



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

นโยบายธุรกิจ

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจในการเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมการผลิตและแปรรูปสินค้าปศุสัตว์และเกษตรอย่างครบวงจร เน้นความปลอดภัยทางด้านอาหาร ตลอดจนความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ อีกทั้งความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม



1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ธุรกิจ

จีเอฟพีที เรามุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อไก่แปรรูปแบบครบวงจรเพื่อการส่งออก

พันธกิจและกลยุทธ์

พันธกิจ 7 ประการที่สร้างขึ้น จากรากฐานความใส่ใจ เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศด้านการผลิตอาหาร โดยมีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการดำเนินงานให้บรรลุภารกิจที่ตั้งไว้ ดังนี้

- คุณภาพอาหาร** : ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานสากล
กลยุทธ์ : คัดสรรวัตถุดิบชั้นเยี่ยมสู่โรงงานแปรรูป ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ความปลอดภัยอาหาร** : เชื่อมันด้วยระบบตรวจสอบย้อนกลับ
กลยุทธ์ : เติมเปี่ยมด้วยความเชื่อมั่น ด้วยระบบตรวจสอบย้อนกลับ ทุกผลิตภัณฑ์จึงปลอดภัยก่อนส่งถึงมือผู้บริโภค
- นวัตกรรมอาหาร** : พัฒนาลิขสิทธิ์ใหม่ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย
กลยุทธ์ : วิจัยและพัฒนาลิขสิทธิ์ใหม่อยู่เสมอ พร้อมนำเข้าเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง
- ความพึงพอใจสูงสุด** : ใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเพื่อความพึงพอใจสูงสุด
กลยุทธ์ : ใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ควบคุมการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพมาตรฐานสากล บนพื้นฐานของราคาที่เป็นธรรม
- สังคมและสิ่งแวดล้อม** : สร้างจิตสำนึกที่ดีและรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
กลยุทธ์ : ปลูกฝังจิตสำนึกที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รักษาคุณภาพและประโยชน์ทางเศรษฐกิจ อันนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน
- บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ** : ส่งเสริมศักยภาพบุคลากรสู่ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ
กลยุทธ์ : ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทุกหน่วยงานสู่ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ สร้างความมั่นคงระยะยาวด้วยการให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิต เพื่อยกระดับองค์กรสู่มาตรฐานสากล
- พันธมิตรธุรกิจที่ยั่งยืน** : สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพันธมิตรในระยะยาว
กลยุทธ์ : สร้างความสัมพันธ์ที่ดี ความเป็นธรรม บนรากฐานของความไว้วางใจ เน้นการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว



1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

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

- 2524 : จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในนาม “บริษัท เจเนอรัล ฟู้ดส์ โพลทรีรี่ (ไทย) จำกัด” โดยมีผู้ถือหุ้น 3 ฝ่ายคือ
1. บริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด (ประเทศไทย) ถือหุ้นในสัดส่วน 51.00%
 2. บริษัท เจเนอรัล ฟู้ดส์ โพลทรีรี่ จำกัด (ประเทศนิวซีแลนด์) ถือหุ้นในสัดส่วน 34.00%
 3. บริษัท ยูไนเต็ท เทรดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ประเทศลักเซมเบิร์ก) ถือหุ้นในสัดส่วน 15.00%
- 2528 : ผู้ถือหุ้น 2 ฝ่าย คือ บริษัท เจเนอรัล ฟู้ดส์ โพลทรีรี่ 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.เจริญพันธ์โพลทรีรี่ จำกัด” ในเดือนตุลาคม และเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท จีเอฟพีที จำกัด” ในเดือนธันวาคม
- 2533 : ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 150 ล้านบาท เป็น 420 ล้านบาท เพื่อลงทุนซื้อหุ้น 99.99% ในบริษัทย่อย 2 แห่ง เพื่อขยายกิจการให้ครบวงจรในอุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่ คือ
1. บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ เพื่อผลิตและจำหน่ายลูกไก่พันธุ์ไข่ และลูกไก่พันธุ์เนื้อ
 2. บริษัท เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม จำกัด ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ
- 2534 : ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท จีเอฟ ฟู้ดส์ จำกัด ดำเนินธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป
- : ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 420 ล้านบาท เป็น 1,000 ล้านบาท
- : ได้ลงทุน 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 ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง 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 : ได้ลงทุนเพิ่มใน บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 65.00% เป็น 96.50%
- 2546 : ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,000 ล้านบาท เป็น 1,400 ล้านบาท และเพิ่มทุนเรียกชำระแล้วจาก 626.91 ล้านบาท เป็น 1,253.82 ล้านบาท
- : ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ปุ๋ยาพันธุ์
- 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 : ได้ลงทุนเพิ่มใน บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) 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)
- : ได้ลงทุนเพิ่มใน บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 97.85% เป็น 97.86%
- 2556 : ได้ลงทุนเพิ่มใน บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 97.86% เป็น 97.87%
- 2557 : บริษัท กรุงไทยอาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน)
- : บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ขยายฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ ทำให้มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นประมาณ 15 ล้านตัวต่อปี
- : ได้ลงทุนเพิ่มใน บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 97.87% เป็น 98.03%
- 2558 : ได้ลงทุนเพิ่มใน บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 98.03% เป็น 98.06%
- 2559 : บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด ขยายฟาร์มเลี้ยงไก่ปุ๋ยาพันธุ์ ทำให้มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นประมาณ 8 แสนตัวต่อปี
- : ได้ลงทุนเพิ่มใน บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 98.06% เป็น 98.10%
- 2560 : ได้ทำการเพิ่มทุน บริษัท จีเอฟ ฟู้ดส์ จำกัด จากทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท เป็น 160 ล้านบาท
- : บริษัท จีเอฟ ฟู้ดส์ จำกัด ขยายกำลังการผลิตไส้กรอก และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ทำให้มีกำลังการผลิตรวมอยู่ที่ 37,800 ตัน/ปี
- : บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ขยายกำลังการผลิตโรงงานการผลิตอาหารแปรรูปปรุงสุกแห่งใหม่ด้วยกำลังการผลิต 30,000 ตัน/ปี
- 2561 : บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ขยายฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ ทำให้มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นประมาณ 11 ล้านตัวต่อปี



- : เริ่มก่อสร้างโรงงานแปรรูปเนื้อไก่และโรงงานอาหารแปรรูปปรุงสุกแห่งใหม่
- : ได้ลงทุนเพิ่มใน บริษัท กรุงเทพอาหาร จำกัด (มหาชน) ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 98.10% เป็น 98.26%
- 2562 : ได้ลงทุนเพิ่มใน บริษัท กรุงเทพอาหาร จำกัด (มหาชน) ทำให้มีสัดส่วนใหม่จาก 98.26% เป็น 98.28%

แผนการดำเนินงานในอนาคต

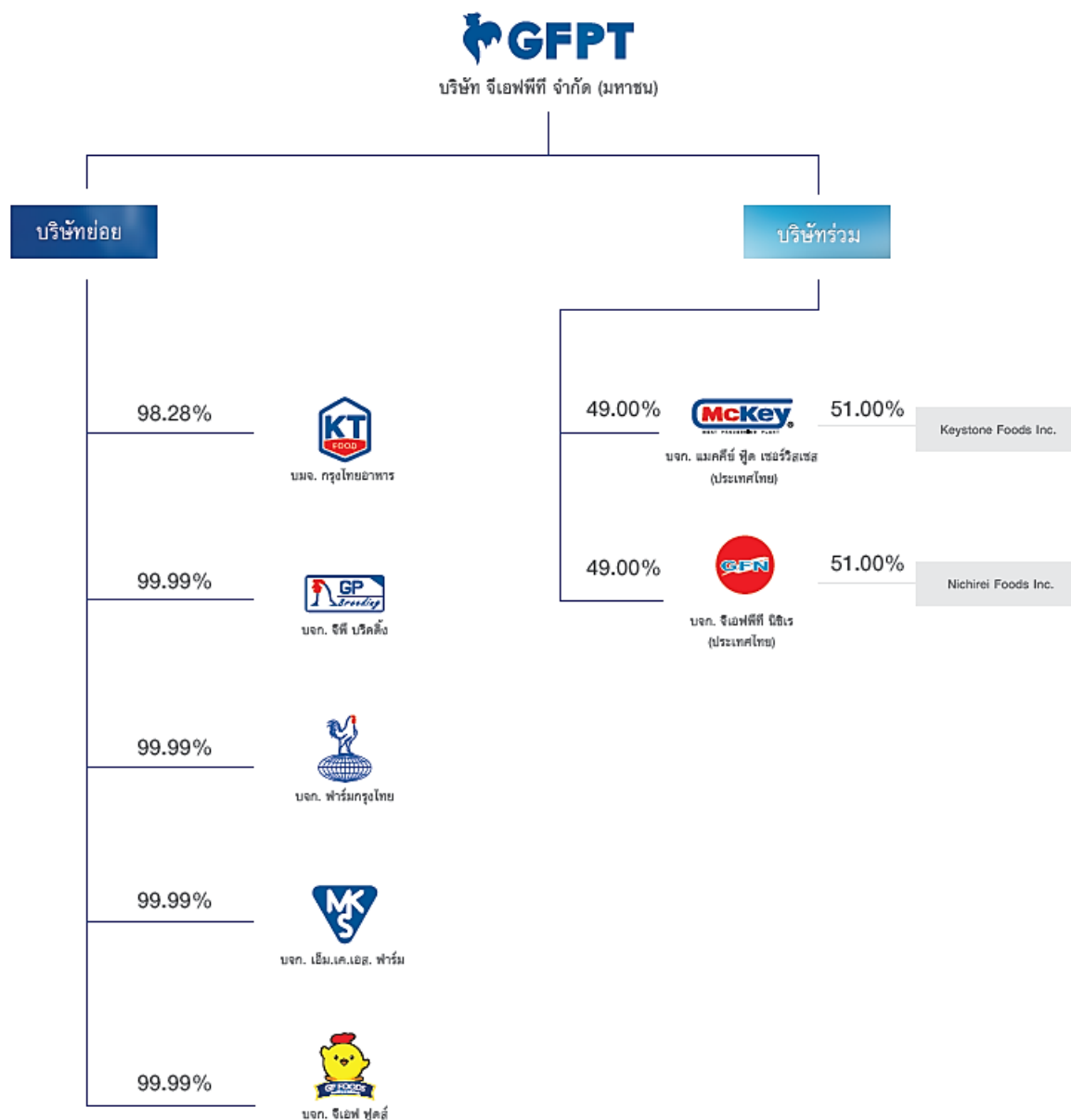
กลุ่มบริษัท GFPT มีแผนการขยายธุรกิจแบบ Organic Growth โดยเน้นการขยายกำลังการผลิตเนื้อไก่แปรรูปและการเลี้ยงไก่เนื้อทั้งวงจร โดยเป็นการขยายการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ โดยเริ่มตั้งแต่การขยายฟาร์มเลี้ยงไก่ปุ๋ยาพันธุ์ ฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ ฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ เพื่อเป็นรากฐานสำหรับการขยายธุรกิจในอนาคต

โดยในอีก 3-5 ปีข้างหน้า บริษัท GFPT มีโครงการก่อสร้างโรงงานแปรรูปอาหารแห่งใหม่ บนพื้นที่กว่า 700 ไร่ ที่ตำบลทุ่งขวาง จังหวัดชลบุรี แบ่งออกเป็นโรงงานแปรรูปเนื้อไก่ที่มีกำลังการเชือดไก่รวม 150,000 ตัวต่อวัน และโรงงานแปรรูปปรุงสุกที่มีกำลังการผลิตรวม 24,000 ตันต่อปี เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค และตลาดการส่งออกที่เพิ่มขึ้น

เพื่อเป็นไปตามนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ มุ่งเน้นกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี มีความปลอดภัยทางด้านอาหาร ได้ตามมาตรฐานสากล และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต รวมถึงมีระบบตรวจสอบย้อนกลับ มีการเลี้ยงไก่ที่เป็นไปตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ และมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด



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 2562 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตและแปรรูปเนื้อไก่สูงสุดที่ 122,000 ตันต่อปี และมีกำลังการผลิตไก่ปรุงสุกที่ 24,000 ตันต่อปี มีโรงงานเพียงแห่งเดียวที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ

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

การดำเนินธุรกิจของทั้งกลุ่มบริษัท จีเอฟพีที เป็นลักษณะต่อเนื่องครบวงจร โดยเริ่มต้นตั้งแต่ การลงทุน 98.28% 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 2562 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 บริติช จำกัด (“บริษัท GP”) โดยมีทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท บริษัท GP ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ป้อนพันธุ์ ผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เพื่อจำหน่ายให้กับบริษัท FKT และผู้เลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั่วไป ในปี 2562 บริษัท GP มีกำลังการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เท่ากับ 2.60 ล้านตัวต่อปี โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 1 ฟาร์มซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี

บริษัทฯ ได้ลงทุน 99.99% ในบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด (“บริษัท FKT”) โดยมีทุนจดทะเบียน 350 ล้านบาท บริษัท FKT ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ โดยซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์จากบริษัท GP เพื่อนำมาเลี้ยงและผลิตลูกไก่พันธุ์เนื้อ จำหน่ายให้กับบริษัท MKS ทั้งหมด ส่วนลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่ บริษัท FKT ได้นำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อมาเลี้ยงและผลิตลูกไก่พันธุ์ไข่ จำหน่ายให้กับ บริษัท KT และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ท่าฟาร์มเลี้ยงไก่พันธุ์ไข่ ในปี 2562 บริษัท FKT มีกำลังการผลิตสำหรับลูกไก่พันธุ์เนื้อเท่ากับ 124 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 ดำเนินธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ โดยรับซื้อลูกไก่เนื้อทั้งหมดจากบริษัท FKT นำมาเลี้ยงเองจนอายุครบ 41 ถึง 43 วัน แล้วจำหน่ายไก่เนื้อให้กับบริษัท GFPT และบริษัท GFN (บริษัทร่วมทุน) ในปี 2562 บริษัท MKS มีกำลังการผลิตไก่เนื้อรวมเท่ากับ 103 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 2562 บริษัท GFF มีกำลังการผลิตรวมเท่ากับ 37,800 ตันต่อปี โดยมีโรงงานอยู่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ

บริษัทฯ ได้ลงทุน 49.00% ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด (“บริษัท McKey”) โดยมีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท บริษัท McKey ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็งเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ และมีการจำหน่ายให้ร้านแมคโดนัลด์ทั้งภายในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยในปี 2562 บริษัทฯ 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 2562 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	2560 รายได้ (ล้านบาท)	%	2561 รายได้ (ล้านบาท)	%	2562 รายได้ (ล้านบาท)	%
ข้าแหวะไก่และแปรรูปเนื้อไก่	GFPT		7,554.13	44.62	7,545.44	45.33	7,872.79	46.69
อาหารสัตว์	KT	98.28	3,379.98	19.97	3,129.01	18.80	3,171.95	18.81
ฟาร์มเลี้ยงสัตว์และ จำหน่ายลูกไก่	FKT, GP, MKS	99.99	5,167.70	30.53	5,264.13	31.62	5,088.53	30.17
	KT	98.28						
ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป	GFF	99.99	826.66	4.88	708.44	4.25	730.47	4.33
รวม			16,928.47	100.00	16,647.02	100.00	16,863.74	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

สายธุรกิจข้าแหวะและแปรรูปเนื้อไก่

สายธุรกิจข้าแหวะและแปรรูปเนื้อไก่ดำเนินการโดยบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ คือ ชิ้นส่วนไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปปรุงสุก รวมถึงผลิตภัณฑ์พลอยได้จากการข้าแหวะไก่ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.51 และร้อยละ 47.49 ตามลำดับ

สภาวะการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) ตลาดภายในประเทศ

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

2) ตลาดต่างประเทศ

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

การพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่หรือน้อยราย

วัตถุดิบหลักสำคัญที่ใช้คือไก่เนื้อ บริษัทฯ ต้องพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่เพียงรายเดียว คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นผู้เลี้ยงไก่เนื้อ ในปี 2562 มียอดสั่งซื้อเป็นจำนวน 4,016 ล้านบาท บริษัทฯ คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายเดียว 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 รวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่อนุมัติ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 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 ถือว่าไม่ค่อนแรงมากนัก เนื่องจากร้อยละ 70 ขายให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ส่วนร้อยละ 30 ขายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์อิสระทั่วไป โดยบริษัท KT มีจุดแข็งที่สำคัญคือ เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจอาหารสัตว์มานานมากกว่า 36 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 2562 มียอดจำหน่ายอาหารไก่เป็นจำนวนเงิน 5,862 ล้านบาท บริษัท KT คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ถือหุ้น 99.99% และมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงสัตว์และจำหน่ายลูกไก่

