

http://www.oae.go.th/download/document_tendency/agri_situation2561.pdf



ภาวะการตลาด

ภาวะการเมืองที่คาดหมายว่าจะมีความขัดแย้งยิ่งขึ้นและการคาดการณ์ว่าภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2561 จะสามารถขยายตัวได้ดีกว่าปี 2560 ก็น่าจะทำให้ตลาดของผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อภายในประเทศสามารถเติบโตขึ้นได้พอสมควร ทั้งนี้เพราะโดยปกติแล้วผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่จะเป็นทางเลือกหนึ่งที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการอาหารที่มีคุณค่าและราคาเหมาะสมกับค่าครองชีพ นอกจากนี้การขยายตัวของการท่องเที่ยวซึ่งได้มีการส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่องก็ทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อแปรรูปประเภทต่างๆ มากขึ้นด้วย ทั้งนี้คาดว่าภาวะบริโภคภายในประเทศในปี 2561 จะมีปริมาณราว 1.42² ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากจากปี 2560 ประมาณร้อยละ 4.52²

ส่วนในด้านตลาดต่างประเทศของผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อในปี 2561 นั้น มีโอกาสที่จะฟื้นตัวขึ้นต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะปริมาณส่งออกจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.53³ จาก 790,000³ ตันในปี 2560 เป็นประมาณ 810,000³ ตันในปี 2561 ปัจจัยเกื้อหนุนให้การส่งออกยังคงมีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อไปก็คือ ภาวะเศรษฐกิจโลกที่คาดว่าจะเติบโตได้ดี นอกจากนั้น การที่ผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อจากประเทศไทยปลอดจากเชื้อไข้หวัดนกที่ยังระบาดอยู่เป็นครั้งคราวในหลายประเทศก็เป็นปัจจัยเสริมที่สำคัญ เพราะการได้รับความเชื่อถือในเรื่องความปลอดภัยด้านอาหารนี้ทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกไก่สดแช่แข็งไปยังตลาดต่าง ๆ และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ตลาดผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อในปี 2561 จะขยายตัวได้จริงเพียงใดนั้น ขึ้นกับปัจจัยหลายประการที่อาจส่งผลทั้งทางบวกและทางลบต่อการขยายตัวนี้ได้แก่

ปัจจัยทางบวก

- ผลจากการปรับปรุงประสิทธิภาพการเลี้ยงไก่ทำให้สามารถผลิตได้มากขึ้นด้วยต้นทุนต่อหน่วยที่ลดลง ทำให้ศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกสูงขึ้น ประกอบกับระบบการผลิตเพื่อส่งออกของไทยที่มีมาตรฐานสูง และความสามารถของผู้ส่งออกไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อไก่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศ ทำให้ผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยสามารถแข่งขันได้ดีในตลาดโลก
- ประสิทธิภาพในการจัดการกับปัญหาการระบาดของไข้หวัดนก ทำให้โอกาสขยายตลาดส่งออกค่อนข้างสดใส โดยเฉพาะตลาดในญี่ปุ่น และประเทศนอกสหภาพยุโรป เช่น เกาหลีใต้ ฮองกง มาเลเซีย และแคนาดา เป็นต้น
- นโยบายด้านการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ของรัฐบาลที่ค่อนข้างชัดเจนและไม่เปลี่ยนแปลงมากนักช่วยให้ผู้ทำธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่ครบวงจรสามารถคาดการณ์และวางแผนเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยทางลบ

- ต้นทุนค่าจ้างที่สูงขึ้นจากผลของการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำทำให้ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อเพิ่มสูงขึ้น และลดความได้เปรียบในการส่งออกเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่อัตราค่าจ้างไม่เปลี่ยนแปลง
- การที่เงินบาทแข็งค่าขึ้นในอัตราสูงกว่าประเทศคู่แข่งสำคัญในการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อ เช่น บราซิล และจีน ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกไทยลดลงเมื่อเทียบกับผู้ส่งออกในประเทศคู่แข่งเหล่านั้น

² รายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มปี 2561, สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ;

http://www.oae.go.th/download/document_tendency/agri_situation2561.pdf

³สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อการส่งออก ; <http://www.thaipoultry.org/welcome.php?page=exportStatic>



- การแข่งขันจากบราซิล ซึ่งมุ่งจะช่วงชิงการเป็นผู้นำตลาดกลับมา หลังจากที่สูงสูญเสียตลาดไปบางส่วนในปี 2560 จากผลของการขาดความเชื่อมั่นในมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เนื่องจากการปล่อยผ่านให้เนื้อสัตว์หมดอายุสามารถส่งออกได้
- การแข่งขันจากเวียดนาม ซึ่งโรงงานแปรรูปเนื้อไก่หลายโรงงานผ่านการตรวจรับรองจากญี่ปุ่นแล้วทำให้มีโอกาสจะเป็นคู่แข่งสำคัญในตลาดญี่ปุ่นในอนาคตโดยที่เวียดนามจะมีข้อได้เปรียบที่อัตราค่าจ้างต่ำกว่า
- การที่ยังคงตรวจพบการระบาดของไข้หวัดนกในประเทศต่าง ๆ เป็นครั้งคราว แม้จะยังไม่เกิดปัญหานี้ในประเทศไทยก็ตาม แต่ก็เป็นความเสี่ยงที่ทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องเฝ้าระวังอย่างเข้มงวด
- การถูกแข่งขันจากโปแลนด์ในตลาดสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลัก ในขณะที่การส่งออกของไทยไม่สามารถเพิ่มได้ เนื่องจากการเจรจาเพื่อให้สหภาพยุโรปเพิ่มโควตานำเข้าไก่ปรุงสุกจากประเทศไทยยังไม่สามารถบรรลุข้อตกลงได้

สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อของไทยในตลาดต่างประเทศ เปรียบเทียบระหว่างปี 2559-2561

ตลาด	2559		2560*		2561**	
	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ญี่ปุ่น	375,129	50.49	422,000	53.42	440,000	54.32
สหภาพยุโรป	291,513	39.24	273,000	34.56	265,000	32.72
อื่น ๆ	76,327	10.27	95,000	12.02	105,000	12.96
รวม	742,969	100.00	790,000	100.00	810,000	100.00

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทยและการพยากรณ์

หมายเหตุ: * ปี 2560 เป็นค่าประมาณการ

** ปี 2561 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



ปี	ไก่สดแช่แข็ง		ไก่แปรรูป		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
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	154,759	15,653	424,707	63,324	579,466	78,977
2558	215,045	19,655	466,028	69,259	681,073	88,914
2559	240,123	21,341	502,846	74,534	742,969	95,875
2560*	250,000	23,500	540,000	78,300	790,000	101,800
2561**	255,000	23,970	555,000	80,475	810,000	104,445

ที่มา: สหกรณ์ผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทยและการพยากรณ์

หมายเหตุ: * ปี 2560 เป็นค่าประมาณการ

** ปี 2561 เป็นค่าพยากรณ์

ปริมาณการผลิตและการบริโภคเนื้อไก่ภายในประเทศไทย

ปี	ผลผลิต (ล้านตัว)	ผลผลิต (ตัน)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	บริโภค (ตัน)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2556	1,189.04	1,629,916	12.69%	1,125,510	23.92%
2557	1,295.56	1,775,928	8.96%	1,230,370	9.32%
2558	1,337.87	1,846,264	3.96%	1,224,490	(0.48%)
2559	1,405.49	2,032,676	10.10%	1,342,567	9.64%
2560*	1,470.26	2,080,120	2.33%	1,360,120	1.31%
2561**	1,501.53	2,171,569	4.40%	1,421,569	4.52%

ที่มา: รายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2561, สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

