

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบาย และภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ส. ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) เกิดจากวิสัยทัศน์ของ ดร.เจริญ รุจิราโสภณ และครอบครัว ที่ต้องการสร้างธุรกิจอาหารไทยให้เติบโตในตลาดโลก โดยธุรกิจเริ่มต้นขึ้นในปีพ.ศ. 2527 ในรูปแบบของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝากจากจังหวัดขอนแก่น เช่น หมูหยอง หมูแผ่น และกุนเชียง ก่อนจะเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานเป็นบริษัทจำกัดภายใต้ชื่อ “บริษัท อุดสาหกรรมอาหาร ส. ขอนแก่น จำกัด ” โดยมีโรงงานผลิตอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ประเภทอาหารพื้นเมือง และมีฟาร์มสุกรเป็นของตนเองเพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบ

การดำเนินงานและการเติบโตของบริษัท

☐ ในปี พ.ศ. 2534

บริษัทฯ เริ่มส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร โดยส่งออกไปยังฮ่องกงเป็นประเทศแรก

☐ ในปี พ.ศ. 2537

บริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

☐ ในปี พ.ศ. 2546

บริษัทฯ ได้ขยายกิจการเข้าสู่ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป โดยการจัดตั้งบริษัทย่อย เพื่อกระจายความเสี่ยงที่เกิดจากการผันผวนของรายได้จากธุรกิจหลัก เป็นผลทำให้รายได้จากการดำเนินงานของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 30

☐ ในปี พ.ศ. 2551

บริษัทฯ ได้เพิ่มสายผลิตภัณฑ์ใหม่ด้านอาหารขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสุกร ซึ่งเป็นการต่อยอดธุรกิจจากอาหารพื้นเมือง และอาหารทะเลแปรรูป ทำให้รายได้จากการดำเนินงานของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13

☐ ในปี พ.ศ. 2552

บริษัทฯ ได้ขยายเข้าสู่ธุรกิจอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตที่สูงในอนาคต เนื่องจากจากเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิต หรือ lifestyle ของประชากรในเมือง

☐ ในปี พ.ศ. 2553

บริษัทฯ ได้ริเริ่มธุรกิจร้านอาหารประเภท Quick Service Restaurant (QSR) เพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า และเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ รวมถึงได้เปลี่ยนชื่อบริษัทจาก “บริษัท อุดสาหกรรมอาหาร ส. ขอนแก่น จำกัด (มหาชน) ” เป็น “ บริษัท ส. ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ”



☐ ในปี พ.ศ. 2555

เนื่องจากชนชาติเอเชียมีความนิยมชมชอบผลิตภัณฑ์อาหารในแนวพื้นบ้านไทย แต่การนำเข้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากประเทศไทยเป็นสิ่งต้องห้ามของ EU ทางบริษัทฯ จึงได้เข้าร่วมมือกับผู้ผลิตในประเทศสาธารณรัฐโปแลนด์โดยการว่าจ้างให้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารภายใต้การกำกับของนักวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จากประเทศไทย และนำออกจำหน่ายทั่ว EU มากกว่า 10 ประเทศภายใต้ตราสินค้า “ ส.ขอนแก่น ”

☐ ในปี พ.ศ. 2556

บริษัทฯ ได้ย้ายฐานการผลิตจากประเทศสาธารณรัฐโปแลนด์ไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยการว่าจ้างผู้ผลิตในประเทศเนเธอร์แลนด์เป็นผู้ผลิตสินค้าของบริษัทฯ แทนผู้ผลิตในประเทศสาธารณรัฐโปแลนด์เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน โดยเฉพาะต้นทุนในการขนส่งสินค้า นอกจากนั้น ผู้ผลิตรายใหม่ยังมีกำลังการผลิตที่เพียงพอจะสามารถรองรับการเติบโตของบริษัทฯ ในอนาคตได้ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์หลัก เช่น สินค้ากลุ่มลูกชิ้นหมู ลูกชิ้นเนื้อ แฮนหมู เป็นต้น โดยบริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ (เนเธอร์แลนด์) บี. วี. ขึ้นมาเพื่อรับผิดชอบในการทำการตลาดในประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มประชาคมยุโรป และสหราชอาณาจักรแทนบริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ (อ.ยู.) จำกัด ที่ได้ปิดกิจการในปีเดียวกัน

นอกจากนั้น ในปีนี้ บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการต่อยอดธุรกิจประเภท Quick Service Restaurant ด้วยการเปิดร้านข้าวขาหมูยูนนาน (Yunnan) โดยเน้นการเปิดสาขตามสถานีบริการน้ำมันจำนวน 4 สาขา

☐ ปี พ.ศ. 2557

บริษัทฯ มุ่งดำเนินการตามนโยบาย “ From Farm to Table ” บริษัทฯ ได้ขยายร้านอาหารประเภทไทยอีสาน ในชื่อของ Zaap Classic เพิ่มขึ้น

☐ ปี พ.ศ. 2558 – 2562

บริษัทฯ ได้มีการขยาย และพัฒนารูปแบบธุรกิจประเภท Quick Service Restaurant เพิ่มขึ้นในรูปแบบของแฟรนไชส์ทั้ง 2 แปรนค์ คือ ข้าวขาหมูยูนนาน และ Zaap Classic ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ



ณ สิ้นปี 2562 บริษัทฯ มีจำนวนร้านค้า และสาขา ดังนี้.-

	ปี พ.ศ.			
	2559	2560	2561	2562
Zaap Classic (ส้มตำ ไก่ย่าง)	14	14	14	12
Yunnan (ข้าวขาหมู)				
1. ในประเทศ	19	18	19	17
2. ต่างประเทศ				
- กัมพูชา	3	4	0	0
- ลาว	2	2	2	1
รวม	38	38	35	30

กลยุทธ์ของร้านอาหารจะมุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน และส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า พร้อมทั้งขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค เช่น ช่องทางออนไลน์ โดยผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ และในทุก Platform ที่เป็นพันธมิตรของบริษัทฯ เช่น Grab, Lineman, Food panda ซึ่งรวมถึงการให้บริการอาหารจัดเลี้ยงให้กับกลุ่มลูกค้าประเภทบุคคล องค์กร หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน

1.1 นโยบายการดำเนินงาน

บริษัท ส. ขอนแก่นฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินนโยบายธุรกิจโดยมีวัตถุประสงค์ต้องการขยายตลาดให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั่วโลก บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการผลิต และจำหน่ายอาหารไทยที่มีรสชาติดี สด สะอาด และมีคุณค่าทางโภชนาการ และมีราคาที่เข้าถึงได้ ภายใต้กรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัย และถูกสุขอนามัย โดยคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภคเป็นหลัก พร้อมมุ่งเน้นสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) และความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibilities - CSR) และการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน

วิสัยทัศน์

“ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำอาหารไทยในตลาดโลกที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืน ผ่านมาตรฐานกระบวนการทำงานที่เป็นเลิศ ”

ในปี 2562 คณะกรรมการฯ ได้มีการพิจารณาทบทวนวิสัยทัศน์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงทบทวนนโยบายที่สำคัญให้มีความเหมาะสม และสอดคล้องต่อการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เช่น นโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายการต่อต้านการทุจริต เป็นต้น

เป้าหมาย

- ☐ สร้างผลกำไรให้เติบโตอย่างยั่งยืน
ด้วยการเพิ่มยอดขาย การลดต้นทุน และการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- ☐ การเข้าถึงลูกค้าให้มากที่สุด
ด้วยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างช่องทางจำหน่ายของตนเอง
- ☐ ส่งมอบประสบการณ์ที่เกินความคาดหวังให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงด้วยราคาที่เหมาะสม
- ☐ สร้างระบบการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ
ด้วยระบบบริหารที่สามารถดึงความสามารถของบุคลากรทุกคนออกมาได้สูงสุด และมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกันทั่วทั้งองค์กร ตลอดจนการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิผล
- ☐ เป็นองค์กรแห่งความสุข ที่คนดี คนเก่ง อยากร่วมงานด้วย
ด้วยการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการทำในสิ่งที่ถูกต้อง ทำงานเป็นทีมที่มีเป้าหมายร่วมกันอย่างชัดเจน เรียนรู้ตลอดชีวิต รวมถึงการบริหารค่าตอบแทน และสวัสดิการที่เป็นธรรม และสามารถแข่งขันได้
- ☐ รับผิดชอบต่อสังคม
ด้วยการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ต่าง ๆ ให้กับสถานศึกษา หน่วยงานทั้งของภาครัฐ และเอกชน



กลยุทธ์

- ☐ เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ที่นอกเหนือจาก Modern Trade เช่น Traditional Trade, Food Services, E-commerce และร้านค้าของบริษัท ทั้งนี้ รวมถึงตลาดในต่างประเทศ เช่น พม่า ลาว กัมพูชา ฯลฯ
- ☐ พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม และเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น กลุ่มอาหารพื้นเมือง อาหารทะเล อาหารขบเคี้ยว สินค้าของฝาก และอาหารพร้อมรับประทาน โดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงาน กลุ่มวัยรุ่น และนักท่องเที่ยว เป็นต้น
- ☐ สร้างระบบการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งภายใน และภายนอกองค์กร มีการพัฒนาบุคลากร และกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลเพิ่มขึ้น
- ☐ พัฒนาระบบการสรรหา และคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กร โดยการสรรหาทั้งจาก ภายในองค์กรด้วยโครงการพัฒนาพนักงาน และผู้นำในทุกระดับ และจากภายนอกด้วย
- ☐ บริหารจัดการทรัพยากรที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ให้เกิดผลตอบแทนที่เหมาะสม



1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจที่สำคัญ

ในปี พ.ศ. 2562 บริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงด้านการประกอบธุรกิจที่สำคัญดังนี้.-

1. บริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

ปี พ.ศ. 2562 นับเป็นปีแห่งการปรับปรุงพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ หลังจากทีบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนระบบ Infrastructure เข้าสู่ Private Cloud เมื่อปีที่ผ่านมา ในปีนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบ Data warehouse ในการบริหารจัดการข้อมูลภายใน มีการนำ Business Intelligent Report (BI Report) เข้ามาใช้เพื่อยกระดับการใช้ข้อมูลให้ตอบสนองต่อความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วทางธุรกิจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันเวลา รวดเร็ว อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีการบริหารจัดการข้อมูลเอกสารภายใน โดยการนำเอา Document Management System (DMS) มาใช้เพื่อลดเวลาการทำงาน