ซึ่งสามารถแบ่งตามลักษณะการเลี้ยงได้ 3 ประเภท คือ

1. ธุรกิจไก่ป้อนพันธุ์

ธุรกิจไก่ป้อนพันธุ์ ดำเนินการโดยบริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด (“บริษัท GP”) โดยเริ่มจากการซื้อลูกไก่ป้อนพันธุ์เนื่องจากต่างประเทศและนำมาเลี้ยงโดยโรงเรือนระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ เพื่อผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์แล้วจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อให้กับ บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และผู้เลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั่วไปทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

สภาวะการตลาดของธุรกิจนี้มีการแข่งขันค่อนข้างต่ำ เนื่องจากมีผู้ประกอบการน้อยรายในประเทศ และบริษัทดังกล่าวยังเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ซึ่งทำธุรกิจครบวงจร ทำให้บริษัท GP ไม่เกิดสภาวะการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่ง

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท GP ต้องพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียงรายเดียว คือ บริษัท ฟาร์มกรุงไทย โดยมียอดจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อในปี 2562 เป็นจำนวน 121 ล้านบาท บริษัท GP คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัท GP และบริษัท FKT เป็นบริษัทย่อยและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนประเภท 1.5 กิจการขยายพันธุ์สัตว์หรือเลี้ยงสัตว์ ในกิจการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อ จำนวน 2 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
61-0732-1-00-1-0	22 มิถุนายน 2561	ลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ และลูกไก่เนื้อ	ยังไม่มีรายได้	-

2. ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ ดำเนินการโดยบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด (“บริษัท FKT”) โดยซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อจาก บริษัท จีพี บริดดิ้ง จำกัด และซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่จากต่างประเทศ และนำมาเลี้ยงโดยโรงเรือนระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติเพื่อผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อและลูกไก่พันธุ์ไข่ แล้วจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อทั้งหมดให้กับ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด และบริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด ส่วนลูกไก่พันธุ์ไข่จำหน่ายให้กับ บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำการฟาร์มเลี้ยงไก่พันธุ์ไข่

สถานะการตลาดของธุรกิจนี้มีการแข่งขันค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากบริษัท FKT เป็นบริษัทย่อยในกลุ่มบริษัท จีเอฟพีที ซึ่งทำธุรกิจครบวงจร ทำให้ไม่เกิดสถานะการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่ง

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท FKT ต้องพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 3 ราย คือ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท กรุงไทยอาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัท ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์ จำกัด โดยในปี 2562 มียอดจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อและลูกไก่พันธุ์ไข่เป็นจำนวน 1,378 ล้านบาท บริษัท FKT คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทย่อยและมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตลูกไก่ ประเภท 1.5 กิจการขยายพันธุ์สัตว์หรือเลี้ยงสัตว์ จำนวน 3 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนและได้สิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, 31 วรรค 3, 31 วรรค 4 และ 34 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ รวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่อนุมัติ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับ



กำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ ตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
1591(2)/2553	8 มิถุนายน 2553	ผลิตลูกไก่	22 สิงหาคม 2556	21 สิงหาคม 2564
1187(2)/2553	24 กุมภาพันธ์ 2553	ผลิตลูกไก่	20 สิงหาคม 2562	19 สิงหาคม 2570
62-0375-1-00-1-0	17 เมษายน 2562	ผลิตลูกไก่	ยังไม่มีรายได้	-

3. ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ ดำเนินการโดยบริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด (“บริษัท MKS”) ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท MKS คือ ไก่เนื้อ โดยมีวัตถุดิบหลักคือ ลูกไก่พันธุ์เนื้อ ซื้อจากบริษัท ฟาร์มกรุงเทพ จำกัด และอาหารไก่ ซื้อจากบริษัท กรุงเทพอาหาร จำกัด (มหาชน) ส่วนวัตถุดิบอื่น เช่น วัคซีน ฯลฯ ซื้อจากบริษัทในประเทศ และนำมาดำเนินการเลี้ยงในโรงเรือนด้วยระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ซึ่งเป็นระบบที่เลี้ยงสัตว์ในโรงเรือนปิด มีระบบการให้อาหารและน้ำอัตโนมัติ จนอายุครบ 41 ถึง 43 วัน แล้วจึงจำหน่ายให้กับบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และ บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่

สภาวะการตลาดของบริษัท MKS แทบจะไม่มีการแข่งขัน เนื่องจากลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท MKS คือ บริษัท GFPT และบริษัทร่วมทุนของบริษัทฯ

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท MKS พึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียง 2 รายคือ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด โดยในปี 2562 มียอดจำหน่ายไก่เนื้อเป็นจำนวน 4,016 ล้านบาท และ 4,620 ล้านบาท ตามลำดับ บริษัท MKS คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่น้อยราย เนื่องจากบริษัทแรกเป็นบริษัทใหญ่และมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน ส่วนบริษัทที่สอง เป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่

สิทธิประโยชน์

บริษัท เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุน ในกิจการเลี้ยงไก่เนื้อ ประเภท 1.5 กิจการขยายพันธุ์สัตว์ หรือเลี้ยงสัตว์จำนวน 16 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 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
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



บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
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	30 กรกฎาคม 2561	29 กรกฎาคม 2569
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 ไส้กรอกไก่ ไก่ทอด และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่นๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์จะอยู่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “จีเอฟฟูดส์” ตลาดที่สำคัญของธุรกิจนี้คือ ศูนย์จำหน่าย ตลาดสด และตลาดพ่อค้าคนกลาง

บริษัท GFF เผชิญกับสภาวะแข่งขันค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากมีผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเดียวกันจำนวนมาก ซึ่งบริษัท GFF มีคู่แข่งที่สำคัญ คือกลุ่มบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเป็นหลัก

การพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัท GFF ต้องพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายเพียงรายเดียวคือ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ในการซื้อวัตถุดิบหลัก คือ เนื้อไก่และชิ้นส่วนไก่เพื่อนำมาผลิตสินค้า โดยในปี 2562 มียอดการสั่งซื้อเป็นจำนวน 346 ล้านบาท บริษัท GFF คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่เพียงรายเดียว เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทใหญ่และมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน

สิทธิประโยชน์

บริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจำนวน 1 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับสิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามมาตรา 25, 26, 28, 31 วรรค 1, วรรค 3, วรรค 4, 34 และ 37 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ รวมทั้งการได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่อนุมัติ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนที่กำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการตามรายละเอียดดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	ลงวันที่	ประเภทกิจการที่ส่งเสริม	วันที่เริ่มมีรายได้	วันหมดอายุ
60-1254-0-00-1-2	9 พฤศจิกายน 2560	ผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหารโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	3 มกราคม 2561	2 มกราคม 2569



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

สายธุรกิจชำแหละและแปรรูปเนื้อไก่

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

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

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะผลิตสินค้ามูลค่าเพิ่มเป็นสำคัญ เนื่องจากต้นทุนการผลิตของไทยสูงกว่าคู่แข่งเล็กน้อย ถ้าผลิตสินค้าธรรมดาอาจไม่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้ ดังนั้น บริษัทฯ เน้นการผลิตไก่แปรรูปที่ต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือให้มากขึ้น ซึ่งประเทศอื่นที่เป็นคู่แข่งยังพัฒนาฝีมือได้ไม่ทัน หรือคู่แข่งในบางประเทศมีอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูงไม่สามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องของกระบวนการผลิตที่ต้องได้มาตรฐานสากล มีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ และควบคุมคุณภาพในการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ ปลอดภัยต่อการบริโภค มีหน่วยงานในการประสานงานและติดตามควบคุมการขนส่งและจัดเก็บสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อ ผู้บริโภคและลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังคงสามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ

ลักษณะของลูกค้า

- ลูกค้าในประเทศ สามารถแบ่งลักษณะของลูกค้าในประเทศได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทย่อยและบริษัทรวม ได้แก่ บริษัท จีเอฟ ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) รับซื้อชิ้นส่วนไก่ที่เกิดจากการตัดแต่งสินค้าต่างประเทศไปจำหน่าย และเพื่อนำไปผลิตไส้กรอก และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่น โดยมีสัดส่วนการซื้อร้อยละ 7.81 และบริษัทรวมที่ซื้อชิ้นส่วนไก่เพื่อนำไปผลิตสินค้าจำหน่ายให้กับลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด มีสัดส่วนการซื้อคิดเป็นร้อยละ 47.51 และบริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) มีสัดส่วนการซื้อคิดเป็นร้อยละ 1.02 และบริษัทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกันมีสัดส่วนการซื้อร้อยละ 0.88 ของยอดขายในประเทศ ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าแปรรูปเนื้อไก่เพื่อการส่งออก ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะรับซื้อชิ้นส่วนไก่ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 0.02 ของยอดขายภายในประเทศ แล้วนำไปแปรรูปเป็นอาหารสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูปเพื่อการส่งออก

กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าที่เป็นพ่อค้าคนกลางรายย่อย ซึ่งจะมารับสินค้าจากบริษัทฯ ทุกวันเพื่อนำไปขายต่อผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 42.76 ของยอดขายภายในประเทศ

- ลูกค้าต่างประเทศ บริษัทฯ ส่งออกเนื้อไก่ไปยังต่างประเทศ ตลาดต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป, สิงคโปร์, มาเลเซีย, จีน, คุเวต และเกาหลีใต้ เป็นต้น

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ คือ กลุ่มผู้บริโภคเนื้อสัตว์ทั้งในและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) มีการจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “GFPT” และเครื่องหมายการค้าของลูกค้า มีสัดส่วนแบ่งเป็นตลาดภายในประเทศร้อยละ 52.51 และตลาดต่างประเทศร้อยละ 47.49

ตลาดภายในประเทศ สินค้าส่วนใหญ่เป็นผลพลอยได้จากการชำแหละไก่ เช่น ไช้ไก่ เครื่องใน ไช้ไก่ หัวไก่ กระดูก เศษเนื้อ เศษหนัง โดยผู้ซื้อส่วนหนึ่งเป็นพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเข้ามารับสินค้าทุกวันเพื่อนำไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภคอีกต่อหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งเป็นสินค้าคุณภาพระดับส่งออก จำหน่ายให้กับบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้าแปรรูปจากเนื้อไก่ โดยส่งออกอีกต่อหนึ่ง นอกจากนี้บริษัทย่อยคือ บริษัท จีเอฟ ฟูดส์ จำกัด เป็นผู้รับซื้อเนื้อไก่เพื่อนำไปผลิตไส้กรอก ส่วนบริษัทรวมคือ บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด จะนำไปผลิตเป็นไก่ทอด เบอร์เกอร์ไก่ และ นักเก็ต เป็นต้น

ตลาดต่างประเทศ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) ติดต่อขายสินค้าโดยตรงกับลูกค้า ซึ่งผู้นำเข้ารายใหญ่คือ ประเทศญี่ปุ่นและกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันภายในประเทศ ผู้ประกอบการโรงชำแหละไก่ในประเทศโดยส่วนใหญ่ มักอยู่ในลักษณะที่ครบวงจร คือมีธุรกิจอาหารสัตว์ ผลิตลูกไก่ และฟาร์มเลี้ยงไก่เป็นของตนเอง

สำหรับการแข่งขันของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นภายในประเทศ จัดได้ว่าอยู่ในระดับแนวหน้ารายหนึ่ง และมีธุรกิจครบวงจร คือ โรงงานอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงไก่ โรงชำแหละ และแปรรูปเนื้อไก่ 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 2562****ภาวะการผลิต**

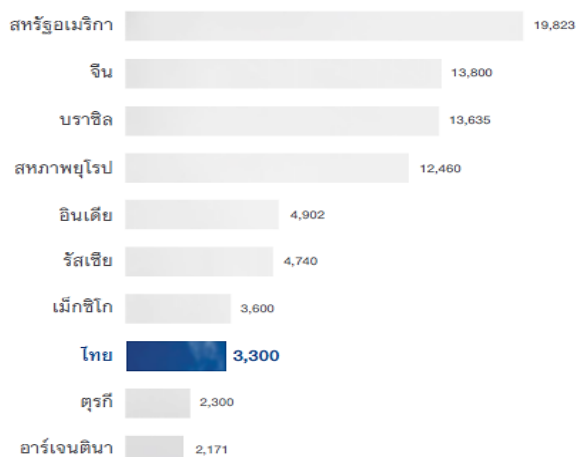
ในปี 2562 ประเทศผู้นำในการผลิตไก่เนื้อส่วนใหญ่สามารถขยายการผลิตเพิ่มขึ้น โดยเป็นผลเนื่องมาจากความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ที่เพิ่มขึ้นทดแทนเนื้อสัตว์ประเภทอื่น เนื่องจากเนื้อไก่เป็นอาหารโปรตีนที่มีราคาถูก และมีไขมันต่ำกว่า ประกอบกับความต้องการบริโภคเนื้อไก่ในประเทศจีนที่เพิ่มขึ้น เพื่อทดแทนเนื้อสุกรที่มีปัญหาโรคระบาดจนอุปทานลดลงเป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นความต้องการบริโภคที่ยังขยายตัวได้ดีในประเทศอินเดียและกลุ่มสหภาพยุโรปก็เป็นปัจจัยผลักดันให้กลุ่มประเทศเหล่านั้นเพิ่มการผลิตมากขึ้น และยังทำให้เกิดความต้องการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อจากต่างประเทศด้วย



ในปี 2562 ปริมาณผลผลิตไก่เนื้อรวมของโลกมีประมาณ 99.57¹ ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 4.19 โดยสหรัฐอเมริกายังคงเป็นประเทศผู้ผลิตไก่เนื้อรายใหญ่ที่สุดของโลก ตามมาด้วย จีน บราซิล และสหภาพยุโรป ตามลำดับ

ประเทศสหรัฐอเมริกาผลิตไก่เนื้อในปี 2562 ได้ประมาณ 19.82¹ ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 2.39 ในขณะที่จีนซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 2 มีปริมาณผลผลิตไก่เนื้อราว 13.80¹ ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 17.95 ส่วนบราซิลซึ่งเป็นผู้ผลิตอันดับรองลงมาผลิตไก่เนื้อได้ประมาณ 13.64¹ ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 2.10 ในขณะที่กลุ่มประเทศสหภาพยุโรปซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 4 นั้น ผลิตได้เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 1.63 คือ ผลิตได้ประมาณ 12.46¹ ล้านตัน

ปริมาณการผลิตไก่เนื้อของโลกในปี 2562



ปริมาณการผลิตไก่เนื้อของไทยในปี 2562 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2561 โดยคาดว่าปริมาณการเลี้ยงไก่เนื้อจะมีประมาณ 1,684.26² ล้านตัว คิดเป็นปริมาณผลผลิต 2.49² ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ราวร้อยละ 5.63 ปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นนี้ส่วนหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นทั้งจากตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการจากประเทศจีนที่เพิ่มสูงขึ้นมาก เพื่อบริโภคทดแทนเนื้อสุกรที่ประสบปัญหาโรคระบาดร้ายแรง ประกอบกับการที่ประเทศไทยปลอดจากการระบาดใช้วัตถุดิบทำให้ตลาดส่งออกขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง

ภาวะการตลาด

การส่งออก

การส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ของไทยในปี 2562 มีปริมาณรวมทั้งสิ้นประมาณ 954,010³ ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 6.93 และคิดเป็นมูลค่าการส่งออกรวมราว 111,540³ ล้านบาท อัตราการเพิ่มขึ้นนี้สูงขึ้นไม่มากเมื่อเทียบกับอัตราเพิ่มร้อยละ 11.33 ในปี 2561 เนื่องจากการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปลดลง ในขณะที่การส่งออกไปยังญี่ปุ่นลดลงเล็กน้อย โดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากการแข็งค่าของเงินบาทซึ่งทำให้ความได้เปรียบในการแข่งขันของเนื้อไก่จากประเทศไทยลดลงเมื่อเทียบกับคู่แข่งอย่างเช่น บราซิล นอกจากนี้ความไม่แน่นอนจากผลของการที่อังกฤษจะออกจากสหภาพยุโรป (BREXIT) ก็กระทบต่อการส่งออกไปยังตลาดสำคัญแห่งนั้นด้วย