หมายเหตุ: ปี 2560* เป็นค่าประมาณการ

ปี 2561** เป็นค่าพยากรณ์



สายธุรกิจอาหารสัตว์

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท KT นั้น บริษัท KT ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง เนื่องจากบริษัท KT มีประสบการณ์ด้านปศุสัตว์มายาวนานมากกว่า 35 ปี จึงได้มีการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตามที่ลูกค้าต้องการและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องของกระบวนการผลิตที่ต้องได้มาตรฐานสากลและใส่ใจในเรื่องคุณภาพ รวมถึงมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ เป็นเครื่องมือช่วยควบคุมคุณภาพในการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้สินค้าของบริษัท KT ปลอดภัยต่อการบริโภค มีหน่วยงานในการประสานงานและติดตามควบคุมการขนส่งและจัดเก็บสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อให้ผู้บริโภคและลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าของบริษัท KT นอกจากนี้ ด้วยลักษณะการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท เป็นธุรกิจแบบครบวงจร คือ มีโรงงานผลิตอาหารสัตว์ ฟาร์มปศุสัตว์พันธุ์ผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ ฟาร์มผลิตลูกไก่เนื้อ ฟาร์มผลิตไก่เนื้อ และโรงชำแหละไก่และแปรรูปเนื้อไก่ จึงถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้บริษัท KT มีความโดดเด่น เพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่ผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

ลักษณะของลูกค้า สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าที่เป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน เนื่องจากมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน ได้แก่ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท ฟาร์มกรุงเทพ จำกัด, บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด และ บริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด ซึ่งรับซื้อเฉพาะอาหารไก่

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไป ทั้งสัตว์บกและสัตว์น้ำ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ร้อยละ 65 คือ กลุ่มบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และร้อยละ 35 คือ กลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัท KT จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท KT ส่วนช่องทางการจำหน่าย บริษัท KT จำหน่ายให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์โดยตรง และจำหน่ายให้กับบริษัทที่เป็นพ่อค้าคนกลางเพื่อนำไปจำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์อีกทอดหนึ่ง

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการผลิตอาหารสัตว์ในประเทศ มีผู้ประกอบการโดยรวมมากกว่า 60 ราย ซึ่งถือว่ามีความมีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง แต่ด้วยประสบการณ์อันยาวนานและคุณภาพของสินค้าเป็นที่ได้รับความเชื่อถือจากลูกค้า จึงถือได้ว่าบริษัท KT มีศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูง จัดเป็นผู้นำระดับแนวหน้ารายหนึ่งในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ อีกทั้งเมื่อพิจารณาจากรายได้จากการขายของบริษัท KT แล้ว บริษัท KT มีการขายสินค้าให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันประมาณ 65% จึงถือว่าสภาวะการแข่งขันสำหรับ บริษัท KT มีการแข่งขันที่ไม่รุนแรงมากนัก

**(ค) ภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต****สถานการณ์ในปี 2560****ภาพรวม**

การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในระดับที่น่าพอใจทำให้อำนาจซื้อภายในประเทศสูงขึ้น ประกอบกับการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ซึ่งมีส่วนส่วนความต้องการใช้อาหารสัตว์สูงก็มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง และต้นทุนวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่ค่อนข้างมีเสถียรภาพ เป็นผลให้ธุรกิจอาหารสัตว์ในปี 2560 ขยายตัวได้ค่อนข้างดี

ในปี 2560 ความต้องการอาหารสัตว์ในประเทศไทย มีปริมาณรวมทั้งสิ้นประมาณ 19,579,135⁴ ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ประมาณร้อยละ 5.02 โดยธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ที่มีความต้องการอาหารสัตว์สูงสุดก็คือการเลี้ยงไก่เนื้อซึ่งมีความต้องการอาหารสัตว์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.41 ของความต้องการรวม รองลงไปคือธุรกิจการเลี้ยงสุกรขุนและไก่ไข่ ซึ่งมีความต้องการอาหารสัตว์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.83⁴ และร้อยละ 11.93⁴ ของความต้องการอาหารสัตว์ทั้งสิ้นในปี 2560 ตามลำดับ เนื่องจากธุรกิจทั้ง 3 นี้มีความต้องการรวมกันคิดเป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 70 ของความต้องการอาหารสัตว์ทั้งหมด การเติบโตของธุรกิจเหล่านี้จึงเป็นแรงผลักดันสำคัญที่นำไปสู่ความก้าวหน้าของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ด้วย แต่ในทางกลับกันถ้าธุรกิจเหล่านี้ประสบปัญหา ก็จะทำให้ธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ต้องเผชิญกับปัญหาเช่นกันโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

ความต้องการอาหารสัตว์ของธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อในปี 2560 มีประมาณ 6,345,394⁴ ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 2.42 ในขณะที่ธุรกิจที่มีความต้องการอาหารสัตว์มากเป็นอันดับสองและสามคือ การเลี้ยงสุกรขุนและการเลี้ยงไก่ไข่ มีความต้องการอาหารสัตว์ประมาณ 5,448,600⁴ ตันและ 2,335,767⁴ ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 3.65 และร้อยละ 5.40 ตามลำดับ

ความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ

การขยายตัวของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ตามแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ ทำให้เกิดความต้องการวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตอาหารสัตว์เพิ่มขึ้นตามมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เป็นส่วนประกอบหลักของอาหารสัตว์ส่วนใหญ่ ซึ่งได้แก่ ข้าวโพด กากถั่วเหลืองและปลาป่น วัตถุดิบเหล่านี้แม้ว่าจะสามารถผลิตได้ภายในประเทศแต่เนื่องจากความต้องการที่มีเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับประสิทธิภาพการผลิตที่ค่อนข้างต่ำในการผลิตวัตถุดิบบางประเภท เช่นถั่วเหลืองซึ่งนำมาทำเป็นกากถั่วเหลือง และปลาป่นซึ่งวัตถุดิบในประเทศส่วนใหญ่มีโปรตีนต่ำกว่าที่ต้องการเพื่อใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ ทำให้การผลิตไม่สามารถขยายตัวสนองต่อความต้องการได้เพียงพอ และจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี อย่างไรก็ตามนโยบายของรัฐบาลซึ่งผ่อนปรนในการนำเข้าและมีความแน่นอนไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ ก็ช่วยให้ผู้ผลิตอาหารสัตว์วางแผนการผลิตและการนำเข้าวัตถุดิบได้อย่างเหมาะสม ซึ่งช่วยป้องกันปัญหาผลกระทบจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ได้ในระดับหนึ่ง

1. ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

ความต้องการข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพื่อใช้ในธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ของประเทศไทยในปี 2560 มีปริมาณทั้งสิ้นประมาณ 8,082,643.40⁴ ตัน สูงขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 3.42 ความต้องการในระดับนี้สูงกว่าปริมาณผลิตภายในประเทศซึ่งเฉลี่ยปีละ 4.0 - 4.5 ล้านตันทำให้จำเป็นต้องมีการนำเข้าไม่ต่ำกว่า 1.5 แสนตันในปี 2560

⁴ สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย, <http://www.thaifeedmill.com/tabid/56/Default.aspx>



เพื่อคุ้มครองเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด การนำเข้าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากต่างประเทศต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่รัฐบาลกำหนด⁵ คือ