ด้านการขาย และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากอาหารทะเล ซึ่งตามโครงสร้างเดิม บริษัท มหาชัยฟู้ดส์ จำกัด จะเป็นผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูป และเป็นผู้ขายตรงถึงตลาดสด ส่วนตลาดอื่น ๆ มอบให้บริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว แต่หลังการปรับ โครงสร้าง คณะกรรมการทั้ง 2 บริษัทร่วมกันเห็นชอบที่จะให้บริษัท มหาชัยฟู้ดส์ จำกัด เป็นทั้งผู้ผลิต และจัดจำหน่ายด้วยตนเองสำหรับตลาดภายในประเทศ ส่วนตลาดต่างประเทศบริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ยังเป็นตัวแทนจำหน่ายส่งออกไปยังต่างประเทศ เนื่องจากเป็นยอดขายที่ไม่เป็นนัยสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อลดการพึ่งพาบริษัทแม่ และสามารถดำเนินธุรกิจได้เต็มรูปแบบด้วยตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาบริษัทแม่อีกต่อไป

2. บริษัท มหาชัยฟู้ดส์ จำกัด (บริษัทย่อย)

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารจัดการควบคุมต้นทุนการผลิตอย่างต่อเนื่อง และบริหารจัดการกับต้นทุนวัตถุดิบที่มีแนวโน้มขาดแคลน และปรับราคาสูงขึ้น ภายใต้ภาวะแรงกดดันจากปัญหาการทำประมงผิดกฎหมาย ขาดการรายงาน และไร้การควบคุม (IUU) โดยเพิ่มแหล่งจัดหาวัตถุดิบ และการปรับสูตรสินค้า เพื่อรักษาความสามารถทางการแข่งขันด้านคุณภาพ ราคา และต้นทุน

3. บริษัท ส.ปศุสัตว์ จำกัด (บริษัทย่อย)

ธุรกิจฟาร์มสุกร บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการยกระดับความปลอดภัยทางชีวภาพ (Bio-security) มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อเสริมมาตรการป้องกัน และลดความเสี่ยงต่อการระบาดของโรคในสุกร (ASF) และมีการนำระบบการให้อาหารอัตโนมัติมาใช้แทนแรงงานคนเพื่อลดต้นทุน และความเสี่ยงต่อการขาดแคลนแรงงาน



1.3 โครงสร้างการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ



บริษัท ส. ขอนแก่นฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน) “ SORKON ”

ดำเนินธุรกิจผลิต และจำหน่ายอาหารพื้นเมืองไทย อาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน และกิจการร้านอาหารประเภท Quick Service Restaurant (QSR) โดยมีโรงงานที่ดำเนินการภายใต้บริษัทฯ 3 แห่ง ได้แก่

- | | |
|--|--------------------|
| 1. โรงงานผลิตอาหารพื้นเมืองชนิดแห้ง | จังหวัดนครปฐม |
| 2. โรงงานผลิตอาหารพื้นเมืองชนิดสด | จังหวัดสมุทรปราการ |
| 3. โรงงานอาหารแช่แข็ง ชนิดพร้อมรับประทาน | จังหวัดสมุทรสาคร |

บริษัท ส.ปศุสัตว์ จำกัด “ SPS ”

ดำเนินธุรกิจฟาร์มผลิตสุกรพันธุ์ เพื่อผลิตสุกรขุนเพื่อการจำหน่าย โดยไม่ได้จำหน่ายสุกรพันธุ์

บริษัท ส. ขอนแก่นฟู๊ดส์ (เนเธอร์แลนด์) บี. วี.

ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ (โดยว่าจ้างผู้ผลิตในประเทศเนเธอร์แลนด์ในรูปแบบ OEM)

บริษัท ทรีดีฟู้ดแอนด์เบฟเวอเรจ จำกัด

บริษัทได้หยุดดำเนินกิจการตั้งแต่ต้นปี 2560 เนื่องจากมีการโอนย้ายธุรกิจไปรวมกับบริษัท ส. ขอนแก่นฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน) เพื่อให้การบริหารจัดการมีความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บริษัท ส.เทรนนิ่ง เซ็นเตอร์ จำกัด

ดำเนินธุรกิจบริการ จัดการฝึกอบรมให้แก่บริษัทในเครือเดียวกัน หรือบริษัทที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจเป็นเครือข่ายกัน

บริษัท มหาชัยฟู๊ดส์ จำกัด “ MFOOD ”

ดำเนินธุรกิจผลิต และจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูปในรูปแบบแช่เย็น (Chilled) แช่แข็ง (Frozen) และอาหารทะเลแปรรูปพร้อมรับประทาน บริษัทฯ มีสำนักงาน และโรงงานแปรรูป ตั้งอยู่เลขที่ 71/11 หมู่ 6 ซอยรุ่งเสริมธุรกิจ ถนนเสริมธุรกิจ ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ในอดีตบริษัทฯ ได้แต่งตั้งให้ บริษัท ส. ขอนแก่นฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด และตลาดต่างประเทศ แต่ในปัจจุบันบริษัทฯ ได้ทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยตรงให้กับลูกค้าทั้งในกลุ่มช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) และในกลุ่มตลาดสด (Traditional Trade) โดยมีการขยายพื้นที่ขายไปยังทั่วประเทศโดยผ่านพันธมิตรที่เป็นลูกค้าและผู้จัดส่งรายใหญ่ของประเทศ



บริษัท เอส เค เค ฟู้ด จำกัด “ SKKF ”

ในอดีตบริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปให้กับ บริษัท มหาชัยฟู้ดโปรดเซสซิ่ง จำกัด และ บริษัท ส. ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) โดยผ่านช่องทางตลาดสด (Traditional Trade) แต่ในปัจจุบันทางบริษัทผู้ผลิตได้ดำเนินการทำการตลาด และจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางตลาดสด (Traditional Trade) ด้วยตนเอง และบริษัทฯ ได้หยุดดำเนินกิจการตั้งแต่กลางปี 2560

บริษัท ไทยโฮมฟู้ด (กรุงเทพฯ) จำกัด

บริษัทได้หยุดดำเนินกิจการตั้งแต่ต้นปี 2560 เนื่องจากมีการโอนย้ายธุรกิจไปรวมกับบริษัท ส. ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) เพื่อให้การบริหารจัดการมีความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น และปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างการเลิกกิจการ และชำระบัญชี



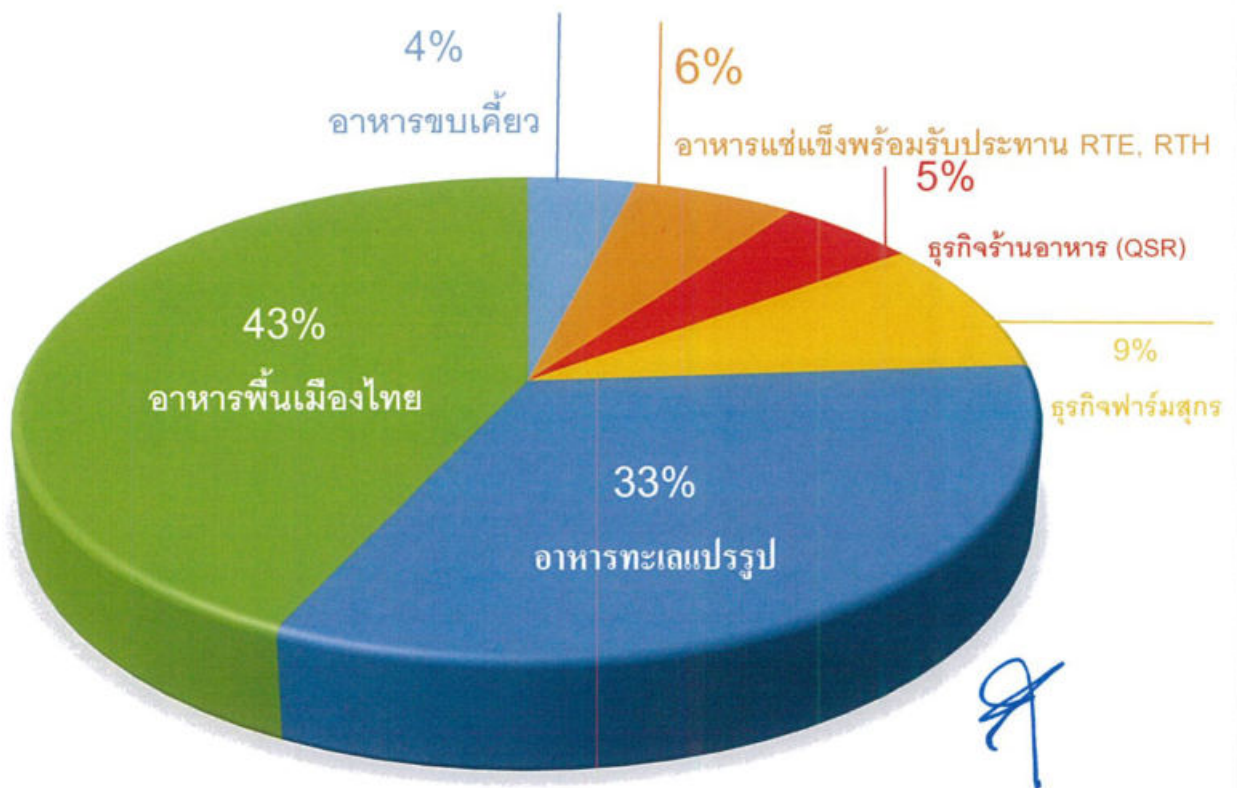
2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่ม “ ส. ขอนแก่น ” แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มธุรกิจหลัก ดังนี้.-

1. อาหารพื้นเมืองไทย
2. อาหารทะเลแปรรูป
3. อาหารขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสุกร และเนื้อไก่ (Meat Base Snack)
4. อาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน (Ready-To-Eat : RTE) และอาหารแช่แข็งพร้อมอุ่นรับประทาน (Ready-To-Heat : RTH)
5. ธุรกิจร้านอาหารประเภท Quick Service Restaurant (QSR)
6. ธุรกิจฟาร์มสุกรขุน