¹ USDA Publications ; Livestock and Poultry: World Markets and Trade October 10, 2019

² รายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มปี 2563, สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ; <http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/trend2563-Final-Download.pdf>

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



ในด้านของตลาดส่งออกนั้น ญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ที่สำคัญที่สุด โดยในปี 2562 ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ไปยังญี่ปุ่นประมาณ 437,819³ ตัน ซึ่งลดลงเล็กน้อยประมาณร้อยละ 0.58 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ส่วนตลาดสหภาพยุโรปซึ่งเป็นตลาดอันดับ 2 ของไทยนั้น การส่งออกในปี 2562 มีปริมาณราว 320,466³ ตัน ซึ่งลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 2.26 ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการที่สหภาพยุโรปยังไม่ขยายโควตาการนำเข้าให้กับประเทศไทย และการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากประเทศยุโรปตะวันออก

นอกจากตลาดหลักทั้ง 2 แล้ว การส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ เช่น จีน เกาหลีใต้ ฮังการี มาเลเซีย และแคนาดา เป็นต้น มีปริมาณการส่งออกในปี 2562 ประมาณ 195,725³ ตัน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 57.94 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ เนื่องจากการยอมรับในมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยและความเชื่อมั่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยใช้วัตถุดิบ นอกจากนั้น การขยายตัวเพิ่มขึ้นของการส่งออกไปประเทศจีนซึ่งมีความต้องการบริโภคเนื้อไก่ทดแทนเนื้อสุกรที่อุปทานลดลงไปมากจากโรคระบาดก็มีส่วนสำคัญทำให้ตลาดส่งออกนอกเหนือจากญี่ปุ่นและสหภาพยุโรปเติบโตได้ค่อนข้างมาก

ตลาดในประเทศ

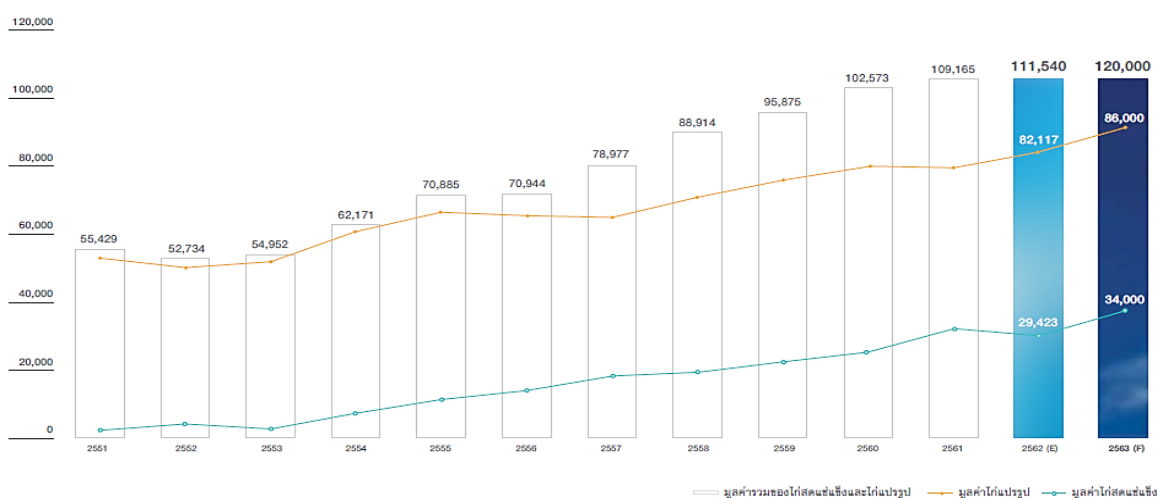
แม้ว่าอัตราเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2562 จะไม่สูงมากนัก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นจากผลของการที่ราคาสินค้าเกษตรซึ่งเป็นรายได้ของคนส่วนใหญ่ยังไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควร แต่ปริมาณความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ในประเทศก็ยังสามารถปรับสูงขึ้นได้ โดยในปี 2562 ประเทศไทยมีการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ในประเทศประมาณ 1.59² ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 4.75

ปริมาณความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ในประเทศที่ยังเพิ่มขึ้นนี้ ส่วนหนึ่งมีสาเหตุเนื่องมาจากการที่ราคาเนื้อไก่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชนิดอื่นๆ โดยเฉพาะเนื้อสุกร นอกจากนั้นความใส่ใจในสุขภาพของผู้บริโภคจำนวนมากทำให้มีแนวโน้มว่าจะเลือกสรรบริโภคอาหารประเภทเนื้อสัตว์ที่มีไขมันต่ำ เช่น เนื้อไก่ มากขึ้น ประกอบกับการเติบโตของธุรกิจฟาสต์ฟู้ดซึ่งส่วนหนึ่งต้องใช้ผลิตภัณฑ์เนื้อไก่เป็นวัตถุดิบ และการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวก็มีส่วนช่วยทำให้ปริมาณความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นในอัตราที่น่าพอใจ

เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออก (2551 – 2563F)

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ของไทยเปรียบเทียบกับเป็นเชิงกราฟ (มูลค่าส่งออก)

มูลค่า : ล้านบาท



ที่มา: สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทยและการพาณิชย์

หมายเหตุ: ปี 2562 เป็นค่าประมาณการ

ปี 2563 เป็นค่าพยากรณ์



แนวโน้มปี 2563

ภาวะการผลิต

ปริมาณการผลิตไก่เนื้อของไทยในปี 2563 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2562 โดยคาดว่าปริมาณการเลี้ยงไก่เนื้อจะมีประมาณ 1,801.80² ล้านตัว คิดเป็นปริมาณผลผลิต 2.70² ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ร้อยละ 6.98 เนื่องจากการคาดการณ์ว่าภาวะเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มจะเติบโตดีขึ้นเล็กน้อยจากปีก่อน การเติบโตทางเศรษฐกิจแม้จะไม่สูงมากนักก็เพียงพอจะทำให้การบริโภคทั้งภายในและต่างประเทศขยายตัวได้พอสมควร นอกจากนั้นศักยภาพการแข่งขันที่สูงของผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยในตลาดต่างประเทศก็ทำให้สามารถส่งออกได้ดีขึ้นด้วย อย่างไรก็ตาม มีอุปสรรคและความเสี่ยงหลายประการที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการผลิตและทำให้ผลผลิตลดลงต่ำกว่าที่คาดการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการแข่งขันและกีดกันทางการค้าในตลาดต่างประเทศ นอกจากนั้นการที่เศรษฐกิจภายในอาจไม่มีเสถียรภาพเพียงพอและการแข็งค่าของเงินบาทก็อาจก่อให้เกิดผลทางลบต่ออุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่เนื้อได้

ภาวะการตลาด

การคาดการณ์ว่าภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2563 จะสามารถขยายตัวได้ดีกว่าปี 2562 แม้ว่าจะไม่สูงนัก แต่น่าที่จะทำให้ตลาดของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ภายในประเทศสามารถเติบโตขึ้นได้พอสมควร ทั้งนี้ เพราะโดยปกติแล้วผลิตภัณฑ์เนื้อไก่จะเป็นทางเลือกหนึ่งที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการอาหารที่มีคุณค่าและราคาเหมาะสมกับค่าครองชีพ นอกจากนั้นการขยายตัวของการท่องเที่ยว ซึ่งได้มีการส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่องก็ทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์เนื้อไก่แปรรูปประเภทต่างๆ มากขึ้นด้วย ทั้งนี้ คาดว่าการบริโภคภายในประเทศในปี 2563 จะมีปริมาณราว 1.70² ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากจากปี 2562 ประมาณร้อยละ 8.34

ส่วนในด้านตลาดต่างประเทศของผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อในปี 2563 นั้น ยังมีโอกาสที่จะขยายตัวได้ต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะปริมาณส่งออกจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.72 จาก 954,010³ ตันในปี 2562 เป็นประมาณ 980,000³ ตัน ในปี 2563 ปัจจัยเกื้อหนุนให้การส่งออกยังคงมีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อไปก็คือ ภาวะเศรษฐกิจโลกที่คาดว่าจะมีเสถียรภาพมากขึ้น นอกจากนั้นการที่ผลิตภัณฑ์เนื้อไก่จากประเทศไทยได้รับความเชื่อถือในเรื่องความปลอดภัยด้านอาหารก็ช่วยทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกได้สดชื่นไปยังตลาดต่างๆ และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ตลาดผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ในปี 2563 จะขยายตัวได้จริงเพียงใดนั้น ขึ้นกับปัจจัยหลายประการที่อาจส่งผลกระทบต่อทางบวกและทางลบต่อการขยายตัวนี้ได้แก่

ปัจจัยทางบวก

- การที่ผู้เลี้ยงไก่ในจีนขยายการผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการจนต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์เนื้อไก่จากประเทศไทยเพิ่มขึ้นมากในปี 2562 นอกจากจะทำให้โอกาสการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ของไทยแฉ่งขึ้นแล้ว ยังทำให้หมดความกังวลเรื่องการแข่งขันจากจีนอีกด้วย
- ถ้าหากการออกจากสหภาพยุโรปของอังกฤษ (BREXIT) เป็นไปได้ด้วยดี จะช่วยให้การส่งออกไก่แปรรูปของไทยซึ่งถูกจำกัดโดยโควตาของสหภาพยุโรปสามารถส่งออกไปยังอังกฤษได้โดยไม่ถูกจำกัดด้วยโควตาของสหภาพยุโรป และยังทำให้ไทยสามารถส่งออกไปยังประเทศอื่นในสหภาพยุโรปภายใต้โควตาได้เพิ่มขึ้นด้วย
- นโยบายด้านการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ของรัฐบาลที่ค่อนข้างชัดเจนและไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ช่วยให้ผู้ทำธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อโดยเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่ครบวงจรสามารถคาดการณ์และวางแผนเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ



• ประสิทธิภาพในการจัดการกับปัญหาการระบาดของไข้หวัดนก และระบบการผลิตเพื่อส่งออกของไทย ที่มีมาตรฐานสูง ตลอดจนความสามารถของผู้ส่งออกไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อไก่ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศ นอกจากนี้จะทำให้ผลิตภัณฑ์เนื้อไก่จากประเทศไทยได้รับการยอมรับทั้งในตลาดญี่ปุ่น และสหภาพยุโรปซึ่งเป็นตลาดสำคัญและมีอำนาจซื้อสูงแล้ว ยังทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพที่จะขยายการส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ ได้ดีอีกด้วย

ปัจจัยทางลบ

- ค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นต่อเนื่องในปี 2563 และต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อไก่เพิ่มสูงขึ้นจากการปรับเพิ่มอัตราค่าจ้าง ทำให้ความได้เปรียบในการส่งออกลดลงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง
- การออกจากสหภาพยุโรปของอังกฤษ อาจส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจของสหภาพยุโรปซึ่งเป็นตลาดหลักของเนื้อไก่ของไทยได้ เพราะการเจรจาเพื่อให้สหภาพยุโรปเพิ่มโควตานำเข้าไก่ปปรุงสุกจากประเทศไทยยังไม่สามารถบรรลุข้อตกลงที่แน่นอนได้ ทำให้เป็นข้อจำกัดสำคัญต่อการขยายการส่งออกไปยังสหภาพยุโรป
- การแข่งขันจากประเทศที่มีศักยภาพการแข่งขันสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บราซิล เวียดนาม และโปแลนด์ เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่จากประเทศไทย
- การที่ยังคงตรวจพบการระบาดของไข้หวัดนกในประเทศต่างๆ เป็นครั้งคราว แม้จะยังไม่เกิดปัญหานี้ในประเทศไทยก็ตาม แต่ก็มีความเสี่ยงที่ทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องเฝ้าระวังอย่างเข้มงวด
- ภาวะโลกร้อนที่ทำให้มีโอกาสจะเกิดภัยแล้งขึ้นในภูมิภาคต่างๆ ของโลก โดยเฉพาะประเทศผู้ผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ อาจส่งผลให้ผลผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์ลดลง ทำให้ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์และต้นทุนอาหารสัตว์ต้องปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการเลี้ยงไก่เนื้อต้องเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ของไทยในตลาดต่างประเทศ เปรียบเทียบระหว่างปี 2561-2563

ตลาด	2561		2562 (E)		2563 (F)	
	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ญี่ปุ่น	440,366	49.36	437,819	45.89	440,000	44.90
สหภาพยุโรป	327,868	36.75	320,466	33.59	324,000	33.06
อื่นๆ	123,920	13.89	195,725	20.52	216,000	22.04
รวม	892,154	100.00	954,010	100.00	980,000	100.00

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทยและการพยากรณ์

หมายเหตุ: ปี 2562 เป็นค่าประมาณการ

ปี 2563 เป็นค่าพยากรณ์



ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ของไทย

ปริมาณ: ตัน

มูลค่า: ล้านบาท

ปี	ไก่สดแช่แข็ง		ไก่แปรรูป		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2547	26,137	1,725	191,739	22,408	217,876	24,133
2548	96	6	265,023	30,478	265,119	30,484
2549	2,662	97	294,295	35,742	296,957	35,839
2550	11,052	522	322,471	36,791	333,523	37,313
2551	14,367	862	387,127	54,567	401,494	55,429
2552	18,260	1,242	378,809	51,492	397,069	52,734
2553	17,054	1,147	418,005	53,805	435,059	54,952
2554	27,258	1,881	435,267	60,290	462,525	62,171
2555	89,411	6,491	462,951	64,394	552,362	70,885
2556	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	252,666	24,084	548,705	78,489	801,371	102,573
2561	325,312	30,768	566,842	78,397	892,154	109,165
2562 (E)	353,328	29,423	600,682	82,117	954,010	111,540
2563 (F)	360,000	34,000	620,000	86,000	980,000	120,000

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทย

หมายเหตุ: ปี 2562 เป็นค่าประมาณการ

ปี 2563 เป็นค่าพยากรณ์

ปริมาณการผลิตและการบริโภคเนื้อไก่ภายในประเทศไทย

ปี	ผลผลิต (ล้านตัว)	ผลผลิต (ตัน)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	บริโภค (ตัน)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2558	1,361.91	1,884,010	5.48	1,262,236	1.75
2559	1,460.67	1,990,162	5.63	1,300,053	3.00
2560	1,433.09	2,027,529	1.88	1,269,159	(2.38)
2561	1,594.47	2,356,121	16.21	1,516,693	19.50
2562*	1,684.26	2,488,795	5.63	1,588,795	4.75
2563**	1,801.80	2,696,468	8.34	1,696,468	6.78

ที่มา: รายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2563, สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

หมายเหตุ: ปี 2562* เป็นค่าประมาณการ

ปี 2563** เป็นค่าพยากรณ์



สายธุรกิจอาหารสัตว์

(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท KT นั้น บริษัท KT ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง เนื่องจากบริษัท KT มีประสบการณ์ด้านปศุสัตว์มายาวนานมากกว่า 36 ปี จึงได้มีการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตามที่ลูกค้าต้องการและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องของกระบวนการผลิตที่ต้องได้มาตรฐานสากลและใส่ใจในเรื่องคุณภาพ รวมถึงมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ เป็นเครื่องมือช่วยควบคุมคุณภาพในการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้สินค้าของบริษัท KT ปลอดภัยต่อการบริโภค มีหน่วยงานในการประสานงานและติดตามควบคุมการขนส่งและจัดเก็บสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อให้ผู้บริโภคและลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าของบริษัท KT นอกจากนี้ ด้วยลักษณะการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท เป็นธุรกิจแบบครบวงจร คือ มีโรงงานผลิตอาหารสัตว์ ฟาร์มปศุสัตว์พันธุ์ผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์ ฟาร์มผลิตลูกไก่เนื้อ ฟาร์มผลิตไก่เนื้อ และโรงฆ่าและไก่ และแปรรูปเนื้อไก่ จึงถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้บริษัท KT มีความโดดเด่น เพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่ผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

ลักษณะของลูกค้า สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าที่เป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน เนื่องจากมีผู้บริหารกลุ่มเดียวกัน ได้แก่ บริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด, บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด, บริษัท จีพี บริตติง จำกัด และ บริษัท ป.เจริญพันธ์ อาหารสัตว์ จำกัด ซึ่งรับซื้อเฉพาะอาหารไก่