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิก WTO ถ้านำเข้าในโควต้าต้องนำเข้าโดยองค์การคลังสินค้าเท่านั้นโดยมีปริมาณโควต้า 54,700 ตัน และเสียอากรนำเข้าร้อยละ 20 แต่ถ้านำเข้านอกโควต้าจะเสียอากรนำเข้าร้อยละ 73 บวกค่าธรรมเนียมพิเศษอีกตันละ 180 บาท
- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0 โดยต้องต้องนำเข้าระหว่าง 1 กุมภาพันธ์ถึง 31 สิงหาคม ของแต่ละปี
- การนำเข้าภายใต้โครงการลงทุนเกษตรแบบมีสัญญา(contract farming) กับประเทศเพื่อนบ้าน ภายใต้ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอินทรี-เจ้าพระยา-แม่โขง (ACMECS) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0 โดยกำหนดเวลานำเข้าระหว่าง 1 กุมภาพันธ์ถึง 31 สิงหาคมของแต่ละปี⁶
- การนำเข้าตามความตกลง FTA ไทย-นิวซีแลนด์และการนำเข้าจากญี่ปุ่นตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กำหนดอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 0
- การนำเข้าตามความตกลง FTA ไทย-ออสเตรเลีย ปริมาณโควตา 9,823.33 ตันเสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 4.0 และให้องค์การคลังสินค้าเท่านั้นเป็นผู้นำเข้า ส่วนการนำเข้านอกโควตาทำได้เสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า แต่ต้องเสียอากรนำเข้าในอัตราร้อยละ 65.70
- การนำเข้าตามความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ญี่ปุ่น (AJCEP) เสียอากรในโควตาร้อยละ 3.6 ถ้านำเข้าในช่วง 1 มกราคมถึง 31 มีนาคม 2560 และเสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 1.8 ถ้านำเข้าในช่วง 1 เมษายนถึง 31 ธันวาคม 2560
- การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) เสียอากรนำเข้าในโควตา ร้อยละ 0
- การนำเข้าทั่วไปเสียอากรนำเข้ากิโลกรัมละ 2.75 บาทและค่าธรรมเนียมพิเศษอีกตันละ 1,000 บาท โดยไม่มีการจำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า

2. กากถั่วเหลือง

ความต้องการกากถั่วเหลืองเพื่อใช้ในธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ในปี 2560 มีประมาณ 4,673,929.20⁴ ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 3.72 ซึ่งเกินกว่าปริมาณผลิตกากถั่วเหลืองภายในประเทศที่เป็นผลพลอยได้ของอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันถั่วเหลืองเป็นอันมาก ทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยแหล่งนำเข้าสำคัญคือ อาร์เจนตินา บราซิล สหรัฐอเมริกา และอินเดีย

⁴ สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย, <http://www.thaifeedmill.com/tabid/56/Default.aspx>

⁵ คู่มือการนำเข้าสินค้าเกษตรตามพันธกรณีความตกลงระหว่างประเทศ ปี 2558, กรมการค้าต่างประเทศ, <http://www.dft.go.th/th-th/ShareDocument1/ArticleId/4788/-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12>

⁶ ประกาศกระทรวงพาณิชย์, <http://www.dft.go.th/th-th/Detail-Law/ArticleId/2750/-2558-2560-1>



ในปี 2560 รัฐบาลกำหนดนโยบายนำเข้ากากถั่วเหลือง⁵ ไว้ดังนี้

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) กำหนดโควต้าให้ผู้มีสิทธินำเข้ากากถั่วเหลือง 9 สมาคมตามที่รัฐบาลกำหนด อาทิ สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทย และสมาคมส่งเสริมผู้ใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ เป็นต้นสามารถนำเข้ากากถั่วเหลืองจากประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลกได้โดยเสียอากรนำเข้าอัตราร้อยละ 2 แต่ถ้าเป็นผู้นำเข้าที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มที่ได้รับสิทธินี้และนอกโควต้า ก็จะต้องเสียอากรขาเข้าสูงถึงอัตราร้อยละ 119 อย่างไรก็ตามผู้ได้รับสิทธินำเข้าก็ต้องยอมรับเงื่อนไขด้วยว่าจะรับซื้อกากถั่วเหลืองที่ผลิตจากเมล็ดถั่วเหลืองภายในประเทศทั้งหมดของโรงงานสกัดน้ำมันพืชในราคาไม่ต่ำกว่าที่ทางการกำหนดโดยต้องทำสัญญาไว้กับกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อผูกมัดว่าจะปฏิบัติตามเงื่อนไขข้างต้น
- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) สามารถทำได้โดยเสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า โดยเสียอากรนำเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าจากประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ตามข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) และจากญี่ปุ่นตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กำหนดอากรนำเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) เสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 2.22
- การนำเข้าจากประเทศอื่นนอกเหนือจาก 4 กรณีข้างต้น ทำได้เสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า แต่ก็จะต้องเสียอากรขาเข้าสูงขึ้นเป็นอัตราร้อยละ 6 และยังคงเสียค่าธรรมเนียมพิเศษอีกตันละ 2,519 บาท ด้วย

3. ปลาปน

ในปี 2560 ความต้องการปลาปนเพื่อเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์มีประมาณ 769,909.40⁴ ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ประมาณร้อยละ 4.42 แต่เนื่องจากปริมาณผลิตในประเทศไม่เพียงพอจึงจำเป็นต้องนำเข้า โดยที่การนำเข้าปลาปนชนิดโปรตีน 60% ขึ้นไปนั้นไม่มีเงื่อนไขการจำกัดปริมาณนำเข้าหรือกำหนดว่าต้องนำเข้าเฉพาะในช่วงเวลาใด แต่การนำเข้าปลาปนโปรตีนต่ำกว่า 60% ต้องขออนุญาตนำเข้า อัตราภาษีขาเข้าจะแตกต่างกันตามแหล่งการนำเข้าดังนี้

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน และการนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีไทย-นิวซีแลนด์ และไทย-ออสเตรเลีย จะเสียอากรขาเข้าอัตราร้อยละ 0
- การนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน และอาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ เสียอากรขาเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) เสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 10
- การนำเข้าตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 1.67 ถ้านำเข้าในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2560 และเสียอากรนำเข้าร้อยละ 0 ถ้านำเข้าในช่วงเมษายน - ธันวาคม 2560
- การนำเข้าทั่วไปถ้าเป็นปลาปนชนิดโปรตีน 60% ขึ้นไปเสียอากรนำเข้าร้อยละ 15 ส่วนชนิดโปรตีนต่ำกว่า 60% เสียอากรนำเข้าร้อยละ 6

⁴ สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย, <http://www.thaifeedmill.com/tabid/56/Default.aspx>

⁵ คู่มือการนำเข้าสินค้าเกษตรตามพันธกรณีความตกลงระหว่างประเทศ ปี 2558, กรมการค้าต่างประเทศ,

<http://www.dft.go.th/th-th/ShareDocument1/ArticleId/4788/-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12>

แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2560 (แบบ 56-1)



แนวโน้มปี 2561

ภาวะการเมืองที่คาดว่าจะมีเสถียรภาพมากขึ้น และแนวโน้มที่เศรษฐกิจไทยจะเติบโตดีขึ้นพอสมควรในปี 2561 ประกอบกับการที่การส่งออกผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ขยายตัวได้ต่อเนื่อง ส่งผลให้ความต้องการอาหารสัตว์เติบโตได้ไม่น้อยกว่าในปี 2560 ทั้งนี้คาดว่าจะปริมาณความต้องการอาหารสัตว์ในปี 2561 จะมีทั้งสิ้นราว 20,080,934⁴ ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากความต้องการในปีก่อนหน้าร้อยละ 2.56 ปริมาณความต้องการรวมนี้อาจแยกเป็นความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่สำคัญได้ว่า มีความต้องการปลาป่นประมาณ 792,853.0⁴ ตัน กากถั่วเหลือง 4,789,010.7⁴ ตัน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 8,252,263.1⁴ ตัน และปลายข้าว 1,854,602.0⁴ ตัน

ธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อยังคงมีความต้องการอาหารสัตว์สูงเป็นอันดับ 1 โดย คาดว่าในปี 2561 จะมีความต้องการประมาณ 6,535,797⁴ ตัน คิดเป็นร้อยละ 32.55 ของปริมาณความต้องการอาหารสัตว์ทั้งหมด ส่วนความต้องการอาหารสัตว์รองลงไปนั้นเป็นในธุรกิจการเลี้ยงสุกรขุนและไก่ไข่ ซึ่งคาดว่าจะมีประมาณ 5,659,200⁴ ตัน และ 2,377,747⁴ ตัน คิดเป็นร้อยละ 28.18 และร้อยละ 11.84 ของปริมาณความต้องการอาหารสัตว์ทั้งหมดในปี 2561 ตามลำดับ