รายได้ของบริษัทฯ ประมาณร้อยละ 94 : เป็นการจำหน่ายภายในประเทศ และมีการส่งออกประมาณร้อยละ 6 ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารพื้นเมืองไทย ซึ่งจะพบปัญหาเกี่ยวกับการนำเข้าจากเกือบทุกประเทศ สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารทะเลแปรรูปในปีนี้มี การส่งออกลดลงจากผลกระทบจากระบบเศรษฐกิจของประเทศลูกค้าในกลุ่มทวีปยุโรปที่มีความต้องการสินค้าที่ลดลง และความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับประเทศคู่แข่ง เนื่องจากค่าเงินบาทที่แข็งค่ามาตลอดทั้งปี

ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ ปี 2562



โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ และกลุ่มผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. อาหารพื้นเมืองไทย						
- ในประเทศ	1,121.55	39.1	1,018.63	36.5	973.69	36.3
- ส่งออก	97.81	3.4	100.90	3.6	85.64	3.2
รวม	1,219.36	42.5	1,119.53	40.1	1,059.33	39.5
2. อาหารทะเลแปรรูป (ลูกชิ้นปลา)						
- ในประเทศ	872.53	30.5	860.42	30.8	818.99	30.5
- ส่งออก	60.03	2.1	84.99	3.0	90.60	3.4
รวม	932.56	32.6	945.41	33.8	909.59	33.9
3. อาหารขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสุกร						
- ในประเทศ	105.71	3.7	100.31	3.6	96.87	3.6
- ส่งออก	1.62	0.0	2.38	0.1	0.71	0.0
รวม	107.33	3.7	102.69	3.7	97.58	3.6
4. อาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน						
- ในประเทศ	185.69	6.5	193.05	6.9	185.96	7.0
- ส่งออก	0.34	0.0	3.36	0.1	5.89	0.2
รวม	186.03	6.5	196.41	7.0	191.85	7.2
5. ร้านอาหาร (QSR)	143.02	5.0	138.78	5.0	158.55	5.9
6. การจำหน่ายสุกรขุน	248.68	8.7	206.01	7.4	194.94	7.3
ยอดขายรวม	2,836.98	99.0	2,708.83	97.0	2,611.84	97.4
รายได้อื่น	27.98	1.0	82.41	3.0	69.15	2.6
รวมรายได้	2,864.96	100.0	2,791.24	100.0	2,680.99	100.0

หมายเหตุ ปี 2562 ได้ใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง : รายได้จากการทำสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งให้ถือปฏิบัติกับงบการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่ม หรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2562 เป็นต้นไป ซึ่งบริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างรายได้ของปี 2561 และปี 2560 ให้สอดคล้องกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับดังกล่าวด้วย

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการกับลูกค้า และถือว่าการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขัน ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการของบริษัทฯ จากการประเมินความพึงพอใจในการบริการต่าง ๆ ของลูกค้าโดยวิธีตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีการประเมินเกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อ ระบบการจัดส่ง การส่งมอบ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การรับซื้อร้องเรียนและฉลากสินค้า / บรรจุภัณฑ์ มีผลความพึงพอใจจากการประเมินแบ่งตามช่องทางจัดจำหน่าย ดังนี้.-

ช่องทางจัดจำหน่าย	ปี 2562	ปี 2561
1. Domestic	ร้อยละ 91.90	ร้อยละ 86.47
2. Export	ร้อยละ 80.93	ร้อยละ 77.87

จะเห็นว่าในปี 2562 ในภาพรวม บริษัทฯ ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงขึ้นกว่าในปี 2561 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจที่ลูกค้ามีให้กับบริษัทฯ มากยิ่งขึ้น



1. อาหารพื้นเมืองไทย

เป็นกลุ่มสินค้าแรก และสินค้าหลักของบริษัทฯ ตลอดมา คิดเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดของยอดขายรวม โดยใช้ฐานการผลิตจากโรงงานทั้ง 2 แห่ง คือ โรงงานบางพลี และโรงงานนครปฐม

อาหารพื้นเมืองไทยประกอบด้วย : แหนม หมูยอ ไส้กรอกอีสาน ลูกชิ้นหมู หมูหยอง หมูแผ่น กุนเชียง และอื่น ๆ ซึ่งผลิตภายใต้ตรา “ ส.ขอนแก่น ” “ หมูดี ” “ ห้วยแก้ว ” “ บ้านไผ่ ” “ หมูแชมป์ ” และ “ เสริมฐิ ” เป็นต้น

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาหารพื้นเมืองไทยในปี 2562 นั้น ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การปรับปรุงคุณภาพ และประสิทธิภาพภายใน รวมถึงการพัฒนาสูตรใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มคุณภาพ และประสิทธิภาพทางการผลิต

ช่องทางการจำหน่ายหลักยังคงเป็นช่องทาง Modern Trade, Convenience Store, ตลาดท้องถิ่น และส่งออก โดยบริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการจัดจำหน่ายโดยตรง สำหรับช่องทางตลาดสด(Traditional Trade) นั้น ดำเนินการการจัดจำหน่ายโดยผ่านบริษัท มหาชัยฟู๊ดส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ

ภาพรวมผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารพื้นเมืองไทยในปี 2562 ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หลัก และการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น หมูยอโบราณ หมูยอบดหยาบคุณภาพสูงรสชาติดั้งเดิม และผลิตภัณฑ์แหนมตรา “ ห้วยแก้ว ” ที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี

ด้านราคา และต้นทุน สินค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มหลักที่ได้รับผลกระทบจากราคาวัตถุดิบเนื้อสุกรที่ปรับเปลี่ยนขึ้นมากกว่าร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ถึงแม้ว่าต้นทุนจะเพิ่มขึ้นมาก แต่บริษัทฯ ไม่สามารถปรับราคาได้ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในช่วงชะลอตัว กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง การแข่งขันสูงขึ้นทั้งคู่แข่งทางตรง และทางอ้อมที่เป็นสินค้าทดแทน

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในปี 2562

เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจของปี 2562 ยังคงอยู่ในสภาวะชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น และยังคงระมัดระวังในการใช้จ่าย กำลังซื้อลดลง ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น และมีปัจจัยลบเพิ่มขึ้นจากผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยที่ขาดเงินทุนหมุนเวียนได้หายไปจากระบบเป็นจำนวนมาก เนื่องจากในปี 2560 - 2561 ราคาสุกรลดต่ำมาก ประกอบกับการแพร่ระบาดของเชื้อ ASF (African Swine Fever) ในประเทศเพื่อนบ้านที่ติดกับประเทศไทย เช่น จีน เวียดนาม กัมพูชา พม่า ลาว เป็นต้น ทำให้มีการทำลายสุกรเป็นจำนวนมากเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อ ASF ทำให้ปริมาณความต้องการสุกรของประเทศเพื่อนบ้านที่เกิดโรคระบาดมีปริมาณสูงขึ้น ผลผลิตสุกรส่วนหนึ่งได้ถูกส่งออกไปยังประเทศดังกล่าว เนื่องจากได้ราคาที่สูงกว่าในประเทศ ส่งผลให้ปริมาณสุกรในประเทศลดลงทำให้ราคาเนื้อสุกรปรับตัวสูงขึ้นเป็นอย่างมาก ซึ่งส่งผลกับต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมแปรรูปจากเนื้อสุกรทั้งกลุ่ม



จากสถานะตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย จะพบว่า ในช่องทาง Traditional Trade จะเป็นช่องทางที่มีมูลค่าตลาดใหญ่ การแข่งขันสูง ให้ความสำคัญด้านราคามากกว่าคุณภาพ และเป็นกลุ่มลูกค้าที่จะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ สำหรับช่องทาง Modern Trade และ Convenience Store ที่เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของบริษัทฯ ตลาดยังมีการเติบโต เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ รสชาติ ราคาสินค้า หรือความเชื่อมั่นต่อผู้ผลิต

ในปี 2562 ทางบริษัทฯ ได้ดำเนินนโยบายรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าทั้งด้านรสชาติ และการพัฒนาในทุกตราสินค้า และให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายที่ยังมีกำลังซื้อค่อนข้างสูงในทุกกลุ่ม ทุกวัย โดยผ่านช่องทาง Modern Trade และ Convenience Store ซึ่งจะพบว่าตลาดสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพสูงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในทุกด้านยังมีแนวโน้มการเติบโตในสถานะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะได้รับผลกระทบจากต้นทุนที่สูงขึ้นจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ก็ตาม

สำหรับช่องทาง Traditional Trade นั้น บริษัทฯ ได้นำเสนอสินค้าตรา “เศรษฐกิจ” เข้าไปเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อลดลงมา แต่มีความต้องการผลิตภัณฑ์คุณภาพดี โดยบริษัทฯ มีความต้องการที่จะสร้างให้ลูกค้ามีความรู้จัก ได้ทดลอง และมีความคุ้นเคยต่อผลิตภัณฑ์ โดยไม่เน้นการแข่งขันด้านราคา และการลดคุณภาพแต่อย่างใด

สรุปภาพรวม บริษัทฯ ยังคงรักษาส่วนแบ่งการตลาดได้มากกว่าร้อยละ 50 ด้วยประสิทธิภาพและความเป็นผู้นำในธุรกิจการผลิตอาหารแปรรูปมากกว่า 35 ปี

สำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปจากเนื้อสุกรกลุ่มอาหารพื้นเมืองไทยนั้น ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความยั่งยืนสูง กลุ่มผู้ผลิตที่ระดับผู้นำได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพ และมาตรฐานการผลิตค่อนข้างมาก ซึ่งจะส่งผลดีต่อการเติบโตของตลาดในระยะยาว แต่อุปสรรคของการเติบโตในอุตสาหกรรมนี้ คือ โอกาสในการส่งออกค่อนข้างน้อย เนื่องจากข้อกีดกันของประเทศต่าง ๆ ทำให้ต้องพึ่งพาตลาดภายในประเทศเป็นหลัก และยังคงมีปัญหาด้านการรับรู้ของผู้บริโภค เช่น ทศนคติเชิงลบต่อผลิตภัณฑ์บางชนิด เช่น แหนม ว่าไม่ปลอดภัย เป็นของดิบ ซึ่งแท้จริงแล้วเป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยที่อุดมไปด้วยสารอาหารที่มีประโยชน์เช่นกัน