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไป ทั้งสัตว์บกและสัตว์น้ำ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ร้อยละ 70 คือ กลุ่มบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และร้อยละ 30 คือ กลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัท KT จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท KT ส่วนช่องทางการจำหน่าย บริษัท KT จำหน่ายให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์โดยตรง และจำหน่ายให้กับบริษัทที่เป็นพ่อค้า คนกลางเพื่อนำไปจำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์อีกทอดหนึ่ง

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการผลิตอาหารสัตว์ในประเทศ มีผู้ประกอบการโดยรวมมากกว่า 60 รายซึ่งถือว่ามีความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง แต่ด้วยประสบการณ์อันยาวนานและคุณภาพของสินค้าเป็นที่ได้รับความเชื่อถือจากลูกค้า จึงถือได้ว่าบริษัท KT มีศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูง จัดเป็นผู้นำระดับแนวหน้ารายหนึ่งในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ อีกทั้ง เมื่อพิจารณาจากรายได้จากการขายของบริษัท KT แล้ว บริษัท KT มีการขายสินค้าให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันประมาณ 70% จึงถือว่าสภาวะการแข่งขันสำหรับ บริษัท KT มีการแข่งขันที่ไม่รุนแรงมากนัก



(ค) **ภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**
สถานการณ์ในปี 2562

ภาพรวม

การส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ที่เติบโตได้ดีพอสมควรในปี 2562 ประกอบกับการที่ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญหลายประเภททรงตัวอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก เป็นผลให้ธุรกิจอาหารสัตว์ขยายตัวได้ดีพอสมควร อย่างไรก็ตาม อุปสรรคสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจอาหารสัตว์ในปีนี้คือการที่อัตราเติบโตทางเศรษฐกิจภายในประเทศยังค่อนข้างต่ำ ซึ่งทำให้อำนาจซื้อของประชาชนต่ำตามไปด้วย และการที่เศรษฐกิจของประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญเช่นสหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ยังขยายตัวได้ไม่มากนัก จึงเป็นผลให้ธุรกิจการเลี้ยงสัตว์และอุตสาหกรรมอาหารสัตว์โดยรวมยังเติบโตได้ไม่มากเท่าที่ควร

ในปี 2562 ความต้องการอาหารสัตว์ในประเทศไทย มีปริมาณรวมทั้งสิ้นประมาณ 20,432,941⁴ ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณร้อยละ 2.55 โดยธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ที่มีความต้องการอาหารสัตว์สูงสุดก็คือการเลี้ยงไก่เนื้อ ซึ่งมีความต้องการอาหารสัตว์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.40 ของความต้องการรวม รองลงไปคือธุรกิจการเลี้ยงสุกรขุนและไก่ไข่ ซึ่งมีความต้องการอาหารสัตว์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.15 และร้อยละ 11.11 ของความต้องการอาหารสัตว์ทั้งสิ้นในปี 2562 ตามลำดับ เนื่องจากธุรกิจทั้ง 3 นี้มีความต้องการรวมกันคิดเป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 70 ของความต้องการอาหารสัตว์ทั้งหมด การเติบโตของธุรกิจเหล่านี้จึงเป็นแรงผลักดันสำคัญที่นำไปสู่ความก้าวหน้าของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ด้วย แต่ในทางกลับกันถ้าธุรกิจเหล่านี้ประสบปัญหา ก็จะทำให้ธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ต้องเผชิญกับปัญหาเช่นกัน โดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

ความต้องการอาหารสัตว์ของธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อในปี 2562 มีประมาณ 7,234,013⁴ ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 10.68 ในขณะที่ธุรกิจที่มีความต้องการอาหารสัตว์มากเป็นอันดับสองและสามคือ การเลี้ยงสุกรขุนและการเลี้ยงไก่ไข่ มีความต้องการอาหารสัตว์ประมาณ 5,548,500⁴ ตันและ 2,270,594⁴ ตัน ลดลงจากปี 2561 ร้อยละ 1.96 และร้อยละ 4.51 ตามลำดับ

ความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ

การขยายตัวของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ตามแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ ทำให้เกิดความ ต้องการวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตอาหารสัตว์เพิ่มขึ้นตามมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เป็น ส่วนประกอบหลักของอาหารสัตว์ส่วนใหญ่ ซึ่งได้แก่ ข้าวโพด กากถั่วเหลืองและปลาป่น วัตถุดิบเหล่านี้แม้ว่าจะสามารถ ผลิตได้ภายในประเทศแต่เนื่องจากความต้องการที่มีเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับศักยภาพการผลิตที่ค่อนข้างต่ำในการผลิต วัตถุดิบบางประเภท เช่น ถั่วเหลืองซึ่งนำมาทำเป็นกากถั่วเหลือง และปลาป่นซึ่งวัตถุดิบในประเทศส่วนใหญ่มีโปรตีนต่ำ กว่าที่ต้องการเพื่อใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ ทำให้การผลิตไม่สามารถขยายตัวสนองต่อความต้องการได้เพียงพอ และ จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี อย่างไรก็ตาม นโยบายของรัฐบาลซึ่งผ่อนปรนในการนำเข้า และมีความแน่นอนไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยๆ ก็ช่วยให้ผู้ผลิตอาหารสัตว์วางแผนการผลิตและการนำเข้าวัตถุดิบได้อย่าง เหมาะสม ซึ่งช่วยป้องกันปัญหาผลกระทบจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ได้ในระดับหนึ่ง

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



1. ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

ความต้องการข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพื่อใช้ในธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ของประเทศไทยในปี 2562 มีปริมาณทั้งสิ้นประมาณ 8,514,090.70⁴ ตัน สูงขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.29 ความต้องการในระดับนี้สูงกว่าปริมาณผลิตภายในประเทศซึ่งเฉลี่ยปีละ 4.5- 5.0 ล้านตันทำให้จำเป็นต้องมีการนำเข้ากว่าแสนตันในปี 2562

เพื่อคุ้มครองเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด การนำเข้าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากต่างประเทศต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่รัฐบาลกำหนด⁵ คือ

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิก WTO ถ้านำเข้าในโควตาต้องนำเข้าโดยองค์การคลังสินค้าเท่านั้นโดยมีปริมาณโควตา 54,700 ตัน และเสียอากรนำเข้าร้อยละ 20 แต่ถ้านำเข้านอกโควตาจะเสียอากรนำเข้าร้อยละ 73 บวกค่าธรรมเนียมพิเศษอีกตันละ 180 บาท
- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0 โดยต้องนำเข้าระหว่าง 1 กุมภาพันธ์ถึง 31 สิงหาคม ของแต่ละปี
- การนำเข้าภายใต้โครงการลงทุนเกษตรแบบมีสัญญา (contract farming) กับประเทศเพื่อนบ้าน ภายใต้ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (ACMECS) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0 โดยกำหนดเวลานำเข้าระหว่าง 1 กุมภาพันธ์ถึง 31 สิงหาคม ของแต่ละปี
- การนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรี ไทย-นิวซีแลนด์ (TNZCEP) และการนำเข้าจากญี่ปุ่นตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กำหนดอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 0 โดยที่กรณีนำเข้าจากญี่ปุ่นนั้นถ้าเป็นการนำเข้านอกโควตาจะต้องเสียอากรนำเข้าร้อยละ 73
- การนำเข้าตามความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) ปริมาณโควตา 10,830.23 ตัน เสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 1.33 และให้องค์การคลังสินค้าเท่านั้นเป็นผู้นำเข้า ส่วนการนำเข้านอกโควตาทำได้เสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า แต่ต้องเสียอากรนำเข้าในอัตราร้อยละ 65.70
- การนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ญี่ปุ่น (AJCEP) เสียอากรในโควตาร้อยละ 0 และต้องเสียอากรนำเข้าในอัตราร้อยละ 73 ในกรณีนำเข้านอกโควตา
- การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) เสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 0 ส่วนการนำเข้านอกโควตาต้องเสียอากรนำเข้าในอัตราร้อยละ 73
- การนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีไทย-ชิลี (TCFTA) เสียอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 0 ส่วนการนำเข้านอกโควตาต้องเสียอากรนำเข้าในอัตราร้อยละ 73
- การนำเข้าทั่วไปเสียอากรนำเข้ากิโลกรัมละ 2.75 บาทและค่าธรรมเนียมพิเศษอีกตันละ 1,000 บาท โดยไม่มีการจำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า

2. กากถั่วเหลือง

ความต้องการกากถั่วเหลืองเพื่อใช้ในธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ในปี 2562 มีประมาณ 4,893,086.80⁴ ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 2.79 ซึ่งเกินกว่าปริมาณผลิตกากถั่วเหลืองภายในประเทศที่เป็นผลพลอย

⁵ คู่มือการนำเข้าสินค้าเกษตรตามพันธกรณีความตกลงระหว่างประเทศ ปี 2561, กรมการค้าต่างประเทศ,

<http://www.dft.go.th/th-th/ShareDocument1/ArticleId/9361/9361>



ได้ของอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันถั่วเหลืองเป็นอันมาก ทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยแหล่งนำเข้าสำคัญคือ บราซิล อาร์เจนตินา และสหรัฐอเมริกา

ในปี 2562 รัฐบาลกำหนดนโยบายนำเข้ากากถั่วเหลือง⁵ไว้ดังนี้

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) กำหนดโควตาให้ผู้มีสิทธินำเข้ากากถั่วเหลือง 11 สมาคมตามที่รัฐบาลกำหนด อาทิ สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทย และสมาคมส่งเสริมผู้ใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ เป็นต้นสามารถนำเข้ากากถั่วเหลืองจากประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลกได้โดยเสียอากรนำเข้าอัตราร้อยละ 2 แต่ถ้าเป็นผู้นำเข้าที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มที่ได้รับสิทธินี้และนอกโควตา ก็จะต้องเสียอากรนำเข้าสูงถึงอัตราร้อยละ 119 อย่างไรก็ตามผู้ได้รับสิทธินำเข้าก็ต้องยอมรับเงื่อนไขด้วยว่าจะรับซื้อกากถั่วเหลืองที่ผลิตจากเมล็ดถั่วเหลืองภายในประเทศทั้งหมดของโรงงานสกัดน้ำมันพืชในราคาไม่ต่ำกว่าที่ทางการกำหนดโดยต้องทำสัญญาไว้กับกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เพื่อผู้กมัดว่าจะปฏิบัติตามเงื่อนไขข้างต้น
- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) สามารถทำได้โดยเสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า โดยเสียอากรนำเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) และข้อตกลงการค้าเสรีไทย-นิวซีแลนด์ (TNZCEP) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) และการนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีไทย-ชิลี (TCFTA) กำหนดอากรนำเข้าในโควตาร้อยละ 0 โดยถ้านำเข้านอกโควตาจะต้องเสียอากรนำเข้าร้อยละ 119
- การนำเข้าจากประเทศอื่นนอกเหนือจาก 4 กรณีข้างต้น ทำได้เสรีไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า แต่ก็จะต้องเสียอากรนำเข้าสูงขึ้นเป็นอัตราร้อยละ 6 และยังต้องเสียค่าธรรมเนียมพิเศษอีกตันละ 2,519 บาทด้วย

3. ปลาปน

ในปี 2562 ความต้องการปลาปนเพื่อเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์มีประมาณ 788,838.30⁴ ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณร้อยละ 1.45 แต่เนื่องจากปริมาณผลิตในประเทศไม่เพียงพอจึงจำเป็นต้องนำเข้า โดยที่การนำเข้าปลาปนชนิดโปรตีน 60% ขึ้นไปนั้นไม่มีเงื่อนไขการจำกัดปริมาณนำเข้าหรือกำหนดว่าต้องนำเข้าเฉพาะในช่วงเวลาใด แต่การนำเข้าปลาปนโปรตีนต่ำกว่า 60% ต้องขออนุญาตนำเข้า โดยอัตราภาษีนำเข้าจะแตกต่างกันแหล่งการนำเข้าดังนี้

- การนำเข้าจากประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) การนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) และข้อตกลงการค้าเสรีไทย-นิวซีแลนด์ (TNZCEP) จะเสียอากรนำเข้าอัตราร้อยละ 0
- การนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน และอาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 5
- การนำเข้าตามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 0
- การนำเข้าตามข้อตกลงการค้าเสรีไทย-ชิลี (TCFTA) เสียอากรนำเข้าร้อยละ 2.5
- การนำเข้าทั่วไปถ้าเป็นปลาปนชนิดโปรตีน 60% ขึ้นไปเสียอากรนำเข้าร้อยละ 15 ส่วนชนิดโปรตีนต่ำกว่า 60% เสียอากรนำเข้าร้อยละ 6



แนวโน้มปี 2563

การคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยเติบโตดีขึ้นพอสมควรในปี 2563 แม้จะไม่มากนัก น่าจะทำให้อุปสงค์ต่อผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์เพิ่มขึ้นพอสมควร เมื่อประกอบกับการที่การส่งออกผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ขยายตัวได้ต่อเนื่อง ก็ทำให้คาดการณ์ได้ว่าความต้องการอาหารสัตว์น่าจะเติบโตได้ใกล้เคียงกับปี 2562

คาดการณ์ได้ว่าปริมาณความต้องการอาหารสัตว์ในปี 2563 จะมีทั้งสิ้นราว 20,340,022⁴ ตัน ซึ่งลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.45 จากความต้องการในปีก่อนหน้า ปริมาณความต้องการรวมนี้อาจแยกเป็นความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่สำคัญได้ว่า มีความต้องการปลาป่นประมาณ 793,531.90⁴ ตัน กากถั่วเหลือง 4,881,524.20⁴ ตัน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 8,517,295.40⁴ ตัน และปลายข้าว 1,749,797.30⁴ ตัน

ธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อยังคงมีความต้องการอาหารสัตว์สูงเป็นอันดับ 1 โดย คาดว่าในปี 2563 จะมีความต้องการประมาณ 7,306,353⁴ ตัน คิดเป็นร้อยละ 35.92 ของปริมาณความต้องการอาหารสัตว์ทั้งหมด ส่วนความต้องการอาหารสัตว์รองลงไปนั้นเป็นในธุรกิจการเลี้ยงสุกรขุนและไก่ไข่ ซึ่งคาดว่าจะมีประมาณ 5,300,100⁴ ตัน และ 2,270,615⁴ ตัน คิดเป็นร้อยละ 26.06 และร้อยละ 11.16 ของปริมาณความต้องการอาหารสัตว์ทั้งหมดในปี 2563 ตามลำดับ

ความต้องการอาหารสัตว์ในระดับดังกล่าวนี้ ทำให้คาดได้ว่าจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กากถั่วเหลือง ปลาป่น และข้าวโพด จากต่างประเทศไม่น้อยกว่าในปี 2562 ที่ผ่านมา ซึ่งถ้าวิเคราะห์จากแนวโน้มการกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ของภาครัฐแล้ว ก็คาดการณ์ได้ว่ามาตรการดังกล่าวนี้จะไม่แตกต่างไปจากปี 2562 มากนัก

อาจสรุปได้ว่า ความก้าวหน้าและศักยภาพที่จะเติบโตต่อไปของธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ในปี 2563 นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลทั้งทางบวกและทางลบต่อธุรกิจอาหารสัตว์ดังต่อไปนี้

ปัจจัยทางบวก

- การที่ความต้องการผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์สำคัญ คือ ไก่เนื้อยังคงขยายตัวได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออก ประกอบกับประสิทธิภาพในการจัดการกับปัญหาการระบาดของไข้หวัดนก ช่วยให้โอกาสขยายตลาดส่งออกสดใสขึ้น โดยเฉพาะตลาดในกลุ่มสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น จีนและกลุ่มประเทศอาเซียนซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ การเติบโตของการส่งออกนี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์เติบโตได้ต่อเนื่อง
- การเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า เป็นเหตุให้ไม่มีการขยายผลิตแก๊สโซฮอล์และไบโอดีเซลมากขึ้นเหมือนในช่วง 7-8 ปีที่ผ่านมา และทำให้มีการนำพืชที่เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ไปผลิตพลังงานทดแทนเหล่านี้น้อยลงจนไม่เกิดความขาดแคลนที่จะทำให้ราคาสูงขึ้นมากเหมือนในอดีต
- นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยธุรกิจการเลี้ยงสัตว์มากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์ได้ประโยชน์ตามไปด้วย