ความต้องการอาหารสัตว์ในระดับดังกล่าวนี้ ทำให้คาดได้ว่าจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กากถั่วเหลือง ปลาป่น และข้าวโพด จากต่างประเทศไม่น้อยกว่าในปี 2560 ที่ผ่านมา ซึ่งถ้าวิเคราะห์จากแนวโน้มการกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ของทางการแล้ว ก็คาดว่าจะมีมาตรการดังกล่าวนี้จะไม่แตกต่างไปจากปี 2560 มากนัก

อาจสรุปได้ว่า ความก้าวหน้าและศักยภาพที่จะเติบโตต่อไปของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ในปี 2561 นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลทั้งทางบวกและทางลบต่อธุรกิจอาหารสัตว์ดังต่อไปนี้

ปัจจัยทางบวก

- การเติบโตของการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ซึ่งมีส่วนความต้องการอาหารสัตว์สูงสุดจะช่วยให้อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์เติบโตต่อไปได้ดี
- ความคาดหมายว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวและเติบโตได้มากขึ้นในปี 2561 ทำให้ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ในประเทศยังคงขยายตัวได้ต่อเนื่องซึ่งเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์
- นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยธุรกิจการเลี้ยงสัตว์มากยิ่งขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์ได้ประโยชน์ตามไปด้วย
- แม้ว่าราคาน้ำมันมีแนวโน้มจะปรับสูงขึ้นบ้าง แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่ไม่ทำให้มีการขยายผลิตแก๊สโซฮอลและไบโอดีเซลมากขึ้นเหมือนในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา เป็นผลให้มีการนำพืชที่เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ไปผลิตพลังงานทดแทนเหล่านี้น้อยลง และไม่มีผลความขาดแคลนจนทำให้ราคาสูงขึ้นมาก

⁴ สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย, <http://www.thaifeedmill.com/tabid/56/Default.aspx>

ปัจจัยทางลบ

- ความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่ขยายตัวขึ้นในตลาดโลก ในขณะที่การผลิตขยายตัวได้ช้ากว่า และมีโอกาสที่จะได้รับผลกระทบจากภาวะดินฟ้าอากาศไม่เอื้ออำนวยอาจเป็นผลทำให้ราคาวัตถุดิบเหล่านี้เพิ่มสูงขึ้น จนเป็นอุปสรรคต่ออุตสาหกรรมอาหารสัตว์ได้
- ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น อาจมีผลทางลบต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ ซึ่งถ้าหากการส่งออกไก่เนื้อได้รับผลกระทบย่อมส่งผลถึงธุรกิจอาหารสัตว์อย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้
- แม้ว่าการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ จะเป็นไปอย่างเสรีมากขึ้นแล้วในปัจจุบัน แต่รัฐบาลก็ยังคงกำหนดมาตรการที่เป็นข้อจำกัดอยู่อีกไม่น้อย ทำให้ต้นทุนการผลิตอาหารสัตว์สูงกว่าที่ควรจะเป็น และส่งผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ต่าง ๆ จากประเทศไทยด้วย

ประมาณการความต้องการอาหารสัตว์ในประเทศไทย ปี 2559 – 2561 (หน่วย : ตัน)

ประชากรสัตว์	2559		2560		2561*	
	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)
ไก่เนื้อ	6,195,480	33.23	6,345,394	32.41	6,535,797	32.55
ไก่พ่อแม่พันธุ์	868,896	4.66	912,240	4.66	939,456	4.68
ไก่ไข่เล็กรุ่น	1,010,244	5.42	1,010,244	5.16	921,801	4.59
ไก่ไข่ให้ไข่	2,216,000	11.89	2,335,767	11.93	2,377,747	11.84
ไก่ไข่พ่อแม่พันธุ์	31,200	0.17	31,200	0.16	28,800	0.14
สุกรขุน	5,256,900	28.20	5,448,600	27.83	5,659,200	28.18
สุกรพันธุ์	957,900	5.14	995,100	5.08	993,240	4.94
เป็ดเนื้อ	264,600	1.42	264,600	1.35	310,800	1.55
เป็ดพันธุ์	22,995	0.12	22,995	0.12	23,360	0.12
เป็ดไข่	214,500	1.15	379,600	1.94	391,280	1.95
โคนม	620,865	3.33	850,275	4.34	875,453	4.36
กึ่ง	450,000	2.41	450,000	2.30	480,000	2.39
ปลา	533,120	2.86	533,120	2.72	544,000	2.71
รวม	18,642,700	100.00	19,579,135	100.00	20,080,934	100.00

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย

หมายเหตุ : * ค่าประมาณการ



ประมาณการความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์ เปรียบเทียบระหว่างปี 2559 – 2561 (หน่วย:ตัน)

วัตถุดิบ	2559	2560	2561*
ปลาป่น	737,304.30	769,909.40	792,853.00
กากถั่วเหลือง	4,506,161.90	4,673,929.20	4,789,010.70
ข้าวโพด	7,815,482.10	8,082,643.40	8,252,263.10
ปลายข้าว	1,671,192.80	1,792,312.80	1,854,602.00

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย

หมายเหตุ : * ค่าประมาณการ

สายธุรกิจไก่ป๋ายพันธุ์**(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์**กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

บริษัท GP จำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือ บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำการเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัท GP มีความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า รวมถึงการควบคุมต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าของบริษัท GP คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าทั่วไปที่ทำการเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัท GP จัดจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และบริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) และลูกค้าอิสระทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยตรง ไม่มีการขายผ่านตัวแทนผู้จัดจำหน่าย

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาวะการตลาดของธุรกิจนี้ มีการแข่งขันค่อนข้างมาก ซึ่งบริษัทคู่แข่งยังคงเป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มบริษัทที่เลี้ยงไก่เพื่อการส่งออกเป็นหลัก แต่เนื่องจากบริษัท GP ซึ่งอยู่ในกลุ่มบริษัทที่มีจุดแข็งในการประกอบธุรกิจแบบครบวงจร และมียอดขายลูกไก่ให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ 41 จึงทำให้สภาวะการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งไม่รุนแรงมากนัก



สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

บริษัท FKT จำหน่ายลูกไก่พันธุ์เนื้อให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด และบริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด ส่วนลูกไก่พันธุ์ไข่จำหน่ายให้กับบริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ โดยบริษัท FKT มีความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า รวมถึงการควบคุมต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าของบริษัท FKT คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ทั่วไป

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าผู้เลี้ยงไก่ไข่ทั่วไป

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัท FKT จำหน่ายให้กับลูกค้า คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด, บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) และ ผู้เลี้ยงไก่ไข่ทั่วไป

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาวะการตลาดของธุรกิจนี้ มีการแข่งขันค่อนข้างมาก ซึ่งบริษัทคู่แข่งยังคงเป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มบริษัทที่เลี้ยงไก่เพื่อการส่งออกเป็นหลัก แต่เนื่องจากบริษัท FKT ซึ่งอยู่ในกลุ่มบริษัทที่มีจุดแข็งในการประกอบธุรกิจแบบครบวงจร และมียอดจำหน่ายลูกไก่ทั้งหมดที่ผลิตได้ให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจึงทำให้ไม่เกิดสภาวะการแข่งขัน

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

บริษัท MKS จำหน่ายไก่เนื้อทั้งหมดให้กับบริษัทใหญ่ คือ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่ คือ บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นบริษัท MKS มีลูกค้าเพียง 2 ราย ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ดังนั้น สภาวะการแข่งขันจึงไม่เกิดขึ้น และกลยุทธ์ที่สำคัญคือ การที่บริษัท MKS มีความชำนาญและมีประสบการณ์มาหลายสิบปี ทำให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของสินค้า แต่อย่างไรก็ตาม บริษัท MKS ได้มีความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า รวมถึงการควบคุมต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าของบริษัท MKS คือบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่



กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท MKS คือ บริษัทใหญ่ และบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่ โดยที่ทั้ง 2 บริษัทรับซื้อไก่เนื้อทั้งหมด ของบริษัท MKS ที่ผลิตได้ เพื่อนำไปชำแหละและแปรรูปจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัท MKS จำหน่ายในประเทศเพียงแห่งเดียว โดยจำหน่ายให้กับบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

บริษัท MKS ไม่ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม เนื่องจากจำหน่ายไก่เนื้อทั้งหมดให้กับบริษัทใหญ่ และบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่ ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน

สายธุรกิจอาหารแปรรูป

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

นโยบายการตั้งราคาขายผลิตภัณฑ์ของบริษัท GFF ขึ้นอยู่กับปัจจัยของภาวะราคาเนื้อไก่ในประเทศ แต่เนื่องจากเนื้อไก่ที่ซื้อจากบริษัทใหญ่เพียงแห่งเดียว ทำให้บริษัทฯ สามารถประมาณการต้นทุน รวมทั้งสามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบได้ โดยมีการเน้นกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน โดยคำนึงถึงเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยอย่างเข้มงวด เน้นการพัฒนาสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งมีการพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในปัจจุบัน ตลอดจนการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทำให้บริษัทฯ สามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้

ลักษณะของลูกค้า แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าตลาดสด มีลักษณะเป็นพ่อค้าคนกลางที่จำหน่ายสินค้าในตลาดสด (กรุงเทพฯ) เน้นขายปลีกและขายส่ง ส่วนใหญ่จะมีหน้าร้านเป็นของตนเอง โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าทั่วไป เช่น สถาบันการศึกษา / เบเกอร์รี่ / พ่อค้า แม่ค้ารถเข็นประเภทปิ้งย่าง ฯลฯ

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าต่างจังหวัด มีลักษณะเป็นพ่อค้าคนกลาง หรือ ตัวแทนศูนย์ ลูกค้ากลุ่มนี้จะสั่งสินค้าจากบริษัทฯ ในปริมาณมากๆ โดยจะกระจายสินค้าไปยังต่างอำเภอหรือจังหวัดที่ใกล้เคียง ส่วนจะมีหน้าร้านหรือไม่ก็ได้ ลักษณะการขายคล้ายกับลูกค้าตลาดสดกรุงเทพ

กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร ลักษณะเป็นร้านค้าและร้านอาหารเพื่อให้บริการแวะกินและซื้อกลับบ้าน ลูกค้าหลักเป็นลูกค้าสัญจร

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มหลักทั้ง 3 กลุ่มจะเน้นไปที่ผู้บริโภคทุกประเภท เช่น กลุ่มนักเรียน / แม่บ้าน / คนทำงาน ฯลฯ



การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

นอกจากช่องทางการขายในกลุ่มที่ 1 (ตลาดสด) และกลุ่มที่ 2 (ต่างจังหวัด) และ 3 ทางบริษัท ฯ ยังตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า ที่เป็นของบริษัทจีเอฟ ฟู้ดส์ เอง โดยไม่ผ่านกลุ่มต่างๆ อีก 15 ศูนย์ แบ่งตามภูมิภาค / กรุงเทพฯ เช่น

ภาคเหนือ เชียงราย / ลำปาง / ตาก / พิษณุโลก / นครสวรรค์

ภาคใต้ สุราษฎร์ธานี / หาดใหญ่ / ภูเก็ต

ภาคอีสาน อุบลราชธานี / อุตรธานี / บุรีรัมย์

ภาคกลาง นครปฐม / เพชรบุรี

กรุงเทพฯ สาขาพระราม 2 / สาขาวัดสน - ประชาอุทิศ

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

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

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

สายธุรกิจชำแหละและแปรรูปเนื้อไก่

วัตถุดิบไก่เนื้อทั้งหมดซื้อมาจากบริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดยที่บริษัทฯ มีโรงงานชำแหละไก่เพียง 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ ในปี 2560 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตเท่ากับ 154,000 ตัน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมธุรกิจชำแหละไก่เนื้อ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากนัก แต่เนื่องจากการชำแหละไก่จะมีของเสียที่เหลือจากกระบวนการผลิต ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดทำบำบัดน้ำเสีย เพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัทฯ ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบช่วยเหลือสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

สายธุรกิจอาหารสัตว์

บริษัท KT ซื้อวัตถุดิบเพื่อผลิตอาหารสัตว์ เช่น ข้าวโพด กากถั่วเหลือง โปรตีนจากพืชอื่น และส่วนผสมอาหารสัตว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตในประเทศและราคาเป็นสำคัญ บริษัท KT ประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ เนื่องจากผลผลิตในประเทศมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ เช่น



ข้าวโพด และกากถั่วเหลือง เป็นต้น ทำให้ต้องพึ่งพิงการนำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดในการจัดหาวัตถุดิบ อาทิ มาตรการการกำหนดโควตา มาตรการด้านราคา และมาตรการด้านภาษี

ปัจจุบันบริษัท KT มีโรงงานผลิตอาหารสัตว์ทั้งหมด 4 โรงงาน ซึ่งผลิตอาหารสัตว์บก 1 โรงงาน และผลิตอาหารสัตว์น้ำ 2 โรงงาน โรงงานทั้ง 3 แห่ง ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน คือ ที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีกำลังการผลิตรวมในปี 2560 เท่ากับ 599,000 ตัน ส่วนโรงงานผลิตอาหารสัตว์บกอีก 1 โรงงาน ตั้งอยู่ที่ อ.บ้านโป่ง จ.ชลบุรี มีกำลังการผลิต 512,000 ตัน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจอาหารสัตว์ อาจก่อให้เกิดฝุ่นและกลิ่นที่เกิดจากการผลิต ซึ่งอาจจะสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อยู่อาศัยใกล้เคียงได้ บริษัท KT ได้ตระหนักในข้อนี้ จึงได้มีมาตรการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าวไปรอบบริเวณใกล้เคียง ในปีที่ผ่านมา บริษัท KT ไม่ประสบปัญหาการร้องเรียนจากบริเวณใกล้เคียง ในส่วนของน้ำที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ นอกจากนั้นบริษัท KT ได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสีย เพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัท KT ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัท KT มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัท KT ไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

สายธุรกิจไก่ป๋วยพันธุ์

บริษัท GP นำเข้าไก่ป๋วยพันธุ์จากต่างประเทศ เพื่อผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อ โดยจำหน่ายให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน โดยในปี 2560 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อเท่ากับ 2.59 ล้านตัว โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 1 ฟาร์ม ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ป๋วยพันธุ์ ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติทางเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พันธุ์ และสถานที่พักไข่สัตว์ปีก ธุรกิจนี้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด เพราะมีการใช้ระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ในการเลี้ยงสัตว์ มีการใช้แกลบรองพื้นโรงเรือนเลี้ยงสัตว์ ซึ่งเป็นผลดีต่อการเจริญเติบโตของสัตว์และยังช่วยในการกำจัดกลิ่นอีกด้วย มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่บางส่วนเพื่อให้เกิดความร่มรื่นในธรรมชาติ นอกจากนั้นบริษัท GP ได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสีย เพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัท GP ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัท GP มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัท GP ไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด



สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์

บริษัท FKT ซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื่องจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือ บริษัท จีพี บริติค จำกัด เพื่อนำมาผลิตลูกไก่พันธุ์เนื้อ ในส่วนลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ชิ้นนี้ซื้อมาจากต่างประเทศ เพื่อนำมาผลิตลูกไก่พันธุ์ไข่ โดยมีฟาร์มไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อจำนวน 7 ฟาร์ม และฟาร์มไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่ จำนวน 1 ฟาร์ม ซึ่งฟาร์มทั้งหมดตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี ในปี 2560 บริษัท FKT มีกำลังการผลิตในส่วนของการผลิตลูกไก่พันธุ์เนื้อเท่ากับ 113 ล้านตัว และมีกำลังการผลิตในส่วนลูกไก่พันธุ์ไข่ เท่ากับ 3 ล้านตัว