2. อาหารทะเลแปรรูป

อาหารทะเลแปรรูปเป็นอีกหนึ่งธุรกิจหลักของบริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายเป็นลำดับรองจากอาหารพื้นเมืองไทย ดำเนินการผลิตโดยบริษัท มหาชัยฟู้ดส์ จำกัด (ชื่อเดิม บริษัท มหาชัยฟู้ด โปรดิวส์ จำกัด) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และช่องทางตลาดต่างประเทศผ่านผู้นำเข้าในแต่ละประเทศ ปัจจุบันมีประเทศที่ส่งออกหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป สหราชอาณาจักร อิสราเอล ญี่ปุ่น เกาหลี และฮ่องกง



อาหารทะเลแปรรูปประกอบด้วย ลูกชิ้นปลา ลูกชิ้นกุ้ง ลูกชิ้นปลาหมึก และ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อปลาอื่น ๆ โดยมีการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ตามระดับราคา และคุณภาพของสินค้า เพื่อเป็นการเจาะตลาดให้ครอบคลุมทั้งตลาดบน และตลาดล่าง ปัจจุบันอาหารทะเลแปรรูปของบริษัท มหาชัยฟู้ดส์ จำกัด มีทั้งที่ผลิตภายใต้ตราสินค้าของตนเอง เช่น “แต่จิว” “กวางเจา” “เกาหลิน” “มหาชัย” “โอเคิง” “เซียงไฮ้” “ไคเซน” “ฮ่องกง” และ “ไทเป” และที่รับจ้างผลิต (OEM)

นอกจากผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าทะเลแปรรูปแล้ว บริษัทยังมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อีก เช่น กลุ่มน้ำพริกน้ำจิ้ม ภายใต้ตราสินค้า “ไทยเดิม” และ “ไทยนิยม” อีกด้วย

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในปี 2562

สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว และค่าเงินบาทแข็งค่าอย่างต่อเนื่อง ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคทั้งในประเทศ และต่างประเทศโดยรวมลดลง ประกอบกับต้นทุนวัตถุดิบหลักในประเทศขาดแคลน และมีราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลกระทบจากมาตรการการแก้ไขปัญหาการทำประมงผิดกฎหมาย อีกทั้งไม่สามารถปรับเพิ่มราคาขายได้ เนื่องจากสภาพการแข่งขันในตลาดที่รุนแรงจากผู้ผลิตจำนวนมากหลายราย

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารจัดการควบคุมต้นทุนการผลิต โดยการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตด้วยวิธีการต่าง ๆ ร่วมกับการควบคุมค่าใช้จ่าย และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้บริษัทฯ สามารถรักษาระดับความสามารถในการแข่งขันได้ทั้งในด้านราคา คุณภาพ และต้นทุน

ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของบริษัท คือ

1. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้แก่ แผงค้าในตลาดสด ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านอาหารขนาดเล็ก รวมทั้งร้านค้าแบบรถเข็น หรือรถพ่วง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการขนาดเล็กจำนวนมาก

2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

บริษัทฯ มีการกระจายสินค้าผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี ท็อปส์ แฟมิลี่มาร์ท และ 7-11 เป็นต้น โดยข้อดีของการกระจายสินค้าผ่านช่องทางนี้คือ สามารถกระจายสินค้าไปได้ทั่วประเทศ

3. ตลาดต่างประเทศ (Export)

เป็นการดำเนินการส่งออกผ่านตัวแทนในการทำตลาด ซึ่งทำหน้าที่ติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายในแต่ละประเทศซึ่งจะกระจายสินค้าของบริษัทไปยังร้านค้าปลีกอีกต่อหนึ่ง โดยประเทศที่ส่งออกหลักคือ สหรัฐอเมริกา ประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป สหราชอาณาจักร อิสราเอล ญี่ปุ่น เกาหลี ฮ่องกง จีน และออสเตรเลีย



3. อาหารขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสุกร และเนื้อไก่

กลุ่มสินค้าขนมขบเคี้ยวประเภทเนื้อสุกร เนื้อไก่ ทำตลาดภายใต้ตรา “ อองเทร่ ” และ “ ส.ขอนแก่น ” ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หมูแผ่นกรอบ หมูอบปรุงรส และแคปหมูกรอบ นั้น บริษัทฯ ยังคงบริหารจัดการจำหน่ายโดยตรงในช่องทาง Convenience Store ส่วนช่องทาง Modern Trade และ Traditional Trade นั้นยังคงให้บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในปี 2562

กลุ่มอาหารขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสุกร และเนื้อไก่ หรือเรียกว่า Meat Snack นั้น ยังคงมีสัดส่วนที่ต่ำเมื่อเทียบกับขนาดตลาดรวมของอาหารขบเคี้ยว (ไม่นับรวมกลุ่มที่ผลิตจากเนื้อปลา และปลาหมึกหรือที่เรียกว่า Sea Snack ซึ่งแม้ว่าในภาพรวมนั้นการเติบโตถูกกดดันจากสถานะเศรษฐกิจชะลอตัวภายในประเทศ แต่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ Meat Snack นั้นมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีผู้ผลิตรายใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตาม ยอดขายของสินค้ากลุ่มนี้ของบริษัทฯ ก็ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ยังคงสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้คงเดิม ด้วยการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความแปลกใหม่ได้ทันเวลา ซึ่งในปี 2562 บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ “ อองเทร่ รส Hot Chili ” ซึ่งได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบ meat snack ที่มีรสชาติจัดจ้านได้อย่างดี

สำหรับอุตสาหกรรมอาหารขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสุกร และเนื้อไก่นั้น มีโอกาสเติบโตทางการตลาดสูง เนื่องจากแนวโน้มการเติบโตของกลุ่มลูกค้าผู้รักสุขภาพที่เริ่มหลีกเลี่ยงการรับประทานขนมขบเคี้ยวที่ทำจากแป้ง หรือวัตถุดิบที่มีคาร์โบไฮเดรตสูง แต่ยังมีความต้องการบริโภคอาหารขบเคี้ยวที่มีรสชาติอร่อย เพลิดเพลิน โดยการแสวงหาทางเลือกอื่นทดแทน ซึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Meat Snack ของบริษัทฯ สามารถตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มนี้ได้ทุกความต้องการ

สำหรับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของกลุ่มอาหารขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสุกร และเนื้อไก่ คือ ด้านราคา เนื่องจากสินค้าอาหารขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสัตว์นั้นมีต้นทุนต่อหน่วยที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่ทำจากแป้งมาก แต่เนื่องจากการรับรู้ของผู้บริโภคคิดว่าน่าจะเหมือนกัน จึงมีการเปรียบเทียบราคากับสินค้ากลุ่มที่ทำจากแป้ง ซึ่งบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าในอนาคตอันใกล้นี้ทางผู้บริโภคจะค่อย ๆ รับรู้ถึงความแตกต่าง เมื่อมีการสื่อสารทางการตลาดที่ดี และมากขึ้น

4. อาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน และพร้อมอุ่นรับประทาน

อาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน และพร้อมอุ่นรับประทานในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีนโยบายที่ต้องการเริ่มเปลี่ยนแปลงจากการเป็นผู้รับจ้างผลิตภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (OEM) เพียงอย่างเดียวมาเป็นการพัฒนาสินค้าภายใต้แบรนด์ของตัวเอง เช่น ข้าวเหนียวหมูฝอย ตรา “ ส.ขอนแก่น ” ที่ขายผ่านช่องทาง Convenience Store เป็นหลัก และหาหมูนาน ผ่านช่องทางร้านค้าของตนเอง และ Modern Trade และจะมีการขยายผลไปอย่างต่อเนื่องเพื่อเสนอให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น

ภาวะอุตสาหกรรม และการแข่งขันในปี 2562

ในปี 2562 ตลาดอาหารแช่แข็งและอาหารพร้อมรับประทานมีการเติบโตมาก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว ชอบลองสิ่งใหม่ ๆ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น รถไฟฟ้านั้นทำให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคอาหารพร้อมรับประทานที่มีความสะดวกสบายในราคาที่เข้าถึงได้มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม อาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานนั้น ตลาดส่วนใหญ่จะอยู่ที่ร้านสะดวกซื้อ หรือ Convenience Store ซึ่งจะเน้นการขายสินค้าแบรนด์ของตัวเอง (House Brand) ซึ่งในกลุ่มนี้ ทางบริษัทฯ ยังได้รับความไว้วางใจให้บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตอย่างต่อเนื่อง

สำหรับสินค้ากลุ่มนี้ บริษัทฯ มีความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในด้านของต้นทุน และคุณภาพสินค้า เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตที่มีครบทั้ง Supply Chain ตั้งแต่ฟาร์ม โรงงานที่ทำหน้าที่เป็นครัวกลาง เทคโนโลยีที่สามารถผลิตสินค้าจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว และที่สำคัญคือ ประสบการณ์ในการพัฒนาอาหารพื้นเมืองผ่านกระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมมาตรฐานสูงที่ยังคงรักษาความอร่อยได้เหมือนปรุงใหม่

สำหรับกลยุทธ์ในการเติบโตในอุตสาหกรรมนี้ คือ การพัฒนาสินค้าที่มีรสชาติอร่อย ความสามารถในการผลิตแบบอุตสาหกรรม มาตรฐานความปลอดภัย และความสามารถในการจัดจำหน่าย แต่ส่วนที่สำคัญที่สุดคือ การบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถนำเสนอสินค้าในระดับราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้

5. ร้านอาหารประเภท Quick Service Restaurant

บริษัทฯ ได้เปิดร้านอาหารประเภทสัปดาห์ ไก่ย่าง ภายใต้ตรา “Zaap Classic” ในรูปแบบของบริษัทฯ และแฟรนไชส์ รวม 12 แห่งในปี พ.ศ. 2562 โดยในปีนี้อาศัยกลยุทธ์หลัก คือ การให้บริการ Delivery ทั้งในรูปแบบ Call Center และ Website ของบริษัทฯ ตลอดจนการส่งอาหารผ่านตัวแทนจาก Platform ต่าง ๆ อาทิ โกลด์แมน แกร็บ ฟู้ดแพนด้า และบางส่วนจัดส่งโดยพนักงานของบริษัทฯ และการให้บริการข้าวกล่อง สำหรับจัดเลี้ยงกลุ่มบริษัท และสำนักงานต่าง ๆ