ปัจจัยทางลบ

- ภาวะโลกร้อนที่ทำให้มีโอกาสจะเกิดภัยแล้งขึ้นในภูมิภาคต่างๆ ของโลก โดยเฉพาะประเทศผู้ผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ ถ้าหากเกิดขึ้นจะส่งผลให้ผลผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์ลดลงทำให้ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์และต้นทุนอาหารสัตว์ปรับตัวสูงขึ้น
- ค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น อาจมีผลทางลบต่อการส่งออก ซึ่งถ้าหากการส่งออกไก่เนื้อของไทยได้รับผลกระทบย่อมส่งผลถึงธุรกิจอาหารสัตว์อย่างไม้อาจหลีกเลี่ยงได้



- แม้ว่าการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์สำคัญ จะเป็นไปอย่างเสรีมากขึ้นแล้วในปัจจุบัน แต่รัฐบาลก็ยังคงกำหนดมาตรการที่เป็นข้อจำกัดอยู่อีกไม่น้อย ทำให้ต้นทุนการผลิตอาหารสัตว์สูงกว่าที่ควรจะเป็น และส่งผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ต่างๆ จากประเทศไทยด้วย
- อำนาจซื้อของผู้บริโภคภายในประเทศยังไม่สูงนัก ในขณะที่ตลาดส่งออกหลักของไทย เช่น ญี่ปุ่นและสหภาพยุโรปมีการแข่งขันสูง ทำให้อุปสงค์ทั้งภายในและต่างประเทศต่อผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ประเภทต่างๆ เพิ่มขึ้นได้ไม่มากเท่าที่ควร ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อเชื่อมโยงไปถึงอุตสาหกรรมเลี้ยงสัตว์และอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ได้

ประมาณการความต้องการอาหารสัตว์ในประเทศไทย ปี 2561 -2563 (หน่วย : ตัน)

ประชากรสัตว์	2561		2562		2563*	
	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ อาหารสัตว์	สัดส่วน (ร้อยละ)
ไก่เนื้อ	6,535,797	32.80	7,234,013	35.40	7,306,353	35.92
ไก่พ่อแม่พันธุ์	939,456	4.72	907,200	4.44	916,272	4.50
ไก่ไข่เล็กรุ่น	921,801	4.63	794,187	3.89	794,187	3.90
ไก่ไข่ให้ไข่	2,377,747	11.93	2,270,594	11.11	2,270,615	11.16
ไก่ไข่พ่อแม่พันธุ์	26,800	0.13	22,400	0.11	22,400	0.11
สุกรขุน	5,659,200	28.40	5,548,500	27.15	5,300,100	26.06
สุกรพันธุ์	993,240	4.99	973,710	4.77	930,000	4.57
เป็ดเนื้อ	323,652	1.62	331,968	1.62	348,566	1.71
เป็ดพันธุ์	23,360	0.12	23,934	0.12	25,131	0.12
เป็ดไข่	273,750	1.37	328,500	1.61	344,925	1.70
โคนม	875,453	4.39	1,023,935	5.01	1,044,413	5.13
กึ่ง	464,000	2.33	464,000	2.27	496,000	2.44
ปลา	510,000	2.56	510,000	2.50	541,059	2.66
รวม	19,924,256	100.00	20,432,941	100.00	20,340,022	100.00

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย

หมายเหตุ : * ค่าประมาณการ

ประมาณการความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์ เปรียบเทียบระหว่างปี 2561 -2563 (หน่วย:ตัน)

วัตถุดิบ	2561	2562	2563*
ปลาป่น	777,561.7	788,838.3	793,531.9
กากถั่วเหลือง	4,760,051.6	4,893,086.8	4,881,524.2
ข้าวโพด	8,242,790.9	8,514,090.7	8,517,295.4
ปลายข้าว	1,812,088.2	1,806,228.8	1,749,797.3

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย

หมายเหตุ : * ค่าประมาณการ



สายธุรกิจไก่พ่อแม่พันธุ์

(ก) **ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์**

กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ

บริษัท GP จำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือ บริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และผู้เลี้ยงอิสระทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัท GP มีความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า รวมถึงการควบคุมต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าของบริษัท GP คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าทั่วไปที่ทำฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัท GP จัดจำหน่ายลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงไทย จำกัด และลูกค้าอิสระทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยตรง ไม่มีการขายผ่านตัวแทนผู้จัดจำหน่าย

(ข) **สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม**

สภาวะการตลาดของธุรกิจนี้ มีการแข่งขันค่อนข้างมาก ซึ่งบริษัทคู่แข่งยังคงเป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มบริษัทที่เลี้ยงไก่เพื่อการส่งออกเป็นหลัก แต่เนื่องจากบริษัท GP ซึ่งอยู่ในกลุ่มบริษัทที่มีจุดแข็งในการประกอบธุรกิจแบบครบวงจร และมียอดขายลูกไก่ให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ 48 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 ซึ่งอยู่ในกลุ่มบริษัทที่มีจุดแข็งในการประกอบธุรกิจแบบครบวงจรและมียอดขายลูกไก่ทั้งหมดที่ผลิตได้ให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจึงทำให้ไม่เกิดสภาวะการแข่งขัน

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ**(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์****กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ**

บริษัท MKS จำหน่ายไก่เนื้อทั้งหมดให้กับบริษัทใหญ่ คือ บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่ คือ บริษัท จีเอฟพีที นิธิเร (ประเทศไทย) จำกัด ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นบริษัท MKS มีลูกค้าเพียง 2 รายซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ดังนั้น สภาวะการแข่งขันจึงไม่เกิดขึ้น และกลยุทธ์ที่สำคัญคือ การที่บริษัท MKS มีความชำนาญ และมีประสบการณ์มาหลายสิบปี 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 เนื่องจากจำหน่ายไก่เนื้อทั้งหมดให้กับบริษัทใหญ่และบริษัทร่วมทุนของบริษัทใหญ่ ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน

สายธุรกิจอาหารแปรรูป**(ก) ลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์****กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญ**

นโยบายการตั้งราคาขายผลิตภัณฑ์ของบริษัท GFF ขึ้นอยู่กับปัจจัยของภาวะราคาเนื้อไก่ในประเทศ แต่เนื่องจากเนื้อไก่ที่ซื้อจากบริษัทใหญ่เพียงแห่งเดียว ทำให้บริษัทฯ สามารถประมาณการต้นทุน รวมทั้งสามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบได้ โดยมีการเน้นกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน โดยคำนึงถึงเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยอย่างเข้มงวด เน้นการพัฒนาสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งมีการพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อให้



สอดคล้องกับพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในปัจจุบัน ตลอดจนการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทำให้บริษัทฯ สามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้

ลักษณะของลูกค้า แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

- กลุ่มที่ 1 ลูกค้าตลาดสด มีลักษณะเป็นพ่อค้าคนกลางที่จำหน่ายสินค้าในตลาดสด (กรุงเทพฯ) เน้นขายปลีก และขายส่ง ส่วนใหญ่จะมีหน้าร้านเป็นของตนเอง โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะสั่งสินค้าจากลูกค้าทั่วไป เช่น สถาบันการศึกษา / เบเกอร์รี่ / พ่อค้า แม่ค้ารถเข็นประเภทปิ้งย่าง ฯลฯ
- กลุ่มที่ 2 ลูกค้าต่างจังหวัด มีลักษณะเป็นพ่อค้าคนกลาง หรือ ตัวแทนศูนย์ ลูกค้ากลุ่มนี้จะสั่งสินค้าจากบริษัทฯ ในปริมาณมากๆ โดยจะกระจายสินค้าไปยังต่างอำเภอหรือจังหวัดที่ใกล้เคียง ส่วนจะมีหน้าร้านหรือไม่ก็ได้ ลักษณะการขายคล้ายกับลูกค้าตลาดสดกรุงเทพฯ
- กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม และจัดเลี้ยง เน้นการซื้อผลิตภัณฑ์ไปปรุงและจำหน่ายต่อ ทั้งนี้ได้เพิ่มรูปแบบการบริการเพิ่มเติม โดยมีรถมอเตอร์ไซด์ Delivery ให้กับสาขา โดยเริ่มที่สาขาวัดสนเป็นครั้งแรก
- กลุ่มที่ 4 เป็นกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรม ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปแปรรูปและจำหน่าย โดยซื้อในปริมาณมาก เน้นคุณภาพมาตรฐานเป็นหลัก

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มหลักทั้ง 4 กลุ่มจะเน้นไปที่ผู้บริโภคทุกประเภท เช่น กลุ่มนักเรียน / แม่บ้าน / คนทำงาน ฯลฯ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

นอกจากช่องทางการขายในกลุ่มที่ 1 (ตลาดสด) กลุ่มที่ 2 (ต่างจังหวัด) กลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 ทางบริษัทฯ ยังตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า ที่เป็นของบริษัทจีเอฟ ฟู้ดส์ เอง โดยไม่ผ่านกลุ่มต่างๆ อีก 14 ศูนย์ แบ่งตามภูมิภาค / กรุงเทพฯ เช่น

ภาคเหนือ	ลำปาง / ตาก / พิษณุโลก / นครสวรรค์
ภาคใต้	สุราษฎร์ธานี / หาดใหญ่ / ภูเก็ต
ภาคอีสาน	อุบลราชธานี / อุตรดิตถ์ / บุรีรัมย์
ภาคกลาง	นครปฐม / เพชรบุรี
กรุงเทพ	สาขาพระราม 2 / สาขาวัดสน - ประชาอุทิศ

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

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



2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

สายธุรกิจข้าแผลและแปรรูปเนื้อไก่

วัตถุดิบไก่เนื้อทั้งหมดซื้อมาจากบริษัท เอ็ม.เค.เอส. ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดยที่บริษัทฯ มีโรงงานข้าแผลและไก่เพียง 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ ในปี 2562 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตเท่ากับ 146,000 ตัน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมธุรกิจข้าแผลและไก่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากนัก แต่เนื่องจากการข้าแผลและไก่จะมีของเสียที่เหลือจากกระบวนการผลิต ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสีย 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 ซึ่งผลิตอาหารสัตว์บด 1 โรงงาน และผลิตอาหารสัตว์น้ำ 2 โรงงาน โรงงานทั้ง 3 แห่ง ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน คือ ที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีกำลังการผลิตรวมในปี 2562 เท่ากับ 599,000 ตัน ส่วนโรงงานผลิตอาหารสัตว์บดอีก 1 โรงงาน ตั้งอยู่ที่ อ.บ้านบึง 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



สายธุรกิจไก่ป๋วย่าพันธุ์

บริษัท GP นำเข้าไก่ป๋วย่าพันธุ์จากต่างประเทศ เพื่อผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อ โดยจำหน่ายให้กับบริษัท ฟาร์มกรุงเทพ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน โดยในปี 2562 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อเท่ากับ 2.60 ล้านตัว โดยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ 1 ฟาร์ม ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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

สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์

บริษัท FKT ซื้อลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือ บริษัท จีพี ปริตติง จำกัด เพื่อนำมาผลิตลูกไก่พันธุ์เนื้อ ในส่วนลูกไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อนั้นซื้อมาจากต่างประเทศ เพื่อนำมาผลิตลูกไก่พันธุ์ไข่ โดยมีฟาร์มไก่พ่อแม่พันธุ์เนื้อจำนวน 7 ฟาร์ม และฟาร์มไก่พ่อแม่พันธุ์ไข่ จำนวน 1 ฟาร์ม ซึ่งฟาร์มทั้งหมดตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี ในปี 2562 บริษัท FKT มีกำลังการผลิตในส่วนของลูกไก่พันธุ์เนื้อเท่ากับ 124 ล้านตัว และมีกำลังการผลิตในส่วนของลูกไก่พันธุ์ไข่ เท่ากับ 3 ล้านตัว

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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



สายธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ

บริษัท MKS ซื้อลูกไก่พันธุ์เนื้อ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน คือบริษัท ฟาร์มกรุงเทพ จำกัด ส่วนอาหารที่ใช้เลี้ยงไก่ ซื้อจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกันเช่นกัน คือบริษัท กรุงเทพอาหาร จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันบริษัท MKS มีฟาร์มเลี้ยงไก่ทั้งหมด 13 ฟาร์ม ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี โดยมีกำลังการผลิตในปี 2562 เท่ากับ 103 ล้านตัว

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติตามการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ ธุรกิจนี้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด เพราะมีการใช้ระบบปิดปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) ในการเลี้ยงสัตว์ อีกทั้งได้มีการใช้แกลบรองพื้นโรงเรือนเลี้ยงสัตว์ ซึ่งเป็นผลดีต่อการเจริญเติบโตของสัตว์และยังช่วยในการกำจัดกลิ่นอีกด้วย มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่บางส่วนเพื่อให้เกิดความร่มรื่นในธรรมชาติ นอกจากนี้บริษัท MKS ยังได้จัดทำบ่อบำบัดน้ำเสียเพื่อควบคุมคุณภาพของน้ำให้มีสภาพที่ดีก่อนแล้วค่อยปล่อยให้ไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัท MKS ตระหนักและมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อช่วยเหลือสังคม 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 2562 มีกำลังการผลิตเท่ากับ 37,800 ตัน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -



3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก ที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานและส่งผลกระทบต่อเป้าหมายขององค์กร โดยสนับสนุนให้มีการพัฒนาและนำระบบบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพไปใช้ในทุกระดับ เพื่อให้ทุกหน่วยงานสามารถดำเนินงานได้อย่างประสบผลสำเร็จตามที่วางแผนไว้

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีการกำหนดกรอบโครงสร้างและกระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ขึ้น โดยอ้างอิงมาตรฐานสากล COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) และให้ฝ่ายบริหารและพนักงานทุกคน ดำเนินการผ่านกรอบโครงสร้างและกระบวนการบริหารความเสี่ยง โดยกรอบการบริหารความเสี่ยงประกอบด้วย การระบุปัจจัยเสี่ยง การประเมินระดับความเสี่ยง การจัดการความเสี่ยง และการติดตาม สื่อสารอย่างเป็นระบบต่อเนื่อง เพื่อลดโอกาสและผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงการติดตามความเสี่ยงที่สำคัญอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้แน่ใจว่าธุรกิจจะบรรลุวัตถุประสงค์โดยมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

บริษัทฯ มีโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับองค์กร และระดับหน่วยงาน โดยการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร ดำเนินการผ่านคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee: RMC) ที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัท ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย กรอบการดำเนินงาน รวมทั้งติดตามให้ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีคณะทำงานบริหารความเสี่ยงระดับหน่วยงาน ซึ่งเป็นผู้บริหารจากหน่วยงานต่างๆ ทำหน้าที่ติดตามการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงานในสังกัดอย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกเดือนตามแนวนโยบาย และกรอบการดำเนินงานที่ได้รับจาก RMC

กระบวนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ดำเนินการบริหารความเสี่ยงโดยใช้วิธีการประเมินตนเอง (Risk and control self assessment หรือ RCSA) มีการประเมินและจัดลำดับความเสี่ยงโดยใช้แผนที่ความเสี่ยง (Risk Map) การติดตามการบริหารความเสี่ยงผ่านมาตรการจัดการความเสี่ยง (Mitigation Plan) และดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicator: KRI) สำหรับความเสี่ยงที่สำคัญ โดยบริษัทฯ ดำเนินการ 2 ระดับควบคู่กัน ระดับที่ 1 คือ การประเมินความเสี่ยงระดับองค์กรจากผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ โดยจัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ ตลอดจนการติดตามและรายงานสถานะความเสี่ยงแก่ผู้บริหาร คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และกรรมการบริษัททุกไตรมาส ในระดับที่ 2 คือระดับหน่วยงานก็มีการประเมินความเสี่ยงเช่นกัน ซึ่งปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญทุกปัจจัยจะมีผู้รับผิดชอบ หรือ เจ้าของความเสี่ยงที่จะกำหนดแผนจัดการความเสี่ยง รวมถึงรายงานสถานะของความเสี่ยง ความก้าวหน้าของแผนจัดการความเสี่ยงให้กับฝ่ายบริหารและคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทราบ ซึ่งการบริหารความเสี่ยงในวิธิดังกล่าวจะส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงในทุกระดับขององค์กรในเชิงบูรณาการที่ครอบคลุมทุกระดับทั่วทั้งองค์กร

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ติดตามการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกที่สำคัญ รวมถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ผ่านระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System: EWS) เพื่อให้บริษัทฯ สามารถเตรียมมาตรการจัดการความเสี่ยงในเชิงรุกได้ก่อนที่จะกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ



บริษัทฯ กำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ไว้ที่ระดับปานกลางและระดับน้อย ดังนั้น ความเสี่ยงที่อยู่ในระดับสูงมากและระดับสูง ต้องกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงเพิ่มเติมเพื่อลดความเสี่ยงลงมาให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ สำหรับปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญทุกปัจจัยจะมีการกำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicator หรือ KRI) เพื่อแจ้งสัญญาณของการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของปัจจัยเสี่ยงของบริษัท พร้อมกำหนดระดับความเปราะบางจากเกณฑ์ และจะถูกติดตามความเคลื่อนไหวอย่างใกล้ชิด

วัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้องค์กรเติบโตไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ผ่านการปฏิบัติตามแนวทางและนโยบายการบริหารความเสี่ยงขององค์กร ทั้งนี้ บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจะต้องรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จึงส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม และนำแนวทางการบริหารความเสี่ยงไปใช้ในการปฏิบัติงาน รวมทั้งมีการติดตามความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งในระดับองค์กร และระดับหน่วยงาน อีกทั้งยังมีการสื่อสารและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารความเสี่ยงในทุกระดับ ตั้งแต่คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร คณะทำงานบริหารความเสี่ยงระดับหน่วยงานและพนักงาน ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น E-learning และการฝึกอบรม เป็นต้น

นอกจากนี้ ในปี 2562 หน่วยงานบริหารความเสี่ยง ได้ว่าจ้างบุคลากรเพิ่มเติม เพื่อเสริมสร้าง และผลักดันงานด้านบริหารความเสี่ยง โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเพิ่มความเข้มแข็ง รวมถึงการส่งเสริมการสื่อสารและสร้างจิตสำนึกในเรื่องการบริหารความเสี่ยงให้กับพนักงานทุกระดับอย่างทั่วถึง อันจะนำไปสู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจนเป็นวัฒนธรรมองค์กร

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ เป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำในธุรกิจด้านอาหาร การดำเนินงานรวมถึงผลประกอบการของบริษัทฯ เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่หลากหลายในหลายปัจจัยเสี่ยง โดยบริษัทฯ ได้แบ่งความเสี่ยงสำคัญและกลยุทธ์ในการจัดการความเสี่ยงรวม 7 ด้าน ดังต่อไปนี้

ความเสี่ยงที่สำคัญ และกลยุทธ์ในการจัดการความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

1.1 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อไก่แปรรูป

เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตอาหารจากเนื้อไก่แปรรูป ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีสินค้าทดแทนได้ง่าย จึงมีการแข่งขันกันในการผลิตสินค้าที่จะตอบสนองต่อผู้บริโภคได้มากที่สุด ทั้งในด้านรสชาติ รสสัมผัส เอกลักษณ์ของอาหาร และราคา และปัจจุบันการแข่งขันในตลาดโลกรุนแรงหลังหลายประเทศมีผลผลิตไก่เพิ่มขึ้นและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไก่เพื่อส่งออก อาทิ บราซิล สหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ แคนาดา ไนเมเชนนี้อาจมีผลให้อัตรากำไรของอุตสาหกรรมชะลอตัวบ้าง แต่จะยังอยู่ในเกณฑ์ดี และเพื่อให้บริษัทฯ ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดในภาวะการแข่งขันดังกล่าวนี้ บริษัทฯ มีการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ที่จะช่วยให้บริษัทฯ เพิ่มยอดขายและกำไรได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

การบริหารความเสี่ยง

แม้ว่าในปี 2562 ภาพรวมของอุตสาหกรรมไก่ของไทยยังดีต่อเนื่อง จากตลาดส่งออกไก่ โดยเฉพาะตลาดจีนที่มีปัญหาสุขภาพแอฟริกาจากปัญหาโรคอหิวาต์แอฟริกาในสุกร (African Swine Fever : ASF) ทำให้หมูขาดแคลน ส่งผลให้ความต้องการบริโภคไก่เพิ่มขึ้นตามไปด้วยในฐานะสินค้าทดแทน (substitute goods) บริษัทฯ คาดว่าจีนจะเป็นตลาดส่งออกไก่ที่มีศักยภาพเติบโตสูงในระยะยาวของไทยได้ โดยปัจจุบัน GFPT ได้รับรอง 1 โรงงานเมื่อเดือนมีนาคม 2561 และปัจจุบันโรงงานของ GFN ที่ GFPT ถือหุ้น 49% ก็ได้รับการรับรองเพิ่มเติม และเนื่องด้วยอุตสาหกรรม



การผลิตเนื้อไก่แปรรูปมีการแข่งขันสูง บริษัทฯ ได้มีการปรับกลยุทธ์ ให้มีความยืดหยุ่นเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรม โดย

1. ติดตามสถานการณ์และคาดการณ์ราคาขายเป็นรายสัปดาห์ รวมถึงการวิเคราะห์ อุปสงค์/อุปทานในตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการปรับวิธีการขายผลิตภัณฑ์ และหาทางลดผลกระทบในระยะสั้นหากราคาขายผลิตภัณฑ์ตกต่ำ

2. ติดตามสถานการณ์ยอดขายในตลาดในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งวิเคราะห์ลูกค้าปัจจุบัน หากมียอดขายไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่า บริษัทฯ จะสามารถรักษาลูกค้าหลักไว้ได้ รวมถึงใช้การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) เพื่อรักษาความพึงพอใจของลูกค้าปัจจุบัน

3. กระจายความเสี่ยงโดยการขยายตลาดเพื่อให้มีการกระจายตัวเพิ่มขึ้น โดยขยายฐานตลาดเข้าสู่ตลาดอื่นๆ ที่มีศักยภาพ (Potential Market) เพิ่มเติมไม่ว่าจะเป็นประเทศในตะวันออกกลาง และประเทศในอเมริกาเหนือ เป็นต้น ซึ่งอาจจะพัฒนาสู่ตลาดหลักของบริษัทฯ ในอนาคตได้ เพื่อทดแทนตลาดที่บริษัทฯ อาจจะสูญเสียความสามารถในการแข่งขันไป

ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้จะช่วยส่งเสริมการเติบโตทางด้านกำไรและยอดขายของบริษัทฯ ให้ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

1.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด

การรักษารายได้ให้เติบโตอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผลประกอบการของบริษัทฯ โดยเฉพาะในสภาวะการณ์ที่ตลาดมีความผันผวนจากความไม่สมดุลของอุปสงค์และอุปทาน ปัจจัยด้านสงครามการค้า (Trade War) และปัจจัยด้านภูมิศาสตร์การเมือง (Geopolitics) เป็นต้น โดยบริษัทฯ ถือว่าการตลาดเป็นหัวใจในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะสร้างตราสินค้า (Brand) ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและยาวนาน

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด สร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้า ได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การเปิดช่องทางการตลาด และการขายใหม่ๆ ก็เป็นส่วนที่บริษัทฯ สามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ได้ เช่น การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketing), Social media ฯลฯ

1.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค

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

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม (High Value Added Products and Services) อย่างต่อเนื่อง รวมถึงนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและยกระดับอุตสาหกรรม มีหน่วยงานที่ศึกษาและติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศอยู่ตลอดเวลาที่ผ่านมา ดังนั้น จึงมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลผู้บริโภคในเชิงลึก เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุง



วางแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความหลากหลายและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงวางแผนด้านการตลาด เพื่อเสนอเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค ซึ่งระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการ อีกทั้งสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

1.4 ความเสี่ยงด้านความผันผวนของสภาพเศรษฐกิจโลก

ในปี 2562 เศรษฐกิจไทยและประเทศอื่นๆ ในโลกมีทิศทางทางเศรษฐกิจที่ขาลงอย่างชัดเจน โดยอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงจากปีที่แล้ว จากเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนจากความตึงเครียดของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีนส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโลก ซึ่งสะท้อนผ่านตัวเลขการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) ของหลายประเทศที่ลดลงอย่างรุนแรง นอกจากนั้นเศรษฐกิจโลกยังต้องเผชิญความไม่แน่นอนในอีกหลายประเด็น เช่น ในเรื่องของ Brexit ที่จะทำให้เศรษฐกิจของยุโรปและสหราชอาณาจักรเผชิญกับความผันผวนเศรษฐกิจของจีนที่ชะลอตัว และการปรับค่าเงินหยวนให้อ่อนค่าลง รวมทั้งความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ของประเทศต่างๆ เป็นต้น

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้มีหน่วยงานเพื่อติดตามสถานการณ์ต่างๆ อย่างใกล้ชิด และจัดทำรายงานสถานการณ์ความเสี่ยงในประเทศยุทธศาสตร์ทุกไตรมาส ต่อผู้บริหารและคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารความเสี่ยง รวมถึงวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis) และการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) เพื่อประเมินผลกระทบจากเหตุการณ์เสี่ยง บริษัทฯ มีการพัฒนาสินค้าใหม่หรือสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม การเพิ่มการส่งออกไปยังประเทศทั้งในและนอกอาเซียนเพื่อทดแทนเศรษฐกิจในประเทศที่ชะลอตัว รวมถึงการแสวงหาโอกาสในต่างประเทศสำหรับการขยายการลงทุนในอนาคต

1.5 ความเสี่ยงจากภาวะการขาดแคลนน้ำ

น้ำเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ และเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการใช้น้ำในภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม เป็นต้น ตลอดเวลาที่ผ่านมาการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการเติบโตของประชากรประเทศต่างๆ ทำให้ความต้องการใช้น้ำทวีสูงขึ้น รวมถึงสภาวะอากาศที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ส่งผลให้ทรัพยากรน้ำเริ่มขาดแคลนและมีคุณภาพเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การขาดการวางแผนการใช้น้ำอย่างเหมาะสม รวมถึงการขาดการบริหารจัดการแบบบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน อาจทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนน้ำ ซึ่งนำมาสู่การแย่งชิงการใช้น้ำระหว่างชุมชน เกษตรกร และอุตสาหกรรม ดังนั้น การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งการผลิตและการเลี้ยงสัตว์ อาจได้รับผลกระทบจากคุณภาพและปริมาณน้ำที่ลดลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสัตว์และสินค้าที่บริษัทฯ ผลิตได้

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีแผนการกำหนดปริมาณการใช้น้ำอย่างเหมาะสมในทุกขั้นตอนการผลิต มีระบบการจัดเก็บข้อมูลปริมาณการใช้น้ำเพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนควบคุมการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการผลิตควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนาวิธีการ ระบบ หรือเทคโนโลยีการผลิต เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำ และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้คุ้มค่าที่สุด โดยที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ (Wastewater Reuse) ประมาณ 6% ของน้ำเสียในแต่ละวัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีบ่อน้ำบาดาลเพื่อสำรองน้ำไว้ใช้ในพื้นที่โรงงาน โดยบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตใช้น้ำบาดาลจากสำนักควบคุมกิจการน้ำบาดาล กรมทรัพยากรน้ำบาดาล เพื่อประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม



2. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน

2.1 ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล

การสรรหาคนดี คนเก่ง นั้นยาก แต่การรักษาคนดี คนเก่ง นั้นยากกว่า บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากบุคลากรที่มีฝีมือ มีความรู้ และความสามารถ เป็นทรัพยากรบุคคลที่ช่วยขับเคลื่อนให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง

การบริหารความเสี่ยง

บุคลากรที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการขยายธุรกิจขององค์กร บริษัทฯ ได้ให้ทั้งโอกาสและช่องทางให้พนักงานได้แสดงความสามารถ รวมถึงมีโครงการจัดฝึกอบรมสัมมนาทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถในสายงานต่างๆ พร้อมทั้งผลักดันและสร้างแรงจูงใจในด้านต่างๆ ในการธำรงรักษาพนักงานที่มีศักยภาพให้สามารถปฏิบัติงานอยู่กับบริษัทฯ ในระยะยาว เพื่อเป็นกำลังสำคัญต่อการดำเนินงาน และการขยายตัวทางธุรกิจต่อไป

2.2 ความเสี่ยงจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเรื่องความปลอดภัยของอาหาร

ปัจจุบันผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญ ในเรื่องความสด สะอาด ปลอดภัย ของสินค้าเนื้อไก่และสินค้าปรุงสุกมากขึ้น ดังนั้นการดำเนินงานของบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบ หากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าของบริษัทฯ ลดลง จากความเสี่ยงที่มีสินค้าเน่าเสีย หรือมีสารปนเปื้อน ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ตลอดทั้งกระบวนการผลิต และทั้งที่เกิดจากวัตถุดิบอื่นๆ ที่ใช้ประกอบในการแปรรูป ระบบการจัดการขนส่ง หรือ ระบบการจัดเก็บสินค้าจนถึงผู้บริโภค ดังนั้น บริษัทฯ จำเป็นอย่างยิ่งต้องจัดให้มีกระบวนการทำงานที่มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคสินค้าของบริษัทฯ จะได้บริโภคสินค้าที่มีความสด สะอาด และปลอดภัย

การบริหารความเสี่ยง

ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค เป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงบริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในระบบการผลิต เพื่อให้ระบบการผลิตได้มาตรฐานสากล พร้อมทั้งสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งระบบ ในกรณีที่เกิดข้อบกพร่องสิ่งผิดปกติในระหว่างการผลิต ดังนั้น จึงสามารถรับประกันคุณภาพ (Quality Assurance) ในการผลิตได้ทุกขั้นตอน อีกทั้งบริษัทฯ มีระบบควบคุมคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต การตรวจรับวัตถุดิบ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง ตลอดจนการจัดเก็บสินค้าก่อนถึงผู้บริโภคให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมทั้งมีการจัดการให้มีการตอบสนองต่อข้อร้องเรียน หรือการเรียกคืนสินค้า (Product Recall) ในกรณีที่จำเป็นอย่างรวดเร็ว เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและลูกค้าเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของบริษัทฯ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าบริษัทฯ ได้รับมาตรฐานในการประเมินคุณภาพสินค้าต่างๆ มากมาย อาทิ GMP, HACCP, ISO 9001:2000 ฯลฯ ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันถึงคุณภาพของสินค้าที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญมาโดยตลอด

2.3 ความเสี่ยงจากการเกิดโรคระบาดในสัตว์

การเกิดโรคระบาดในสัตว์ย่อมส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการบริโภค ถึงแม้ว่าโรคระบาดต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสัตว์ ส่วนใหญ่จะไม่สามารถติดต่อถึงคนได้ แต่ก็สร้างความตื่นตระหนกและความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการบริโภคเนื้อสัตว์ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยเฉพาะโรคไข้หวัดนกที่ระบาดในฟาร์มเลี้ยงไก่ ถึงแม้ว่าจะไม่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลผลิตของบริษัทฯ แต่ก็ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ที่จะหลีกเลี่ยงการบริโภคเนื้อไก่ได้ และหากโรคระบาดมีความรุนแรงอาจส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงการค้าขายการส่งออกระหว่างประเทศที่ถูกจำกัดสิทธิ ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ



การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้มีการติดตาม ดูแล และเฝ้าระวังการเกิดโรคระบาดในสัตว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการบริหารความเสี่ยงโดยการปรับปรุงเทคโนโลยีระบบการเลี้ยงไก่ที่ทันสมัย โดยจัดสร้างโรงเรือนระบบปิด ปรับอากาศ (Evaporative Cooling System) เพื่อป้องกันเชื้อโรคที่ปะปนอยู่ในอากาศเข้ามาภายในเล้าไก่ มีการใช้นโยบายและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์ และความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ตามมาตรฐานสากล การบริหารจัดการ ระบบสุขาภิบาล และการดำเนินการปรับปรุงมาตรฐานสุขอนามัยของฟาร์ม อีกทั้งมีมาตรการดูแลป้องกันไม่ให้เกิดโรคระบาดในฟาร์มเลี้ยงไก่ ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องของการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พันธุ์ สถานที่พักใช้สัตว์ปีก และฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ นอกจากนี้ยังได้มีการพัฒนานุเคราะห์ของบริษัทฯ ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการระบาดของโรคให้ทันสมัยตลอดเวลา รวมทั้งมีการประเมินหาปัจจัยเสี่ยงของการเกิดโรคระบาด ตลอดจนการจัดทำการเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning) เพื่อป้องกันการเกิดโรคระบาดไม่ให้เกิดการแพร่กระจาย