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พันธุ์ และสถานที่พักไข่สัตว์ปีก ธุรกิจนี้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด เพราะมีการใช้ระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ในการเลี้ยงสัตว์ มีการใช้แกลบรองพื้นโรงเรือนเลี้ยงสัตว์ ซึ่งเป็นผลดีต่อการเจริญเติบโตของสัตว์และยังช่วยในการกำจัดกลิ่นอีกด้วย มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่บางส่วนเพื่อให้เกิดความร่มรื่นในธรรมชาติ นอกจากนี้บริษัท FKT ได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสีย เพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัท FKT ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัท FKT มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัท FKT ไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ

บริษัท MKS ซื้อลูกไก่เนื้อ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือบริษัท ฟาร์มกรุงเทพ จำกัด ส่วนอาหารที่ใช้เลี้ยงไก่ ซื้อจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกันเช่นกัน คือบริษัท กรุงเทพอาหาร จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันบริษัท MKS มีฟาร์มเลี้ยงไก่ทั้งหมด 13 ฟาร์ม ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี โดยมีกำลังการผลิตในปี 2560 เท่ากับ 92 ล้านตัว

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ ธุรกิจนี้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด เพราะมีการใช้ระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ในการเลี้ยงสัตว์ อีกทั้งได้มีการใช้แกลบรองพื้นโรงเรือนเลี้ยงสัตว์ ซึ่งเป็นผลดีต่อการเจริญเติบโตของสัตว์และยังช่วยในการกำจัดกลิ่นอีกด้วย มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่บางส่วนเพื่อให้เกิดความร่มรื่นในธรรมชาติ นอกจากนี้บริษัท MKS ยังได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสียเพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัท MKS ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัท MKS มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติและอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัท MKS ไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด



สายธุรกิจอาหารแปรรูป

วัตถุดิบเนื้อไก่ ซื้อจากบริษัทใหญ่ คือ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) เพียงแห่งเดียว ดังนั้น จึงไม่ประสบปัญหาการจัดหาวัตถุดิบ โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปนี้ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ ในปี 2560 มีกำลังการผลิตเท่ากับ 11,000 ตัน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่เนื่องจากการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจะมีของเสียที่เหลือจากกระบวนการผลิต ซึ่งบริษัท GFF ได้จัดทำบำบัดน้ำเสีย เพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อน แล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัท GFF ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อช่วยเหลือสังคม โดยการสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นที่บริษัท GFF มีการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมการดูแลรักษาธรรมชาติ และอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัท GFF ไม่เคยได้รับการร้องเรียน และ/หรือการมีข้อพิพาท และ/หรือการถูกฟ้องร้องคดีความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -



3. ปัจจัยความเสี่ยง

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 ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อพิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ของบริษัทฯ ตลอดจนพิจารณาแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงเหล่านั้นเพื่อให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และได้กำหนดให้ทุกหน่วยงานในฐานะเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) มีหน้าที่ในการกำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงที่อยู่ในความรับผิดชอบของตน แต่อย่างไรก็ตาม หากปัจจัยความเสี่ยงเกิดขึ้นกับบริษัทฯ ย่อมส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานและ/หรือ ฐานะการเงิน ทำให้ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ และ/หรือ อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัทฯ และอาจมีความเสี่ยงอื่นๆ ซึ่งไม่อาจทราบได้ในขณะนี้ หรือเป็นความเสี่ยงที่พิจารณาในขณะนี้ว่าไม่มีผลกระทบในสาระสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยปัจจัยความเสี่ยงหลักที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ โดยตรงที่บริษัทฯ ทราบและพิจารณาว่าหากเกิดขึ้นอาจมีผลกระทบต่อบริษัทฯ ซึ่งมีความเสี่ยง 2 ส่วน ได้แก่ ความเสี่ยงจากปัจจัยภายในองค์กร และความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกองค์กร ทั้งนี้ ปัจจัยความเสี่ยงจากภายในองค์กรเป็นความเสี่ยงที่คณะกรรมการและฝ่ายจัดการของบริษัทฯ จะพยายามทำให้ลดน้อยลงหรือหมดไปให้ได้มากที่สุด ส่วนปัจจัยความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกองค์กร เป็นความเสี่ยงที่คณะกรรมการและฝ่ายจัดการของบริษัทฯ ต้องพยายามกำหนดนโยบายในการบริหารจัดการของบริษัทฯ ให้ลดผลกระทบในทางลบให้ได้มากที่สุด ดังจะได้กล่าวถึงในแต่ละปัจจัยความเสี่ยง ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยความเสี่ยงภายในองค์กร

1.1 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงิน

ธุรกิจอุตสาหกรรมนี้ เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง หากเกิดเหตุการณ์ที่เหนือความคาดหมายอย่างรุนแรง อาจทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินได้

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีนโยบายที่ถือปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เรื่องการรักษาสภาพคล่อง โดยมุ่งเน้นการลงทุนพัฒนาโครงการที่มีความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ 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 รวมถึงมีโครงการจัดฝึกอบรมสัมมนาทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถในสายงานต่าง ๆ ถือเป็นแนวคิดหลักที่จะทำให้พนักงานรู้ถึงคุณค่าของตนเอง และมุ่งมั่นที่จะนำองค์ความรู้มาพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน เป็นการปลูกจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (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 ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในระบบการผลิต เพื่อให้ระบบการผลิตได้มาตรฐานสากล พร้อมทั้งสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งระบบ ในกรณีที่เกิดข้อบกพร่องสิ่งผิดปกติในระหว่างการผลิต ดังนั้นจึงสามารถรับประกันคุณภาพ (Quality Assurance) ในการผลิตได้ทุกขั้นตอน อีกทั้งบริษัทฯ มีระบบควบคุมคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต การตรวจรับวัตถุดิบ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง ตลอดจนการจัดเก็บสินค้าก่อนถึงผู้บริโภค ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมทั้งมีการจัดการให้มีการตอบสนองต่อข้อร้องเรียน หรือการเรียกคืนสินค้า (Product Recall) ในกรณีที่จำเป็นอย่างรวดเร็ว เพื่อความ



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

1.5 ความเสี่ยงจากบริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่

วันที่ 29 ธันวาคม 2560 กลุ่มตระกูลศิริมงคลเกษม ถือหุ้นในบริษัทจำนวน 686,167,340 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 54.73 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ จึงทำให้กลุ่มตระกูลศิริมงคลเกษม สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ให้คำชี้แจงกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เกี่ยวกับเงื่อนไข หลักเกณฑ์ต่างๆ รวมถึงใช้ดุลพินิจอย่างระมัดระวัง เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ต่อบริษัทฯ การบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นธรรม โปร่งใสและยุติธรรมโดยผู้ที่มีอำนาจบริหารจัดการธุรกิจนั้นๆ มีความรับผิดชอบต่อนักลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทฯ 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 มีกระบวนการสืบสวน



สอบสวนที่โปร่งใส น่าเชื่อถือและมีความยุติธรรม มีการกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน และเข้มงวดต่อคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับที่กระทำการทุจริต คอร์รัปชัน โดยบริษัทฯ จะถือปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

1.7 ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ ซึ่งมีความสำคัญ เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ใช้ในด้านการปฏิบัติงาน และการเก็บรวบรวมข้อมูลของทุกหน่วยงานภายในองค์กร ซึ่งความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงานหากพบว่ามีปัญหาขัดข้องหรือข้อบกพร่องของระบบภายใน ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบคอมพิวเตอร์ (Programming Error) การสื่อสารขัดข้อง และความปลอดภัยของข้อมูล ตลอดจนการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากมีเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นสาเหตุและปัจจัยเสี่ยงที่ก่อให้เกิดความเสียหายในด้านการปฏิบัติการตามมา