สำหรับร้านข้าวขาหมู ตรา “ยูนนาน” ในปี 2562 มีจำนวน 17 สาขา บริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายสาขาในรูปแบบของแฟรนไชส์ และการสร้างเมนูเอกลักษณ์ของร้านจากวัตถุดิบหลัก คือ ข้าวหมู อาทิ ข้าวกะเพราขาหมู หรือเมนูขาหมูหมั่นโถวพร้อมทาน ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้า ซึ่งในปีนี้ บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญของการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของสาขาในประเทศให้มีประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้น



ภาวะอุตสาหกรรม และการแข่งขันในปี 2562

ตลาดธุรกิจร้านอาหารมีอัตราเติบโตเพียง 4 – 5% จากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูง เพราะห้างสรรพสินค้าหลายแห่งมีนโยบายในการเพิ่มสัดส่วนพื้นที่ให้บริการร้านอาหารจากเดิมร้อยละ 20 - 25 มาเป็นร้อยละ 35 - 40 ของพื้นที่ทั้งหมด ส่งผลให้มีจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาเปิดร้านในพื้นที่เดิมเพิ่มมากขึ้นเกือบเท่าตัว ในขณะที่จำนวนผู้บริโภค และนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการกลับลดลงไม่เป็นไปตามเป้าหมาย จากภาวะเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัว

ในขณะเดียวกัน ตลาด food delivery มีการเติบโตจากปีที่แล้วประมาณ 14% และคาดการณ์ว่าจะมีขนาดตลาดที่ 35,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2562 ดังนั้น บริษัทฯ จึงใช้กลยุทธ์ในการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคให้มากที่สุด โดยการส่งอาหารถึงผู้บริโภคผ่าน Food Aggregator ต่าง ๆ อาทิ โลว์แมน แกร็บ ฟู้ดแพนด้า มีการจัดส่งอาหารด้วยทีมงานของร้านเองผ่าน Call Center หรือจัดตั้งลูกค้ากลุ่มบริษัท และงานสัมมนา ควบคู่ไปกับการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อสร้างมาตรฐาน และปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานในด้านบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

6. ธุรกิจฟาร์มสุกรพันธุ์ และสุกรขุน

บริษัท ส.ปสุสัตว์ จำกัด ดำเนินธุรกิจฟาร์มพ่อแม่พันธุ์สุกร และสุกรขุน ในปัจจุบัน บริษัทได้จำหน่ายสุกรขุนเป็นหลัก โดยบริษัทให้ความสำคัญสูงสุดในการรักษาคุณภาพของสินค้า กล่าวคือ คุณภาพซากสุกรที่มีมันน้อยแต่มีเนื้อแดงมาก ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งบริษัทยังได้ดำเนินการปรับปรุงพันธุ์พ่อแม่สุกรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะสามารถรักษาคุณภาพซากสุกรได้อย่างต่อเนื่อง

บริษัทตระหนักถึงการที่ไม่สามารถควบคุมกลไก และราคาในตลาดสุกรขุนได้ บริษัทจึงให้ความสำคัญในการหาวิธีลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำระบบการให้อาหารอัตโนมัติมาใช้แทนแรงงานในการให้อาหารสัตว์ในโรงเรือนสุกร ซึ่งแนวโน้มการขาดแคลนแรงงานจะมีมากขึ้น และจะส่งผลต่อต้นทุนการเลี้ยงสุกรที่สูงขึ้นอย่างมีนัย หนึ่ง บริษัทได้มุ่งเน้นการผลิตเชิงปริมาณให้มากขึ้น กล่าวคือ ผลิตจำนวนลูกสุกรต่อคอกให้มากขึ้น เพื่อจะทำให้บริษัทสามารถบริหารต้นทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และเพื่อสามารถทำกำไรได้มากขึ้นในช่วงที่ราคาสุกรขุนขึ้น และในขณะเดียวกันก็จะมีโอกาสขาดทุนน้อยลงเมื่อราคาสุกรขุนปรับตัวลง

อีกทั้งธุรกิจฟาร์มสุกรถือเป็นธุรกิจที่สร้างหลักประกันทางด้านวัตถุดิบให้กับทางบริษัท โดยในปี 2562 บริษัทคาดการณ์ว่าราคาสุกรขุนจะเฉลี่ยปรับตัวขึ้นตลอดทั้งปี แต่อาจมีบางช่วงที่ราคาไม่ได้ปรับขึ้นเนื่องจากกลุ่มผู้เลี้ยงสุกรมีความกังวลเกี่ยวกับโรคระบาดได้แก่ โรคในสุกร (ASF) และได้มีการทยอยขายสุกรเข้าสู่ท้องตลาดมากกว่าอุปสงค์ในตลาด จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ราคาสุกรไม่ได้ขยับขึ้นเป็นนัยในช่วงปีไตรมาส 3 ของปี 2562 ที่ผ่านมา



อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการกำหนดมาตรการป้องกันเชื้อโรคเข้าสู่ฟาร์ม ซึ่งหนึ่งในมาตรการที่สำคัญที่สุด คือ การยกระดับความปลอดภัยทางชีวภาพ (Bio-security) ให้สูงขึ้น เช่น ห้ามบุคคลภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องเข้าเขตฟาร์ม เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทได้วางแผนเพิ่มกำลังผลิตแม่สุกรจาก 3,000 แม่เป็น 5,000 แม่ ในปี 2563 และปี 2564

ภาวะอุตสาหกรรม และการแข่งขันในปี 2562

บริษัท ส.ปศุสัตว์ จำกัด มีข้อได้เปรียบ และถือว่าเป็นจุดแข็งของ “ ส.ปศุสัตว์ ” คือ

- 1) **ทำเลที่ตั้ง** ฟาร์มตั้งอยู่ในหุบเขา ซึ่งมีสันเขาเป็นแนวกำแพงในการป้องกันการแพร่ของโรคที่จะเข้าถึงในฟาร์ม นอกจากนี้ ในทำเลที่ตั้งฟาร์มนี้ยังไม่พบฟาร์มสุกรรายใดที่ตั้งอยู่ในรัศมีห่างจากฟาร์ม ส.ปศุสัตว์ ไป 5 กิโลเมตร ซึ่งถือเป็นประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเชื้อโรคในสุกร (ASF) ที่จะสามารถสร้างความสูญเสียให้กับฟาร์มถึง 100%
- 2) **มีผู้บริหารมืออาชีพที่มีความชำนาญในการจัดการ และบริหารฟาร์มให้เกิดประสิทธิภาพ** เจริญต้นทุน และแข่งขันได้
- 3) **“ ส.ปศุสัตว์ ” ได้คัดเลือกสุกรสายพันธุ์เคนมาร์ก** ซึ่งถือว่าเป็นสุกรที่มีซากสวย กล่าวคือ มีมันน้อย เนื้อแดงมาก ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดปัจจุบัน สุกรของ “ ส.ปศุสัตว์ ” สามารถจำหน่ายได้ในราคาสูงกว่าท้องตลาด หรือราคาสูงกว่าราคาที่ประกาศ 1 – 2 บาทต่อกิโลกรัม
- 4) **ด้วยเหตุผลในข้อ 2) ข้างต้น “ ส.ปศุสัตว์ ” สามารถลดความสูญเสียจากโรคระบาดสัตว์** ทำให้ “ ส.ปศุสัตว์ ” ได้เปรียบเชิงต้นทุน
- 5) **“ ส.ปศุสัตว์ ” ได้ประสบความสำเร็จในการแก้ปัญหาหมอลภาวะ** โดยการนำมูลสุกรมาผลิตแก๊สชีวภาพเพื่อผลิตไฟฟ้ามาใช้ในฟาร์มด้วยตนเอง จึงเป็นการลดค่าใช้จ่ายทางด้านสาธารณูปโภคประเภทไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญ



นโยบายการตลาด

- บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์หลากหลายตราสินค้า (Multi Brand Strategies) สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ในทุกช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสินค้าทุกตราสินค้าของบริษัทฯ เป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคมีความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ค่อนข้างสูง นอกจากนี้ การใช้กลยุทธ์หลากหลายตราสินค้าสามารถส่งผลให้บริษัทฯ มีความคล่องตัวในการกระจายสินค้าไปยังช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถกำหนดราคา กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย โดยไม่ส่งผลกระทบซึ่งกันและกัน
- บริษัทฯ ให้ความสำคัญสูงสุดในการรักษาคุณภาพของสินค้า ทั้งในด้านความสะอาด สุขอนามัย และรสชาติ โดยเน้นกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานตามระบบ GMP และ HACCP
- รักษาความเป็นผู้นำทางด้านราคา บริษัทฯ มีการพัฒนาระบบการผลิตไปสู่ระบบอัตโนมัติอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเครื่องจักรมาทดแทนแรงงานที่มีแนวโน้มขาดแคลน และมีต้นทุนที่สูงขึ้นในอนาคต และมุ่งเน้นการผลิตเชิงปริมาณให้มากขึ้น ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อเป็นผู้นำทางด้านราคาได้ และบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในด้านราคาของสินค้านั้น ต้องยุติธรรมสอดคล้องกับคุณภาพ และปริมาณของสินค้า โดยมีเป้าหมายให้ผู้บริโภคคนไทยได้บริโภคสินค้าที่ดีในราคาที่เหมาะสม
- การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุม
ช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ ประกอบด้วย
 - (1) ผ่านผู้ค้าส่ง / ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Modern Trade) และร้านสะดวกซื้อ ในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้มีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางนี้เป็นหลัก โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าพื้นเมือง และอาหารขบเคี้ยว คิดเป็นประมาณร้อยละ 80
 - (2) ผ่านพันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ค้าปลีกในตลาดสด (Traditional Trade) ซึ่งเป็นช่องทางที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งในการกระจายสินค้า โดยเฉพาะกลุ่มอาหารทะเลแปรรูป เช่น ลูกชิ้นปลา ทอดมัน ลูกชิ้นปลาหมึก ปลาเส้นทอด และในปี 2562 บริษัทฯ ได้มีการนำสินค้ากลุ่มอื่น ๆ เข้าไปจัดจำหน่ายผ่านช่องทางนี้เพิ่มขึ้น
 - (3) ผ่านตัวแทนการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นช่องทางที่บริษัทฯ เลือกใช้ในการกระจายสินค้าในกลุ่มอาหารขบเคี้ยวที่ต้องการความกว้าง และลึกในการขยายตลาดสูง ซึ่งตัวแทนจัดจำหน่ายจะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการกระจายสินค้าผ่านช่องทาง General Trade ได้เป็นอย่างดี