แม้ว่าบริษัทฯ จะสามารถลดผลกระทบดังกล่าวลงได้จากมาตรฐานการผลิต แต่อาจได้รับผลกระทบทางอ้อม ซึ่งเป็นผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในภาพรวม และส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงความสามารถในการก่อให้เกิดรายได้ของบริษัทฯ ด้วยเช่นกัน สำหรับสถานการณ์การเกิดโรคระบาดใช้หวัดนกที่ผ่านมาทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถส่งออกไก่สดแช่แข็งและไก่แปรรูปได้ แต่ในปัจจุบันสถานการณ์ดังกล่าวได้กลับสู่สภาวะปกติ สามารถส่งออกไก่สดแช่แข็งได้ รวมถึงประเทศญี่ปุ่นที่อนุญาตให้นำเข้าสินค้าเนื้อสัตว์ปีกจากประเทศไทย ทั้งไก่สดแช่แข็งและไก่แปรรูป แต่อย่างไรก็ตาม การเกิดโรคระบาดเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้

2.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์

ความผันผวนของราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ ซึ่งเป็นต้นทุนหลักของการผลิตอาหารสัตว์ที่เป็นสินค้าโภคภัณฑ์ เช่น ข้าวโพด กากถั่วเหลือง ปลาป่น ซึ่งราคาจะเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการใช้และปริมาณของผลผลิตในแต่ละช่วงและฤดูกาล ประกอบกับถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลกและในประเทศไทย โดยปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของวัตถุดิบเหล่านี้ นอกจากความต้องการใช้เพื่อการผลิตอาหารสัตว์แล้ว ยังรวมถึงความต้องการนำวัตถุดิบบางประเภทไปใช้ในการผลิตพลังงานทดแทน ตลอดจนการเก็งกำไรในตลาดซื้อขายสินค้าโภคภัณฑ์ล่วงหน้า ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อความผันผวนของราคาวัตถุดิบ ในด้านอุปทานของวัตถุดิบเหล่านี้ มีความผันแปรไปตามสภาวะอากาศที่แปรปรวน หรือภัยธรรมชาติที่อาจทำให้ผลผลิตไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ขึ้นอยู่กับความควบคุมและคาดการณ์ของบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงที่ราคาของวัตถุดิบอาจมีความผันผวน ซึ่งหากราคามีการปรับตัวสูงขึ้นจากที่บริษัทฯ ประเมินการไว้ ก็ย่อมจะส่งผลกระทบทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนการผลิตทั้งอาหารสัตว์และเนื้อไก่ที่สูงขึ้น บริษัทฯ ตระหนักถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านวัตถุดิบอันเป็นส่วนสำคัญในการผลิต จึงได้กำหนดมาตรการจัดการต่างๆ เพื่อรองรับ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีหน่วยงานกลางที่มีความชำนาญในการจัดซื้อวัตถุดิบเหล่านี้โดยเฉพาะ เพื่อทำการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด รวมทั้งจัดหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และสรรหาวัตถุดิบให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการใช้ในการผลิต นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้จัดสร้างสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน และมีขนาดใหญ่เพียงพอในการจัดเก็บวัตถุดิบเป็นระยะเวลานานในกรณีที่มีการคาดการณ์ว่าราคาวัตถุดิบมีแนวโน้มจะปรับตัวสูงขึ้นในอนาคต อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีหน่วยงานวิจัยในการจัดหาวัตถุดิบทดแทนที่มีคุณภาพเท่าเทียมมาใช้ในการผลิต และศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้รองรับวัตถุดิบที่มีความหลากหลายมากขึ้น รวมถึงมีการใช้ทุนทางการเงินในการ



บริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ สำหรับราคาอาหารสัตว์นั้น บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนราคาขายอาหารสัตว์ ให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เพิ่มขึ้นได้ โดยการขออนุมัติการปรับขึ้นราคาจากกรรมการภายใน ทั้งนี้ราคาอาหารสัตว์เป็นสินค้าที่หน่วยงานของรัฐควบคุมราคาจำหน่าย ทำให้การขอปรับราคาขายในบางคราวไม่เป็นสัดส่วนเดียวกันกับการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ

2.5 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาสินค้าโภคภัณฑ์

ธุรกิจที่สร้างรายได้ให้แก่บริษัทฯ คือ ธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ โดยมีสินค้าหลัก ได้แก่ ลูกไก่มีชีวิตและผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ โดยราคาของสินค้าเหล่านี้ ถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของตลาดในแต่ละช่วงเวลา โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ประกอบด้วยกำลังซื้อ ความเชื่อมั่น รวมถึงความต้องการตามฤดูกาล ซึ่งหากปริมาณผลผลิตมีมากเกินไปกว่าอุปสงค์ของสินค้า ย่อมส่งผลให้ราคาสินค้าปรับตัวลดลงต่ำกว่าราคาคาดการณ์ ซึ่งจะกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาลูกไก่มีชีวิตและผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ ด้วยการเพิ่มประเภทผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ให้มีความหลากหลาย และเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้าให้สอดคล้องตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามสำหรับราคาลูกไก่มีชีวิต เนื้อไก่ และชิ้นส่วนไก่ ก็อาจจะอยู่เหนือความคาดหมายและการควบคุมของบริษัทฯ ได้

2.6 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

ในช่วงที่ผ่านมา ราคาน้ำมันในตลาดโลกมีความผันผวนอย่างมาก ซึ่งยากที่จะหลีกเลี่ยงผลกระทบจากภาวะความผันผวนของราคาน้ำมันในตลาดโลก จากความผันผวนดังกล่าว ส่งผลให้ต้นทุนการผลิต และต้นทุนการขนส่งเกิดความผันแปร ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงด้วยระบบโลจิสติกส์ โดยบริษัทฯ ยังมีโรงงานอาหารสัตว์ 1 แห่ง ที่ อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการขนส่งของกลุ่มบริษัทลดลง เนื่องจากกลุ่มบริษัทสามารถลดระยะทางการขนส่งอาหารไก่จากโรงงานอาหารสัตว์จากเดิมที่ อ.พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ ไปยังฟาร์มเลี้ยงไก่ของกลุ่มบริษัทที่จังหวัดชลบุรีได้ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทฯ สามารถลดต้นทุนการผลิตและการขนส่งได้เป็นอย่างมาก

2.7 ความเสี่ยงด้านการทุจริต คอร์รัปชัน

การทุจริต คอร์รัปชัน นับเป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญอย่างหนึ่งในการใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาบริษัทฯ รวมถึงการพัฒนาในระดับประเทศ การทุจริต คอร์รัปชันก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพย์สินและผลประโยชน์ต่างๆ ของบริษัทฯ ซึ่งแม้ว่าที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้มีการกำหนดมาตรการป้องกัน และระบบควบคุมภายในที่ดีอย่างเพียงพอแล้ว แต่ปัญหาการทุจริต คอร์รัปชันนั้นยังคงมีโอกาสดังกล่าวเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร ในเรื่องความซื่อสัตย์สุจริตควบคู่กับแนวทางการบริหารด้วยความระมัดระวัง พัฒนาการเรียนรู้และเข้าใจถึงมูลเหตุของการทุจริตภายในบริษัทฯ อยู่เสมอ เพื่อเข้าถึงแนวทางการป้องกัน วิธีการตรวจสอบ และวิธีการปฏิบัติเมื่อเกิดการทุจริต คอร์รัปชัน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการสูญเสียทรัพยากรของบริษัทฯ โดยไม่เกิดประโยชน์หรือการรั่วไหลของผลประโยชน์ที่บริษัทฯ พึงควรได้รับ



การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายในเรื่องการต่อต้านการทุจริต ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกของโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต Collective Action Coalition: CAC ตั้งแต่ปี 2560 บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตภายในบริษัทฯ รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านคอร์รัปชัน บริษัทฯ เชื่อว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดการทุจริต คอร์รัปชัน สามารถควบคุมได้ด้วยระบบการควบคุมภายในที่ดี มีการจัดการกระบวนการทำงาน การแบ่งแยกหน้าที่ และโครงสร้างหน่วยงานที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อนจนทำให้เกิดปัญหาหรือยoyoการทำงาน มีการส่งเสริมและสนับสนุนในเรื่องจิตสำนึกการปฏิบัติตามมาตรฐานทางคุณธรรม จริยธรรม มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ ความกล้าแสดงออกในการปฏิเสธเรื่องทุจริต คอร์รัปชัน สร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยงานเพื่อปฏิบัติการเฝ้าระวัง มีการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ช่องทางศูนย์รับเรื่องร้องเรียน รวมถึงมาตรการคุ้มครองและรักษาความลับของผู้ร้องเรียน มีกระบวนการตรวจสอบ ติดตาม ควบคุม เพื่อเป็นการส่งสัญญาณการเฝ้าระวังปัญหาทุจริตคอร์รัปชันของบริษัทฯ อย่างจริงจัง มีกระบวนการสืบสวน สอบสวนที่โปร่งใส น่าเชื่อถือและมีความยุติธรรม มีการกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน และเข้มงวดต่อคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับที่กระทำการทุจริต คอร์รัปชัน โดยบริษัทฯ จะถือปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.1 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงิน

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องเป็นความเสี่ยงสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อกิจการทุกกิจการได้ หากกิจการประสบปัญหาในการจัดหาเงินทุนไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ในกิจการ หรือ ต้นทุนในการจัดหาเงินทุนสูงกว่าสถานการณ์ปกติ ซึ่งธุรกิจของบริษัทฯ เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง หากเกิดเหตุการณ์ที่เหนือความคาดหมายอย่างรุนแรง อาจทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินได้ อันจะส่งผลให้ขาดความต่อเนื่องของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น การบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่องด้วยการจัดวางระบบที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญยิ่งต่อบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีนโยบายที่ถือปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เรื่องการรักษาสภาพคล่อง มีการควบคุมและบริหารสภาพคล่อง เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีกระแสเงินสดเพียงพอต่อการดำเนินกิจกรรมภายใต้ภาวะปกติและภาวะวิกฤต โดยบริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายในการรักษาอัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity ratio) ในระดับสูง รวมถึงมาตรการดูแลสภาพคล่องของบริษัทฯ อย่างใกล้ชิดและครอบคลุมในทุกมุมมองความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เป็นไปตามกรอบความเสี่ยงที่บริษัทฯ กำหนดไว้

3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ในบริบทของเศรษฐกิจโลกที่ผันผวนยากจะคาดเดา ในปี 2562 เงินบาทแข็งค่าขึ้นประมาณ 7-8% เมื่อเทียบกับ USD จากปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้เป็นสำคัญ เช่น การเปลี่ยนทิศทางการดำเนินนโยบายการเงินของ FED และสงครามการค้าที่ส่งผลกระทบที่ชัดเจน โดยเฉพาะต่อการลงทุน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยในประเทศ ส่วนแรกคือ ไทยเกินดุลบัญชีเดินสะพัดค่อนข้างมาก ทำให้เงินบาทแข็งค่าขึ้น ส่วนที่ 2 มีเงินจากต่างประเทศเข้ามาในไทยสูงขึ้น และเมื่อมองไปในอนาคต ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนไม่ได้มีแนวโน้มลดลง มีแต่จะเพิ่มขึ้น เพราะปัจจัยสำคัญที่กำหนดค่าเงินบาทมาจากต่างประเทศ เช่น จากสหรัฐอเมริกา หรือ จาก Brexit ในยุโรป บริษัทฯ มีความตระหนักในเรื่องของการ



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

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการความเสี่ยงโดยใช้เครื่องมือทางการเงิน โดยมีนโยบายทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ไว้กับสถาบันการเงินหลายแห่ง สำหรับรายการค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศ เพื่อลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และยังทำให้บริษัทฯ ทราบถึงต้นทุนการผลิตที่ชัดเจนและแน่นอน ช่วยให้การกำหนดราคาขายมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเป็นหลักประกันได้ในระดับหนึ่ง ว่าบริษัทฯ จะได้รับผลกำไรตามแผนที่คาดการณ์ไว้ นอกจากนี้การที่บริษัทฯ มีทั้งการซื้อวัตถุดิบและขายสินค้าในสกุลเงินตราต่างประเทศเดียวกัน เป็นการป้องกันความเสี่ยงแบบธรรมชาติ (Natural Hedge) บางส่วน ถ้ามีส่วนต่างเกิดขึ้นก็จะทำ Forward Contract ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้ในระดับหนึ่ง และบริษัทฯ มีการกำหนดเพดานการรับความเสี่ยงสูงสุดจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยเพดานความเสี่ยงเป็นค่าการคำนวณทางสถิติ ได้แก่ Value at Risk บริษัทฯ มีการติดตามและวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของภาวะเศรษฐกิจและปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออัตราแลกเปลี่ยนและอัตราดอกเบี้ยอย่างใกล้ชิดเพื่อให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสมภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

3.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

เนื่องจากบริษัทฯ มีการลงทุนและขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องทำให้ต้องมีการระดมเงินทุนในโครงการต่างๆ โดยการกู้ยืมเงินผ่านสถาบันการเงิน จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางการเงินของบริษัทฯ และเพื่อช่วยให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนอัตราดอกเบี้ยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้สามารถวางแผนทางการเงินได้ดีขึ้น บริษัทฯ จึงมีเครื่องมือการบริหารความเสี่ยงอัตราดอกเบี้ยจ่ายหลากหลายวิธี

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงด้วยการมีหน่วยงานติดตามสภาวะความเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่ออัตราดอกเบี้ยอย่างสม่ำเสมอ และได้ทำการบริหารให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดมา นอกจากนี้บริษัทฯ มีนโยบายรักษาสัดส่วนโครงสร้างหนี้สินที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ และหนี้สินที่มีอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาวะความต้องการใช้เงินทุน รวมทั้งสภาวะและแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้บริษัทฯ มีการพิจารณาใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อบริหารความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย เช่น สัญญาป้องกันความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Swap) ตามความจำเป็นและเหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะใดขณะหนึ่ง เพื่อช่วยลดต้นทุน และความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยของบริษัทฯ

4. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ในปัจจุบันกฎหมาย กฎ ระเบียบและข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทฯ มีแนวโน้มเข้มงวดมากขึ้น การฝ่าฝืนกฎหมาย กฎ ระเบียบและข้อบังคับดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานและชื่อเสียง บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจส่งออกไปยังหลายประเทศ ปัจจุบันแม้การกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศโดยใช้ระบบกำแพงภาษี



ศุลกากรได้ลดบทบาทลงตามนโยบายการค้าเสรีโลก แต่ประเทศผู้นำเข้าได้มีการกีดกันทางการค้าในรูปแบบใหม่ที่ไม่ใช่ภาษีเกิดขึ้น เช่น การกำหนดโควตา การเพิ่มมาตรการด้านสุขอนามัย รวมทั้งการกำหนดมาตรฐานการนำเข้าที่สูงขึ้น การที่จะเปิดตลาดใหม่หรือขยายตลาดไปยังประเทศอื่น อาจไม่สามารถกระทำได้ง่าย หรืออาจจะต้องใช้เวลานาน เนื่องจากแต่ละประเทศ มีนโยบายปกป้องอุตสาหกรรมการปศุสัตว์ของแต่ละประเทศไว้ การเปลี่ยนแปลงปัจจัยดังกล่าว อาจมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต ยอดขายและความสามารถในการทำกำไรในอนาคตของบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกโดยรวม

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญและมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วนจึงได้มีการริเริ่มจัดตั้งหน่วยงานการกำกับดูแลการปฏิบัติงาน (Compliance) และเนื่องจากบริษัทฯ ประกอบด้วย บริษัทย่อยหลายบริษัท จึงมีการกำหนดตัวแทนของแต่ละบริษัท เพื่อทำหน้าที่รวบรวมและจัดทำรายงานการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ (Compliance Checklist) ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ เพื่อใช้สอบทานการดำเนินธุรกิจให้ถูกต้องเป็นไปตามกฎหมายที่กำหนดไว้และเพื่อป้องกันการกระทำที่ขัดต่อกฎหมาย กฎ ระเบียบโดยไม่เจตนา ทั้งนี้หน่วยงาน Compliance จะวางระบบการควบคุมและรายงานการปฏิบัติตามกฎหมายให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับบริษัทฯ

5. ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์

เป็นที่ทราบกันดีว่าความเสี่ยงต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นความเสี่ยงที่สำคัญ สามารถส่งผลกระทบที่รวดเร็ว รุนแรง ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และไม่อาจประเมินค่าเป็นตัวเงินได้ และภาพลักษณ์ขององค์กรยังมีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ซึ่งหมายถึง ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้ขายสินค้าและบริการให้แก่บริษัทฯ ผู้ซื้อสินค้า และรับบริการจากบริษัทฯ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร หากบริษัทฯ มีภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจส่งผลให้ผู้มีส่วนได้เสียลดความเชื่อถือและไว้วางใจในองค์กร นอกจากนั้น ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรยังส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในปัจจุบัน นอกเหนือจากการพิจารณาจากคุณภาพของสินค้า ดังนั้น บริษัทฯ จึงตระหนักและให้ความสำคัญของชื่อเสียง และภาพลักษณ์ขององค์กรมาโดยตลอด โดยคำนึงและใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ชุมชน สังคม และประเทศชาติ

การบริหารความเสี่ยง

เพื่อลดความเสี่ยงในด้านชื่อเสียง และภาพลักษณ์องค์กร บริษัทฯ จึงได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการกำกับดูแลกิจการที่ดี การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทฯ ให้มีความชัดเจน ถูกต้องและเหมาะสม โดยเน้นให้ความสำคัญกับจรรยาบรรณบทบาท และหน้าที่ ตลอดจนสิทธิ เสรีภาพ ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องได้รับอย่างถูกต้อง เท่าเทียม และเป็นธรรม โดยบริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไว้ในคู่มือจรรยาบรรณทางธุรกิจ โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า คู่สัญญา ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งยังส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ รวมถึงส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่อุปทานทุกชั้นตอน (Business Chain) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายดำเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ภายใต้หลักพื้นฐานทางจริยธรรม เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาเป็นแนวทาง เพื่อรักษาคุณภาพของการดำเนินงานทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจ ที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน



6. ความเสี่ยงด้านอื่นๆ

ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2562 กลุ่มตระกูลศิริมงคลเกษม ถือหุ้นในบริษัทจำนวน 666,104,940 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 53.13 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ จึงทำให้กลุ่มตระกูลศิริมงคลเกษม สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ให้คำชี้แจงกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เกี่ยวกับเงื่อนไข หลักเกณฑ์ต่างๆ รวมถึงใช้ดุลพินิจอย่างระมัดระวัง เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ต่อบริษัทฯ การบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นธรรม โปร่งใส และยุติธรรม โดยที่ผู้มีอำนาจบริหารจัดการธุรกิจนั้นๆ มีความรับผิดชอบต่อนักที่และผลการกระทำของตนต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทฯ ทุกฝ่าย รวมถึงผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ตลอดจนประชาชน

7. ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

นอกจากการบริหารความเสี่ยงที่มีสาระสำคัญ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ แม้ว่าความเสี่ยงดังกล่าวจะยังอยู่ในระดับที่ไม่มีความสำคัญ แต่บริษัทฯ ก็ให้ความสำคัญ โดยผลจากการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงพบว่า บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงในเรื่องความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyberattacks), ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) และความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Extreme Weather Events) รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ บริษัทฯ ได้พิจารณาปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อบริษัท และแนวทางการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

7.1 ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจและวิธีการทำงานที่พึ่งพิงเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น การนำระบบอัตโนมัติมาใช้ทั้งในโรงงานและกระบวนการผลิต รวมถึงแนวโน้มการเชื่อมโยงข้อมูลของอุปกรณ์และส่วนงานต่างๆ ในโรงงานอุตสาหกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจมีความเสี่ยงต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์มากขึ้น เช่น การโจมตีระบบเครือข่าย (Network) หรือระบบวางแผนทรัพยากรองค์กร (ERP) การทำลายข้อมูลโดยผู้ที่ไม่ได้รับอนุญาต หรือนำข้อมูลไปใช้ในทางที่ผิด ภัยคุกคามเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจหรือชื่อเสียงของบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักถึงภัยคุกคามทางไซเบอร์ ซึ่งมีความหลากหลายและมีผลกระทบที่รุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน จึงได้ดำเนินการในด้านต่างๆ เพื่อลดผลกระทบและโอกาสที่เครือข่ายของบริษัทฯ จะถูกผู้ไม่หวังดีรุกราน โดยเริ่มจากมีนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และแผนสำรองฉุกเฉินระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น บริษัทฯ ได้ปรับปรุงระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ให้มีความพร้อมใช้งานเพื่อหลีกเลี่ยงการล้มเหลวของระบบ โดยสำรองระบบเครือข่าย (Network) และเครื่องแม่ข่าย (Server) เพื่อให้ระบบสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องและมีโอกาสล้มเหลวน้อยที่สุด บริษัทฯ มีมาตรการควบคุมความปลอดภัยอย่างเข้มงวด เช่น ระบบรักษาความปลอดภัยของคอมพิวเตอร์ (Firewall) การตรวจทานการให้สิทธิ์ตามกำหนดระยะเวลา การสำรองข้อมูลและการออกแบบการกู้คืนข้อมูลจากเหตุขัดข้องหรือภัยพิบัติที่ไม่คาดคิด ตลอดจนการตรวจจับการเข้าถึงเครือข่ายโดยไม่ได้รับอนุญาต รวมถึงส่งเสริมให้มีการสร้างความตระหนักรู้ในการใช้เทคโนโลยีให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดอบรมและ



กิจกรรมต่างๆ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีอย่างถูกต้องและมีความปลอดภัยจากการถูกคุกคามทางไซเบอร์

7.2. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล

เทคโนโลยีดิจิทัลกลายเป็นส่วนประกอบสำคัญของระบบธุรกิจ และเป็นพื้นฐานสำคัญของการกำหนดยุทธศาสตร์ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใด เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำเนินชีวิตประจำวันและการทำธุรกิจ อาทิ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการขนส่ง การทำการตลาดและการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ ซึ่งในระยะยาว การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจและช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเดิม จนทำให้บริษัทฯ สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งอาจเป็นโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการติดตาม และวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อนำมาพัฒนาการทำงาน ปรับปรุง และสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน อาทิ การนำเทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มาใช้วิเคราะห์ความต้องการ และพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อหาสิ่งที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยเน้นการสร้างคุณค่า (Value Creation) และเน้นการบริการลูกค้าให้ได้รับความประทับใจสูงสุด รวมถึงพัฒนาศักยภาพของพนักงาน การสร้างความเข้าใจ และการปรับวิถีการทำงาน เพื่อให้มั่นใจว่าจะมีการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีอย่างเต็มที่และยั่งยืน ทั้งนี้เพื่อรักษา หรือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ

7.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อันเนื่องมาจากปรากฏการณ์ภาวะโลกร้อนที่ผิดปกติในปัจจุบัน อันนำไปสู่ภัยพิบัติต่างๆ ทั้งในรูปแบบภัยแล้ง น้ำท่วม พายุ ฯลฯ เหล่านี้ หากเกิดขึ้นแล้วล้วนแต่ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ถือเป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถจัดการควบคุม หรือประเมินรูปแบบ และระดับความรุนแรงได้อย่างแน่ชัด ดังนั้น การดำเนินการเตรียมการรับมือต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของโลกนี้ จึงเป็นการช่วยบรรเทา และลดระดับความรุนแรงจากผลกระทบที่บริษัทฯ ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้มีการจัดเตรียมแผนสำรองในการดำเนินธุรกิจยามฉุกเฉินในกรณีต่างๆ ตามแผนแม่บทการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดผู้ดำเนินการและผู้รับผิดชอบ พร้อมให้ดำเนินการติดตามข้อมูลและสถานการณ์สภาพภูมิอากาศตามฤดูกาลต่างๆ รายงานต่อคณะผู้บริหารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพิจารณาเตรียมการรับมือ และการปรับปรุงพัฒนาแผนสำรองอย่างต่อเนื่อง



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลักที่กลุ่มบริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ 31 ธันวาคม 2562 มีดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน			
1.1 ที่ดินสำหรับโรงงานผลิต			
- ข้าหลวงและแปรรูปเนื้อไก่ จำนวน 4 แปลง รวมเนื้อที่ 46-1-85.25 ไร่ จ.สมุทรปราการ	บริษัทเป็นเจ้าของ	153.96	ติดจำนอง 4 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 327 ล้านบาท
- ผลิตอาหารสัตว์ จำนวน 24 แปลง รวมเนื้อที่ 295-3-174.10 ไร่ จ.สมุทรปราการและจ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ	100.55	ติดจำนอง 13 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 675 ล้านบาท
1.2 ที่ดินที่ใช้ในฟาร์มเลี้ยงไก่			
- จำนวน 13 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 736-1-11 ไร่	บริษัทเป็นเจ้าของ	43.23	ติดจำนอง 1 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 110 ล้านบาท
- จำนวน 67 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 3,852-0-6 ไร่	บริษัทย่อย บจก.เอ็ม.เค.เอส ฟาร์ม เป็นเจ้าของ	218.14	ติดจำนอง 18 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 319 ล้านบาท
- จำนวน 29 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 2,292-0-41 ไร่	บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรุงเทพ เป็นเจ้าของ	78.49	ติดจำนอง 28 แปลง กับสถาบันการเงิน มูลค่า 80 ล้านบาท
- จำนวน 4 แปลง จ.ชลบุรี รวมเนื้อที่ 1,824-0-76 ไร่	บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดจ์ เป็นเจ้าของ	60	ไม่มีภาระผูกพัน
2. โรงงาน			
2.1 โรงงานสำหรับผลิต			
- ข้าหลวงไก่และผลิตสินค้าสำเร็จรูป 1 แห่ง จ.สมุทรปราการ	บริษัทเป็นเจ้าของ	363.47	ติดจำนองพร้อมที่ดิน
- ผลิตอาหารสัตว์ 2 แห่ง จ.สมุทรปราการ และ จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ	493.79	ติดจำนองพร้อมที่ดิน
- อาคารผลิตไก่และไส้กรอก 1 แห่ง	บริษัทเป็นเจ้าของ	43.30	ติดจำนองพร้อมที่ดิน
2.2 โรงงานฟาร์มเลี้ยงไก่และโรงฟักลูกไก่			
- จำนวน 206 หลัง จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.เอ็ม.เค.เอส ฟาร์ม เป็นเจ้าของ	1,636.12	ไม่มีภาระผูกพัน
- จำนวน 99 หลัง จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรุงเทพ เป็นเจ้าของ	472.80	ติดจำนองพร้อมที่ดิน
- จำนวน 13 หลัง จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดจ์ เป็นเจ้าของ	261.38	ไม่มีภาระผูกพัน
- จำนวน 13 หลัง จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ	51.19	ไม่มีภาระผูกพัน
3. เครื่องจักร			
3.1 เครื่องจักรใช้ในการผลิต			
- ข้าหลวงและแปรรูปเนื้อไก่ จำนวน 69 ชุด	บริษัทเป็นเจ้าของ	272.73	ไม่มีภาระผูกพัน
- ผลิตอาหารสัตว์ 2 แห่ง จำนวน 5 ชุด	บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ	105.23	ติดจำนอง 4 ชุด มูลค่า 100 ล้านบาท
- ผลิตไก่และไส้กรอก จำนวน 5 ชุด	บริษัทย่อย บจก.จีเอฟฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	18.43	ไม่มีภาระผูกพัน



ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
3.2 เครื่องจักรใช้ในฟาร์มเลี้ยงไก่			
- ประเภทอุปกรณ์ในการฟักลูกไก่			
จำนวน 43 ชุด จ. ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดจ์ เป็นเจ้าของ	18.22	ไม่มีภาระผูกพัน
จำนวน 252 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรุงเทพ เป็นเจ้าของ	73.90	ไม่มีภาระผูกพัน
- ประเภทอุปกรณ์ในการเลี้ยงไก่			
จำนวน 12 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.จีพี บริดจ์ เป็นเจ้าของ	4.46	ไม่มีภาระผูกพัน
จำนวน 96 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.ฟาร์มกรุงเทพ เป็นเจ้าของ	11.09	ไม่มีภาระผูกพัน
จำนวน 1 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บมจ.กรุงเทพอาหาร เป็นเจ้าของ	0.00	ไม่มีภาระผูกพัน
จำนวน 206 ชุด จ.ชลบุรี	บริษัทย่อย บจก.เอ็ม.เค.เอส ฟาร์ม เป็นเจ้าของ	321.91	ไม่มีภาระผูกพัน

นอกจากทรัพย์สินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทข้างต้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาเช่าอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ ศูนย์จำหน่ายสินค้า และหน่วยงานจัดส่งสินค้า และเช่าที่ดินเพื่อใช้ทำฟาร์มเลี้ยงสัตว์และอาคารพักอาศัยของพนักงานจากผู้ให้เช่าที่เป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ลำดับ ที่	ประเภทการเช่า	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลาการเช่า		
			จำนวนปี	วันเริ่มสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา
1	อาคารสำนักงาน	บจก.ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์	3	1 สิงหาคม 2561	31 กรกฎาคม 2564
2	อาคารสำนักงาน	บจก.เอ็ม.เค.เอส.คอนโดทาวน์	3	1 สิงหาคม 2561	31 กรกฎาคม 2564
3	อาคารสำนักงาน	บจก.เอ็ม.เค.เอส.คอนโดทาวน์	3	1 เมษายน 2561	31 มีนาคม 2564
4	อาคารโรงงาน	บจก.ป.เจริญพันธ์อาหารสัตว์	3	1 มกราคม 2562	31 ธันวาคม 2564
5	ที่ดิน	บจก.ป.เจริญพันธ์ปศุสัตว์	20	1 สิงหาคม 2550	31 กรกฎาคม 2570
6	ที่ดิน	บจก.ป.เจริญพันธ์จี.พี.ฟาร์ม	20	1 ตุลาคม 2546	30 กันยายน 2566
7	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง	บจก.ป.เจริญพันธ์ปศุสัตว์	3	1 สิงหาคม 2561	31 กรกฎาคม 2564

หมายเหตุ : 1. สัญญาเช่าอาคารสำนักงาน และที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีระยะเวลาการเช่า 3 ปี สามารถต่ออายุ สัญญาเช่าได้ภายใต้เงื่อนไขของแต่ละสัญญา

2. สัญญาเช่าที่ดินเพื่อสร้างอาคารพักอาศัย และฟาร์มเลี้ยงไก่ที่มีระยะเวลาการเช่า 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 บริษัทย่อยสองแห่งได้ยื่นฎีกาต่อศาล คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลซึ่งยังไม่ทราบผลที่แน่นอน อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยแห่งหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบค่าเสียหายเพียงผู้เดียวและได้บันทึกประมาณการหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นจากคดีดังกล่าวไว้แล้วจำนวน 1.54 ล้านบาท (รวมดอกเบี้ย) โดยเป็นยอดหลังจากหักเงินที่จ่ายส่วนแรกในสัญญาประนีประนอมยอมความแล้ว

เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2561 ศาลฎีกาพิพากษาให้ดำเนินการบังคับคดีบริษัทย่อยทั้งสองแห่งตามสัญญาประนีประนอมยอมความตามศาลอุทธรณ์ และในวันที่ 11 มีนาคม 2562 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ชำระเงินตามสัญญาประนีประนอมยอมความให้แก่บุคคลภายนอกจำนวน 1.71 ล้านบาททั้งจำนวน คดีถือเป็นสิ้นสุด



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
เว็บไซต์	:	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 และจำหน่ายลูกไก่
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	312 ถนนพระรามที่ 2 แขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107537001463
โทรศัพท์	:	0-2473-8000
โทรสาร	:	0-2473-8398
เว็บไซต์	:	www.ktfood.co.th
ทุนจดทะเบียน	:	400,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	400,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	40,000,000 หุ้น
ชนิดของหุ้นที่จำหน่ายแล้ว	:	หุ้นสามัญ
สัดส่วนการถือหุ้น	:	98.26%

ชื่อบริษัท	:	บริษัท จีพี บริติค จำกัด
ประเภทธุรกิจ	:	ฟาร์มเลี้ยงไก่ป้อนพันธุ์ เพื่อผลิตและจำหน่ายลูกไก่ พ่อแม่พันธุ์เนื้อ
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 เพื่อผลิตและจำหน่ายลูกไก่พันธุ์เนื้อและลูกไก่พันธุ์ไข่
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 ตำบลห้วยสูง 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%

6.2 บุคคลอ้างอิงอื่น

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง	:	93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	:	0-2009-9000
โทรสาร	:	0-2009-9991
เว็บไซต์	:	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
เว็บไซต์	:	www.amc-mri.com