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อระบบการบริหารความเสี่ยงด้าน IT โดยให้มีการรักษาความปลอดภัยอย่างรัดกุม และมีมาตรฐาน รวมถึงมีความพร้อมในการรับมือกับความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ จึงได้มีแผนสำรองฉุกเฉินระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Contingency Plan) และกระตุ้นให้พนักงานมีความรู้เรื่องภัยคุกคาม และมีความระมัดระวังการใช้งานอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว

2. ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกองค์กร

2.1 ความเสี่ยงจากการเกิดโรคระบาดในสัตว์

การเกิดโรคระบาดในสัตว์ย่อมส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการบริโภค ถึงแม้ว่าโรคระบาดต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสัตว์ส่วนใหญ่จะไม่สามารถติดต่อถึงคนได้ แต่ก็สร้างความตื่นตระหนกและความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการบริโภคเนื้อสัตว์ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยเฉพาะโรคไข้หวัดนกที่ระบาดในฟาร์มเลี้ยงไก่ ถึงแม้ว่าจะไม่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลผลิตของบริษัทฯ แต่ก็ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่จะหลีกเลี่ยงการบริโภคเนื้อไก่ได้ และหากโรคระบาดมีความรุนแรงอาจส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงการค้าขายการส่งออกกระหว่างประเทศที่ถูกจำกัดสิทธิ ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

การบริหารความเสี่ยง

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



ระบาดของโรคให้ทันสมัยตลอดเวลา รวมทั้งมีการประเมินหาปัจจัยเสี่ยงของการเกิดโรคระบาด ตลอดจนการจัดทำการเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning) เพื่อป้องกันการเกิดโรคระบาดไม่ให้เกิดการแพร่กระจาย

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

2.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์

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

การบริหารความเสี่ยง

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

2.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาสินค้าโภคภัณฑ์

ธุรกิจที่สร้างรายได้ให้แก่บริษัทฯ คือ ธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ โดยมีสินค้าหลัก ได้แก่ ลูกไก่มีชีวิตและผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ โดยราคาของสินค้าเหล่านี้ ถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของตลาดในแต่ละช่วงเวลา โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ประกอบด้วยกำลังซื้อ ความเชื่อมั่น รวมถึงความต้องการตามฤดูกาล ซึ่งหากปริมาณผลผลิต



มีมากขึ้นกว่าอุปสงค์ของสินค้า ย่อมส่งผลให้ราคาสินค้าปรับตัวลดลงต่ำกว่าราคาคาดการณ์ ซึ่งจะกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาลูกไก่มีชีวิตและผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ ด้วยการเพิ่มประเภทผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ให้มีความหลากหลาย และเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้าให้สอดคล้องตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามสำหรับราคาลูกไก่มีชีวิต เนื้อไก่ และชิ้นส่วนไก่ ก็อาจจะอยู่เหนือความคาดหมาย และการควบคุมของบริษัทฯ ได้

2.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

ในช่วงที่ผ่านมา ราคาน้ำมันในตลาดโลกมีความผันผวนอย่างมาก ซึ่งยากที่จะหลีกเลี่ยงผลกระทบจากภาวะความผันผวนของราคาน้ำมันในตลาดโลก จากความผันผวนดังกล่าว ส่งผลให้ต้นทุนการผลิต และต้นทุนการขนส่งเกิดความผันแปรก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

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

2.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค

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

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีหน่วยงานที่ศึกษาและติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศอยู่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ดังนั้น จึงมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลผู้บริโภคในเชิงลึก เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงวางแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความหลากหลายและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงวางแผนด้านการตลาด เพื่อเสนอเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค ซึ่งระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการ อีกทั้งสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

2.6 ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้าและการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้น เพราะมีผู้ประกอบการในตลาดมากมาย แต่ละรายก็เน้นที่จะเพิ่มยอดขายและทำกำไรให้สูงขึ้น ประกอบกับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มรูปแบบ ย่อมส่งผลให้มีความคล่องตัวในการเคลื่อนย้ายทรัพยากร เงินทุน แรงงาน รวมถึงการค้าขายระหว่างประเทศที่จะมีขนาดใหญ่ขึ้น ซึ่ง



ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจ มีการนำสินค้าจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าเข้ามาขายในประเทศ อีกทั้งการเคลื่อนย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศที่มีค่าแรงถูก อันจะกระทบต่อรายได้และการดำเนินการของบริษัท

การบริหารความเสี่ยง

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

2.7 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ มีรายการค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ทั้งที่เป็นการส่งออกและการนำเข้า ดังนั้นบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยในด้านการส่งออก หากเงินบาทแข็งค่าขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้ที่ลดลงเมื่อแปลงเป็นสกุลเงินบาท และในด้านการนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ หากเงินบาทอ่อนค่าลง ย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นเช่นกัน ประกอบกับบริษัทฯ ยังมีการนำเข้าเครื่องจักร วัสดุ และอุปกรณ์บางส่วนจากต่างประเทศ

การบริหารความเสี่ยง

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

2.8 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในขนาดของอัตราดอกเบี้ยในตลาด ซึ่งมีผลกระทบต่อการดำเนินงานและกระแสเงินของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงด้วยการมีหน่วยงานที่คอยติดตามการเคลื่อนไหวของทิศทางของอัตราดอกเบี้ยอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย ด้วยการใช้อัตราดอกเบี้ยคงที่ (Fixed Rate) เพื่อให้บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสมตามภาวะการตลาด ณ ขณะนั้น



2.9 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับ

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

การบริหารความเสี่ยง

เพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องในเรื่องของกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้มีข้อมูลและข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ อันจะได้นำมาศึกษาและพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับกฎระเบียบต่างๆ แต่อย่างไรก็ตาม การกีดกันทางการค้าเป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใด ซึ่งการบริหารความเสี่ยงเพื่อไม่ให้ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานอาจจะไม่สามารถดำเนินการได้อย่างครอบคลุม

2.10 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อันเนื่องมาจากปรากฏการณ์ภาวะโลกร้อนที่ผิดปกติในปัจจุบัน อันนำไปสู่ภัยพิบัติต่างๆ ทั้งในรูปแบบภัยแล้ง น้ำท่วม พายุ ฯลฯ เหล่านี้ หากเมื่อเกิดขึ้นแล้วล้วนแต่ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ต่อการดำเนินธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ถือเป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถจัดการควบคุมหรือประเมินรูปแบบ และระดับความรุนแรงได้อย่างแน่ชัด ดังนั้น การดำเนินการเตรียมการรับมือต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของโลกนี้ จึงเป็นการช่วยบรรเทา และลดระดับความรุนแรงจากผลกระทบที่บริษัทฯ ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้มีการจัดเตรียมแผนสำรองในการดำเนินธุรกิจยามฉุกเฉินในกรณีต่างๆ ตามแผนแม่บทการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดผู้ดำเนินการและผู้รับผิดชอบ พร้อมให้ดำเนินการติดตามข้อมูลและสถานการณ์สภาพภูมิอากาศตามฤดูกาลต่างๆ รายงานต่อคณะผู้บริหารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพิจารณาเตรียมการรับมือและการปรับปรุงพัฒนาแผนสำรองอย่างต่อเนื่อง