- (4) โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และกลุ่มธุรกิจที่ให้บริการด้านอาหาร (Hotel Restaurant and Catering - HoReCa) เป็นช่องทางใหม่ที่บริษัทฯ เริ่มมีการกระจายสินค้าเข้าสู่ผู้ประกอบการโดยตรง โดยบริษัทฯ จะมุ่งเน้นในกลุ่มอาหารทะเล อาหารไทยพื้นเมือง เป็นต้น
- (5) ร้านอาหารของบริษัทฯ ชื่อ “ Zaap Classic ” และ “ ยูนิทาน ” โดยมีนโยบายในการขยายสาขาอย่างรวดเร็ว ผ่านระบบแฟรนไชส์ จำนวน 50 สาขาภายในปี 2020 และมีการปรับการสื่อสารของร้าน Zaap Classic โดยสร้างความแตกต่างจากร้านอื่น ๆ
- (6) ร้านค้าในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ ทั่วประเทศ โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นในกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่ซื้อเป็นของฝาก ของขวัญ เป็นต้น
- (7) E-Commerce ปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีระบบการขายผ่านช่องทาง On-Line โดยผ่าน Website ของบริษัทฯ และพันธมิตรของบริษัทฯ เช่น Grab, Lineman, Food panda เป็นต้น โดยในไตรมาสที่ 3 ของปี 2562 ร้าน Zaap Classic ได้รับรางวัลยอดขายสูงสุดจาก Grab ผ่านการนำเสนอสินค้าใหม่ที่มีรสชาติอร่อย ในราคาที่เข้าถึงได้ง่าย
- (8) ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ ทำหน้าที่ในการทำการตลาด และกระจายสินค้าให้กับร้านค้าปลีกในแต่ละประเทศ เช่นฮ่องกง สาธารณรัฐประชาชนจีน สหราชอาณาจักร และประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป เป็นต้น

การจัดหาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ และการคัดเลือกผู้ขายที่เข้มงวด โดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และฝ่ายควบคุมคุณภาพจะดำเนินการทดสอบคุณภาพของวัตถุดิบให้เป็นไปตามข้อกำหนดทุกครั้ง ก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่าย และบริษัทฯ ยังมีนโยบายในการประเมินผู้ขายอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งเพื่อให้มั่นใจได้ว่าวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายยังคงมีการรักษาคุณภาพตามมาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนด

บริษัทฯ มีการติดตามสถานการณ์ และบริหารความท้าทายต่าง ๆ ทั้งต้นทุนราคาวัตถุดิบที่ผันผวน โดยได้รวมศูนย์กลางจัดซื้อเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดหาเชิงกลยุทธ์ และดำเนินการจัดทำสัญญาระยะสั้น (3 - 6 เดือน) ระยะยาว (มากกว่า 6 เดือน) เพื่อลดความผันผวนของราคา และปริมาณสินค้า อีกทั้งเพื่อให้มั่นใจว่าจะยังสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพได้มาตรฐานในปริมาณที่เพียงพอต่อการผลิต ภายใต้ราคาที่เหมาะสมตามสถานะแนวโน้มราคาในตลาด

การพัฒนา หรือปรับปรุงโครงการใหม่ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพ และมาตรฐานของงานก่อสร้างภายใต้การบริหารจัดการงบประมาณให้เป็นไปตามแผนการลงทุน และมีประสิทธิภาพสูงสุดในการคัดเลือกผู้รับเหมา บริษัทฯ จะพิจารณาจากประวัติ และผลงานของผู้รับเหมาในด้านคุณภาพ และมาตรฐานของงานก่อสร้าง ศักยภาพทางการเงิน ประวัติ ด้านการรับผิดชอบงาน และขั้นตอน และเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ ที่ช่วยลดต้นทุน และร่นระยะเวลาในการก่อสร้างโครงการ

ขั้นตอนการคัดเลือกบริษัทผู้รับเหมา นั้น บริษัทฯ จะเปิดการประมูลงาน โดยให้มีการเสนอราคาจากผู้รับเหมาก่อสร้างไม่ต่ำกว่า 3 ราย โดยการประมูลจะเป็นไปในลักษณะการประมูลราคา และทำการพิจารณาเปรียบเทียบต้นทุนค่าก่อสร้างให้อยู่ในงบประมาณที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับราคากลางที่ประเมินโดยที่ปรึกษาอิสระ และมีระยะเวลาการก่อสร้างเป็นไปตามแผนงานของบริษัทฯ ประกอบกับการพิจารณาประวัติ และผลงานของผู้รับเหมาในด้านต่าง ๆ ตามที่กล่าวข้างต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างชัดเจน และโปร่งใส

อาหารทะเลแปรรูป

สำหรับการจัดซื้อวัตถุดิบในการผลิตลูกชิ้นปลา และอาหารทะเลแปรรูปนั้น เป็นกระบวนการสำคัญในการควบคุมต้นทุนสินค้า บริษัทฯ มีการพิจารณาคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบทั้งใน และนอกประเทศที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน ในราคาที่เหมาะสม มีปริมาณเพียงพอต่อการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยมีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า รวมทั้งมีการวางแผนการซื้อวัตถุดิบตามฤดูกาลในช่วงที่มีราคาคำ และจัดเก็บสำรองเพื่อไว้ในช่วงที่วัตถุดิบมีราคาสูง โดยมีการจัดเก็บข้อมูลประวัติราคาสินค้าวัตถุดิบ และแนวโน้มราคาในอนาคต เพื่อทำการประเมินปริมาณการสั่งซื้อ และราคาที่เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลาให้สอดคล้องกับแผนการขาย และแผนการผลิต

ฟาร์มสุกร

ตามที่บริษัทได้มีการยกระดับความปลอดภัยทางชีวภาพ (Bio-security) นั้น ได้ส่งผลกระทบสำคัญในแง่ของการผลิตสุกร รวมถึงการได้มาซึ่งน้ำเชื้อพ่อพันธุ์อย่างยั่งยืน กล่าวคือ บริษัทไม่มีนโยบายนำสุกรพันธุ์ (พ่อ และแม่) จากภายนอก (เฉพาะในเขตราชอาณาจักรไทย) เข้ามาใช้ในการผลิตสุกรเพื่อจำหน่ายเป็นสุกรขุน แต่บริษัทจะนำเข้าน้ำเชื้อพ่อพันธุ์สุกรจากประเทศเดนมาร์กแทน สาเหตุหลักคือ เพื่อป้องกันไม่ให้เชื้อโรคเข้าฟาร์มโดยเด็ดขาด สำหรับแม่พันธุ์สุกรบริษัทมีนโยบายที่จะผลิตขึ้นมาใช้ทดแทนในฝูงแม่พันธุ์เอง



การผลิต และกำลังการผลิต

(ก) บริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) มีโรงงานผลิต 3 แห่ง ดังนี้

- โรงงานบางพลี

ตั้งอยู่เลขที่ 44/4 หมู่ที่ 13 ถนนประชาราษฎร์อุทิศ ตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี
จังหวัดสมุทรปราการ

ผลิตอาหารพื้นเมืองไทยประเภทอาหารสด (ແໜ່ມ, หมูยอ, ไส้กรอกอีสาน และลูกชิ้นหมู)
และอาหารแห้ง

กำลังการผลิต : 9,900 ตันต่อปี (กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นจากปี 2561 ที่ 9,000 ตันต่อปี

เนื่องจากการเพิ่มเครื่องจักรในการผลิตหมูยอ ซึ่งสามารถผลิตหมูยอได้
เพิ่มขึ้นปีละ 900 ตัน)

- โรงงานนครปฐม

ตั้งอยู่เลขที่ 114 หมู่ที่ 8 ถนนไผ่ลั่นช้าง ตำบลบ่อพลับ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ผลิตอาหารพื้นเมืองประเภทอาหารแห้ง (กุนเชียง และหมูหยอง)

กำลังการผลิต : 800 ตันต่อปี

- โรงงานมหาชัย

ตั้งอยู่เลขที่ 39/61 หมู่ที่ 2 ถนนพระราม 2 นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร

ตำบลบางกระเจ้า อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ผลิตอาหารแช่แข็ง

กำลังการผลิต : 2,700 ตันต่อปี

(ข) บริษัท มหาชัยฟู้ดส์ จำกัด (ชื่อเดิม : บริษัท มหาชัยฟู้ดโปรดเซสซิ่ง จำกัด)

ตั้งอยู่เลขที่ 71/11 หมู่ที่ 6 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ผลิตอาหารทะเลแปรรูป

กำลังการผลิต : 15,000 ตันต่อปี

(ค) บริษัท ส.ปสุสัตว์ จำกัด

ตั้งอยู่เลขที่ 44 หมู่ที่ 2 ตำบลพญาเย็น อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 30320

ผลิตสุกรพันธุ์เพื่อผลิตสุกรขุนเพื่อการจำหน่าย โดยไม่ได้จำหน่ายสุกรพันธุ์

กำลังการผลิต : 3,000 แม่



ปัจจัยความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบของธุรกิจสุกรแปรรูป

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตอาหารร้อยละกว่า 60 มาจากเนื้อไก่ และเนื้อสุกร ซึ่งราคาก็จะผันแปรไปตามฤดูกาล และดินฟ้าอากาศ รวมทั้งโรคระบาดในสัตว์ ก็จะกระทบราคาอย่างรุนแรง กรณีที่เป็นโรคระบาดในสัตว์ วิธีที่บริษัทฯ ได้กระทำคือ ใช้วิธีป้องกันทางสุขอนามัย และสัปดาห์ที่เป็นตัวนำพาเชื้อโรค เช่น นก แมลงวัน และการเข้มงวดกวดขันเรื่องอนามัย ส่วนปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมก็คือ อุปสงค์และอุปทาน ซึ่งบริษัทฯ ก็มีวิธีการจัดการ เช่น จัดซื้อในฤดูกาลเพื่อกักเก็บไว้ใช้นอกฤดูกาล ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สามารถบรรเทาปัญหาด้านต้นทุนได้ในระดับหนึ่ง

2. ความเสี่ยงด้านการตลาด

2.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาช่องทางการจัดจำหน่าย Modern Trade

สำหรับปัจจัยนี้ เป็นทั้งจุดแข็ง และความเสี่ยงของบริษัทฯ ในเวลาเดียวกัน เนื่องจากการพัฒนาสินค้าของบริษัทฯ นั้นอยู่บนมาตรฐานสากล ซึ่งต้องใช้การลงทุน และค่าใช้จ่ายบริหารที่สูง สินค้าของบริษัทฯ จึงมีโครงสร้างต้นทุนที่สูงกว่ากลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SME ดังนั้น การดำเนินนโยบายขายโดยใช้ช่องทาง Modern Trade ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักคือ กลุ่มคนมีกำลังซื้อที่มีพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าคุณภาพ และด้วยมาตรฐานของตัวเองที่ต้องคัดเลือกแต่สินค้าที่มีคุณภาพนั้น ส่งผลให้เกิดความเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดมาจนถึงทุกวันนี้ บริษัทฯ มีสัดส่วนการขายผ่านช่องทาง Modern Trade มากกว่า 80% ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงจากการถูกถอดสินค้าออกจากชั้นวางได้ ด้วยสาเหตุใด ๆ ก็ตาม ถึงแม้ความเสี่ยงข้อนี้จะอยู่ในระดับต่ำเนื่องจากประวัติการทำงาน และความเชื่อถือที่ยาวนานของบริษัทฯ ต่อลูกค้าที่เป็น Modern Trade ทั้งหลายนั้นอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก แต่ทางบริษัทฯ ก็มีได้นั่นนอนใจ จึงมีการกำหนดแผนงานระดับกลางที่มุ่งเป้าการขายสัดส่วนยอดขายจากกลุ่มช่องทางนอกห้าง หรือที่เรียกว่า General Trade รวมถึงการพัฒนาช่องทางของตัวเองเช่น QSR (Quick Service Restaurant) แต่ปัจจุบันยังคงเป็นส่วนที่ต่ำ

2.2 ความเสี่ยงจากสภาพเศรษฐกิจชะลอตัว

ซึ่งในข้อนี้อาจยังไม่แสดงผลกระทบที่ชัดเจนมากนักในปี 2562 แต่เชื่อว่าจะมีผลที่ชัดเจนมากขึ้นในปี 2563 ซึ่งคาดว่ากำลังซื้อที่ลดลงนั้นจะเกิดขึ้นกับกลุ่มตลาดล่างก่อน เช่น ตลาดสด ร้านขายสินค้าทั่วไป ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกลุ่มสินค้า Fighting Brand ของบริษัทฯ เนื่องจากเป็นตลาดที่ถูกค้าใช้ราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยความเสี่ยงข้อนี้ ยังอยู่ในระดับต่ำสำหรับบริษัทฯ เนื่องจากสินค้าที่ขายในตลาดสดเป็นส่วนไม่ถึง 1% และสินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ รวมถึงกลุ่ม Fighting Brand นั้น ยังคงเป็นสินค้าสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ สำหรับแผนงานในอนาคตนั้น บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาช่องทางขายสินค้าที่นอกเหนือไปจากกลุ่ม Modern Trade แต่จะให้ความสำคัญกับตลาดที่มีกำลังซื้อสูงเป็นหลัก

2.3 ความเสี่ยงจากการรู้จักตราสินค้า

จากการวิจัยพบว่า ระดับการรู้จักตราสินค้า “ ส.ขอนแก่น ” ในกลุ่มผู้บริโภคที่อายุต่ำกว่า 25 ปีนั้นต่ำกว่าในกลุ่มที่อายุสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในอนาคต เนื่องจากเมื่อกลุ่มคนอายุน้อยโตขึ้น เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อนั้นอาจไม่รู้จักตราสินค้า ทำให้เสียโอกาสในการขาย และจะมีต้นทุนทางการตลาดสูงขึ้น แต่ปัจจัยเสี่ยงข้อนี้ก็ยังคงจัดเป็นความเสี่ยงในระดับต่ำ เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ของ ส.ขอนแก่น เป็นสินค้าสำหรับคนอายุมากกว่า 25 ปี ประกอบกับเทรนด์ตลาดสำคัญที่กำลังเกิดขึ้นนั้น คือ ประเทศไทยกำลังเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ในอีกไม่เกิน 30 ปีข้างหน้า ซึ่งจะยังคงเป็นตลาดสำคัญของสินค้าของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ก็ได้กำหนดแผนงานระยะยาวสำหรับสองประเด็นนี้แล้ว ซึ่งก็คือ การพัฒนาสินค้ากลุ่มขนมขบเคี้ยวสำหรับกลุ่มคนที่อายุน้อยลง และแผนระยะยาวสำหรับการพัฒนาสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มคนสูงอายุมากขึ้น

3. ความเสี่ยงในธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป

3.1 ความเสี่ยงในการจัดหาวัตถุดิบหลัก และความผันผวนของราคา

วัตถุดิบหลักที่ใช้ประกอบด้วย เนื้อปลา ชูริมิ ผัก และเครื่องปรุงรส ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มีความผันผวนในด้านราคาและปริมาณที่สามารถจัดหาได้ ขึ้นอยู่กับอุปสงค์ และอุปทานตามปริมาณผลผลิตที่เข้าสู่ท้องตลาด ซึ่งเกี่ยวข้องกับสภาวะอากาศในแต่ละปี ส่งผลให้บริษัทฯ อาจต้องจัดหาวัตถุดิบในราคาที่สูง แต่อาจไม่สามารถเปลี่ยนแปลงราคาจำหน่ายสินค้าได้ตามราคาวัตถุดิบที่อาจจะเพิ่มสูงขึ้น หรืออาจไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบได้เพียงพอต่อการจัดจำหน่าย ทำให้บริษัทฯ สูญเสียโอกาสในการสร้างยอดขายได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการเก็บข้อมูลราคาวัตถุดิบซึ่งสามารถนำมาใช้วิเคราะห์ และคาดการณ์แนวโน้มปริมาณ และราคา ทำให้สามารถประมาณการ และประเมินปริมาณวัตถุดิบที่จะใช้ และสามารถสั่งซื้อได้อย่างเหมาะสม สำหรับวัตถุดิบที่มีความผันผวนสูง หรือมีความต้องการใช้ในปริมาณมากนั้น บริษัทฯ จะทำการสั่งซื้อในช่วงฤดูกาลเพื่อเก็บไว้ใช้ในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบที่ราคาดี และได้คุณภาพมาชดเชย และฝ่ายจัดซื้อยังดำเนินการสรรหาผู้ผลิต และผู้จำหน่ายสินค้า และวัตถุดิบรายใหม่ที่มีศักยภาพอยู่เสมอ

3.2 ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันสูงของอุตสาหกรรมรวมถึงการลอกเลียนแบบ

ปัจจุบันบริษัทฯ เป็นผู้นำทางการตลาด มีสัดส่วนใน Modern Trade มากกว่า 70% ซึ่งอาจพูดได้ว่า บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานสูง แต่ก็มีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าโรงงานย่อยๆ ทั่วไป แต่เนื่องจากสินค้าของบริษัทฯ ได้วางจำหน่ายใน Modern Trade เป็นหลัก ราคาจึง



ไม่เป็นประเด็น เพราะผู้บริโภคมั่นใจ และเชื่อถือในตราสินค้าของบริษัทฯ และถือว่าราคามีความเหมาะสม เนื่องจากสินค้ามีคุณภาพคุ้มค่า จากสถิติจะเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจจะผันผวนเพียงไรก็ไม่สามารถกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนตลาดที่นิยมสินค้าราคาถูก แต่ราคาเป็นประเด็นสำคัญ ตลาดนี้ก็จะมีการประกอบการเข้าร่วมวงจำนวนมาก แต่ก็ต้องลดราคาลงมาให้ต่ำในระดับที่ผู้จำหน่ายอาหารในตลาดสดยอมรับได้

โดยสรุปแล้ว เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ในปัจจุบันมีความแข็งแกร่ง และเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมายลูกค้า เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้ค้ารายใหญ่ และเป็นผู้กำหนดราคาเพื่อให้รายย่อยขายราคาตามที่บริษัทฯ กำหนด

4. ความเสี่ยงโรคระบาดในสุกร

ปัจจุบันปัญหาการแพร่ระบาดของโรคในสุกรเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีเชื้อโรคใหม่เกิดขึ้น ด้วยสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ขณะที่บางโรคยังไม่มียา และวัคซีนป้องกัน จึงทำให้สุกรได้รับความเสียหายเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการต้องปิดกิจการเลี้ยงสุกรในหลายพื้นที่

เชื้อโรคสุกรที่ยังไม่มีวัคซีนป้องกันรักษาได้ 100% ได้แก่

1. เชื้อโรค PRRS เป็นเชื้อโรคที่ทำลายระบบสืบพันธุ์ และระบบทางเดินหายใจของสุกร
2. เชื้อโรค PCV2 เป็นเชื้อโรคที่ทำให้ไตเสื่อม และกดภูมิคุ้มกันโรค
3. เชื้อโรค FMD (เชื้อโรคปาก และเท้าเปื่อย)
4. เชื้อโรค ASF (African Swine Fever) เป็นเชื้อโรคที่เกิดขึ้นใหม่ ที่เริ่มแพร่ระบาดเข้าไปในประเทศจีน และแพร่ไปในอีกหลายพื้นที่