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลักที่กลุ่มบริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ 31 ธันวาคม 2560 มีดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน 1.1 ที่ดินสำหรับโรงงานผลิต - ข้าแหวะและแปรรูปเนื้อไก่ จำนวน 4 แปลง รวมเนื้อที่ 46-1-85.25 ไร่ จ.สมุทรปราการ - ผลิตอาหารสัตว์ จำนวน 24 แปลง รวมเนื้อที่ 295-3-174.10 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	149.04 100.55 43.23 137.72 62.63 60	ติดจำนอง 4 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 327 ล้านบาท ติดจำนอง 13 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 675 ล้านบาท ติดจำนอง 1 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 110 ล้านบาท ติดจำนอง 19 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 319 ล้านบาท ติดจำนอง 28 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 80 ล้านบาท ไม่มีภาระผูกพัน
2. โรงงาน 2.1 โรงงานสำหรับผลิต - ข้าแหวะไก่และผลิตสินค้าสำเร็จรูป 1 แห่ง จ.สมุทรปราการ - ผลิตอาหารสัตว์ 2 แห่ง จ.สมุทรปราการ และ จ.ชลบุรี - อาคารผลิตไก่ย่อยและได้กรอก 1 แห่ง 2.2 โรงงานฟาร์มเลี้ยงไก่และโรงฟักลูกไก่ - จำนวน 219 หลัง จ.ชลบุรี - จำนวน 93 หลัง จ.ชลบุรี - จำนวน 13 หลัง จ.ชลบุรี - จำนวน 13 หลัง จ.ชลบุรี	บริษัทเป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ บริษัทเป็นเจ้าของ ให้ บจก.จีเอฟฟูดส์ เช่า บริษัทย่อย บจก.เอ็ม.เค.เอส ฟาร์ม เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรุงเทพ เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดดิ้ง เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ	420.20 580.52 0 1,709.60 316.16 270.05 67.16	ติดจำนองพร้อมที่ดิน ติดจำนองพร้อมที่ดิน ไม่มีภาระผูกพัน และค่านวนค่าเสื่อม ราคาครบอายุแล้วจึงไม่มีมูลค่า เหลืออยู่ ไม่มีภาระผูกพัน ติดจำนองพร้อมที่ดิน ไม่มีภาระผูกพัน ไม่มีภาระผูกพัน



ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
3. เครื่องจักร 3.1 เครื่องจักรใช้ในการผลิต - ซ้ำหละและแปรรูปเนื้อไก่ จำนวน 69 ชุด - ผลิตอาหารสัตว์ 2 แห่ง จำนวน 5 ชุด - ผลิตไก่ยอและได้กรอก 3.2 เครื่องจักรใช้ในฟาร์มเลี้ยงไก่ - ประเภทอุปกรณ์ในการฟักลูกไก่ จำนวน 37 ชุด จ. ชลบุรี จำนวน 224 ชุด จ.ชลบุรี - ประเภทอุปกรณ์ในการเลี้ยงไก่ จำนวน 12 ชุด จ.ชลบุรี จำนวน 72 ชุด จ.ชลบุรี จำนวน 1 ชุด จ.ชลบุรี จำนวน 219 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทเป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.จีเอฟฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดดิ้ง เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรุงเทพ เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดดิ้ง เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรุงเทพ เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ บริษัทย่อย บจก.เอ็ม.เค.เอส ฟาร์ม เป็นเจ้าของ	364.90 153.73 2.13 14.87 36.63 6.53 2.74 0.00 369.01	ไม่มีภาระผูกพัน ติดจำนอง 4 ชุด มูลค่า 100 ล้านบาท ไม่มีภาระผูกพัน ไม่มีภาระผูกพัน ไม่มีภาระผูกพัน ไม่มีภาระผูกพัน ไม่มีภาระผูกพัน ไม่มีภาระผูกพัน และค่านวนค่าเสื่อม ราคาครบอายุแล้วจึงไม่มีมูลค่า เหลืออยู่ ไม่มีภาระผูกพัน

นอกจากทรัพย์สินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทข้างต้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาเช่าอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ ศูนย์จำหน่ายสินค้า และหน่วยงานจัดส่งสินค้า และเช่าที่ดินเพื่อใช้ทำฟาร์มเลี้ยงสัตว์และอาคารพักอาศัยของพนักงานจากผู้ให้เช่าที่เป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ลำดับ ที่	ประเภทการเช่า	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลาการเช่า		
			จำนวนปี	วันเริ่มสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา
1	อาคารสำนักงาน	บจก.ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์	3	1 สิงหาคม 2558	31 กรกฎาคม 2561
2	อาคารสำนักงาน	บจก.ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์	3	1 มิถุนายน 2559	31 พฤษภาคม 2562
3	อาคารสำนักงาน	บจก.เอ็ม.เค.เอส.คอนโดทาวน์	3	1 สิงหาคม 2558	31 กรกฎาคม 2561
4	อาคารสำนักงาน	บจก.เอ็ม.เค.เอส.คอนโดทาวน์	3	1 เมษายน 2558	31 มีนาคม 2561
5	ที่ดิน	บจก.ป.เจริญพันธ์โปรดิวส์	20	1 สิงหาคม 2550	31 กรกฎาคม 2570
6	ที่ดิน	บจก.ป.เจริญพันธ์ จี.พี.ฟาร์ม	20	1 ตุลาคม 2546	30 กันยายน 2566
7	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง	บจก.ป.เจริญพันธ์โปรดิวส์	3	1 สิงหาคม 2558	31 กรกฎาคม 2561



- หมายเหตุ :
1. สัญญาเช่าอาคารสำนักงาน และที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีระยะเวลาเช่า 3 ปี สามารถต่ออายุ สัญญาเช่าได้ภายใต้เงื่อนไขของแต่ละสัญญา
 2. สัญญาเช่าที่ดินเพื่อสร้างอาคารพักอาศัย และฟาร์มเลี้ยงไก่ที่มีระยะเวลาเช่า 20 ปี สามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้ภายใต้เงื่อนไขของแต่ละสัญญา 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 เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยเป็นผู้จำหน่ายไก่เนื้อให้กับบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

กลุ่มบริษัทมีคดีความที่ไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ แบ่งออกเป็นคดีความที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทฯ เช่น การฟ้องร้องลูกหนี้การค้าในคดีเช็ค และคดีความที่เกิดจากการถูกบุคคลภายนอกฟ้องละเมิดดังนี้

เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2558 บริษัทย่อยสองแห่งถูกบุคคลภายนอกฟ้องละเมิดและเรียกค่าเสียหายจากสัญญาประนีประนอมยอมความ ต่อมาเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2559 ศาลชั้นต้นพิพากษาให้มีคำสั่งให้เพิกถอนหมายบังคับคดี ฉบับลงวันที่ 21 ธันวาคม 2558 และต่อมาเมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2560 โจทก์ได้ยื่นอุทธรณ์ และศาลอุทธรณ์พิพากษาให้บริษัทย่อยดังกล่าวได้ชำระหนี้ให้แก่บุคคลภายนอกจำนวน 1.88 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.50 ต่อปี นับแต่วันที่ 28 พฤศจิกายน 2558 เป็นต้นไป

เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2560 บริษัทย่อยสองแห่งได้ยื่นฎีกาต่อศาลจนถึงวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2561 ซึ่งอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลยังไม่ทราบผลที่แน่นอน อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบค่าเสียหายเพียงผู้เดียวและเป็นผู้บันทึกประมาณการหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นจากคดีดังกล่าวไว้แล้วจำนวน 1.54 ล้านบาท (รวมดอกเบี้ย) โดยเป็นยอดหลังจากหักเงินที่จ่ายส่วนแรกในสัญญาประนีประนอมยอมความแล้ว



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: independentdirector@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	:	98.10%
ชื่อบริษัท	:	บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด
ประเภทธุรกิจ	:	ฟาร์มเลี้ยงไก่ป้อนพันธุ์ 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	:	160,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	160,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	1,600,000 หุ้น
ชนิดของหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	หุ้นสามัญ
สัดส่วนการถือหุ้น	:	99.99%

บริษัทร่วม

ชื่อบริษัท	:	บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	210 หมู่ 1 ถนนเทพารักษ์ ก.ม. 20.5 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570
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	:	93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	:	0-2009-9000
โทรสาร	:	0-2009-9991
Home Page	:	www.set.or.th/tsd
ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้	:	-ไม่มี-
ผู้สอบบัญชี	:	บริษัท สำนักงาน เอ เอ็ม ซี จำกัด
ที่ตั้ง	:	191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 19 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์	:	0-2231-3980-7
โทรสาร	:	0-2231-3988
Home Page	:	www.amc-mri.com