วิธีป้องกันความเสี่ยงในโรคระบาดในสุกร

1. จัดมาตรการป้องกันการเข้า – ออก ฟาร์มอย่างเข้มงวด ฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อโรครถยนต์ทุกคัน
2. ห้ามบุคคลภายนอกเข้าฟาร์มอย่างเด็ดขาด
3. การเข้าตรวจ หรือเข้าปฏิบัติงานในฟาร์ม พนักงานทุกคนต้องอาบน้ำ เปลี่ยนเสื้อผ้าทุกครั้ง
4. จัดโซนการเลี้ยงสุกรแต่ละชนิดแยกเป็นสัดส่วน เช่น เล้าคลอด เล้าอนุบาล เล้าสุกรขุน เล้าขาย เป็นต้น

สำหรับฟาร์ม ส.ปศุสัตว์ ถือว่าเป็นฟาร์มที่ได้เปรียบ เนื่องจากทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตที่สามารถป้องกันเชื้อโรคได้ดีกว่าฟาร์มอื่น เพราะมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การทำฟาร์มปศุสัตว์ นอกจากนั้น ทางฟาร์มฯ ได้จัดให้มีการบริหารจัดการที่เข้มงวด พนักงาน และคนภายนอกทุกคนต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบการเข้า – ออกของฟาร์มอย่างเคร่งครัด มีทั้งมาตรการป้องกัน และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ทำให้มั่นใจได้ว่าจะสามารถควบคุมความเสี่ยงจากโรคระบาดในสุกรได้อย่างดี



5. ความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิต และจำหน่ายสินค้าอาหารแปรรูปทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งมีโรงงานผลิตตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนครปฐม และจังหวัดสมุทรสาคร และธุรกิจร้านอาหารประเภท Quick Service Restaurant ทำให้ต้องมีการติดต่อกับหน่วยงานรัฐทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านทุจริตคอร์รัปชัน เช่น การจ่ายค่าอำนวยความสะดวก การจ่ายเงิน หรือถูกเรียกเก็บเงินจากเจ้าหน้าที่รัฐในบางกรณีที่บริษัทฯ ต้องไปประสานงานด้วย เป็นต้น หรือความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการทุจริตเกี่ยวกับเงินสด ทรัพย์สิน การจัดซื้อจัดจ้าง การจ่ายเงินเดือน หรือค่าแรงงานต่างด้าว รายได้ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และระบบข้อมูลสารสนเทศ

ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้นเพื่อทำหน้าที่ ประเมิน วิเคราะห์ และ กำหนดมาตรการในการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจ และการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงการจัดให้มีระบบ การควบคุมภายใน และการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการจัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชัน โดยกำหนดความรับผิดชอบ และแนวทางในการปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับป้องกันการทุจริต คอร์รัปชันในทุกกิจกรรม และสื่อสารนโยบายดังกล่าวให้กับคณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และ ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายใน และภายนอกทราบ เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติร่วมกันในการดำเนินธุรกิจ อย่างโปร่งใส และยุติธรรม

บริษัทฯ ได้มีการทบทวนนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับกรอบแนวทาง ปฏิบัติที่คืออยู่เสมอ รวมทั้งทบทวนข้อมูลความเสี่ยง และมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร ในทุกด้านให้สอดคล้อง และเหมาะสมกับบริบทขององค์กรที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละปี นอกจากนี้ ยังมีการตรวจสอบการปฏิบัติตาม นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และมาตรการบริหารจัดการ ความเสี่ยงขององค์กรว่าเป็นไปตามที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปี 2560 บริษัทฯ ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการ ต่อต้านการทุจริต (CAC) ในฐานะสมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติฯ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่น และตั้งใจในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ และบริษัทฯ ได้ขึ้นแบบประเมินตนเองเกี่ยวกับ มาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน พร้อมทั้งเอกสารประกอบเสนอต่อสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการ บริษัทไทย (IOD) เพื่อพิจารณาต่ออายุใบรับรอง (Recertification) ในปี 2562 โดยได้รับความเห็นชอบ และอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและบรรษัทภิบาล และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ทั้งนี้ เพื่อยืนยันถึงเจตนารมณ์ที่จะมุ่งมั่นต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเป็นการทบทวนความมีประสิทธิภาพของระบบการควบคุมและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อมั่นใจว่าจะสามารถป้องกัน และควบคุมความเสี่ยงที่เกิดจากการทุจริตคอร์รัปชันได้อย่างเหมาะสม



6. ความเสี่ยงจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น และมีอำนาจบริหาร
บริษัทฯ

ครอบครัวจุริราโสภณ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ ถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 55.05 ของทุนที่ออก
จำหน่ายและชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ส่งผลให้ครอบครัวจุริราโสภณ สามารถเข้ามามีอำนาจ
ในการบริหารจัดการบริษัทฯ ตลอดจนแต่งตั้งตัวแทนเข้ามาเป็นกรรมการของบริษัทฯ รวมถึง
สามารถที่จะรวบรวมเสียงส่วนใหญ่ในการลงมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้นในเรื่องต่าง ๆ ที่ต้องได้รับ
เสียงข้างมากของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุม และมีสิทธิออกเสียงลงคะแนนได้
อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักดี และมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสีย มีจริยธรรมในการปฏิบัติงาน มี
การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส และมีหลักการอนุมัติรายการระหว่างกัน ทั้งนี้ ครอบครัวจุริราโสภณ
ไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนในวาระที่ตนเป็นผู้มีส่วนได้เสีย และเพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารงาน
และการดำเนินงานเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ บริษัทฯ
จึงได้แต่งตั้งบุคคลภายนอกเป็นกรรมการอิสระ และคณะกรรมการตรวจสอบและบรรษัทภิบาล
เพื่อเข้ามากำกับดูแล และเป็นการถ่วงดุลอำนาจ รวมทั้งช่วยพิจารณาถ่วงถ่วง และให้ความเห็น
เกี่ยวกับเรื่องที่จะนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น บริษัทฯ จึงมั่นใจว่าผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้
เสียจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม และเป็นธรรม



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลัก

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ประกอบธุรกิจ ดังนี้.-

1) ที่ดิน (กรรมสิทธิ์เป็นของบริษัทฯ และบริษัทย่อย)


ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดินที่ใช้ประกอบธุรกิจ			
1.1 ที่ดิน 1 แปลง - 81 ตารางวา ตั้งอยู่ที่แขวงพระโขนงเหนือ กรุงเทพฯ ใช้เป็นที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	24.30	คิดภาระค้ำประกันกับ สถาบันการเงิน ในวงเงิน 223 ล้านบาท
1.2 ที่ดิน 1 แปลง - 6 ไร่ 3 งาน 34 ตารางวา ตั้งอยู่ที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ใช้เป็นที่ตั้งสำนักงาน และ โรงงานมี 4 อาคาร	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	121.09	คิดภาระค้ำประกันกับ สถาบันการเงิน ในวงเงิน 223 ล้านบาท
1.3 ที่ดิน 3 แปลง - 4 ไร่ 3 งาน 36 ตารางวา ตั้งอยู่ที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ใช้เป็นที่ตั้งของสำนักงาน และ โรงงาน	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	36.78	คิดภาระค้ำประกันกับ สถาบันการเงิน ในวงเงิน 101 ล้านบาท
1.4 ที่ดินเพื่อการลงทุน 16 แปลง - 4 ไร่ 78 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ใช้เป็นที่ตั้งอาคารสำนักงาน 14 ชั้น	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	236.95	คิดภาระค้ำประกันกับ สถาบันการเงิน ในวงเงิน 334 ล้านบาท
1.5 ที่ดิน 10 แปลง - 33 ไร่ 3 งาน 99.1 ตารางวา ตั้งอยู่ที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ใช้เป็นที่ตั้งของสำนักงาน และ โรงงาน	บจก. มหาชัยฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	100.56	คิดภาระค้ำประกันกับ สถาบันการเงิน ในวงเงิน 358 ล้านบาท
1.6 ที่ดิน กบท.5 1 แปลง เนื้อที่ดิน 90 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ตำบลพญาเย็น อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ใช้เป็นที่ตั้งของแหล่งน้ำ และ เครื่องสูบน้ำ เพื่อนำน้ำมาใช้ในโรงเรือนเลี้ยงสุกร	บจก. ส.ปสุตต์ ผู้ถือครอง	0.5	ไม่มีภาระผูกพัน

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
2. ที่ดินรอการพัฒนา			
2.1 ที่ดินจำนวน 26 แปลง รวมเนื้อที่ 472 ไร่ 1 งาน 45.8 ตารางวา ตั้งอยู่ที่อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ใช้เป็นที่ดินเพื่อการลงทุน	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	74.77	คิดภาระค้ำประกัน กับสถาบันการเงิน ในวงเงิน 223 ล้านบาท
2.2 ที่ดินจำนวน 24 แปลง รวมเนื้อที่ 269 ไร่ 1 งาน 48 ตารางวา ตั้งอยู่ที่อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ใช้เป็นที่ดินเพื่อการลงทุน	บจก. มหาชัยฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	51.60	คิดภาระค้ำประกัน กับสถาบันการเงิน ในวงเงิน 170 ล้านบาท
2.3 ที่ดินจำนวน 1 แปลง รวมเนื้อที่ที่ดิน 39 ไร่ 1 งาน 3.1 ตารางวา ตั้งอยู่ที่อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ใช้เป็นที่ดินเพื่อการลงทุน	บจก. มหาชัยฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	42.37	ไม่มีภาระผูกพัน
2.4 ที่ดินจำนวน 1 แปลง รวมเนื้อที่ที่ดิน 2 ไร่ 1 งาน 56 ตารางวา ตั้งอยู่ที่อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ใช้เป็นที่ดินเพื่อการลงทุน	บจก. มหาชัยฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	0.70	ไม่มีภาระผูกพัน
2.5 ที่ดินจำนวน 45 แปลง รวมเนื้อที่ที่ดิน 552 ไร่ 7.61 ตารางวา ตั้งอยู่ที่อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ใช้เป็นที่ดินเพื่อการลงทุน	บจก. เอส เค เค ฟู้ด เป็นเจ้าของ	142.00	ไม่มีภาระผูกพัน
2.6 ที่ดินจำนวน 5 แปลง รวมเนื้อที่ที่ดิน 31 ไร่ 2 งาน 1 ตารางวา ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี ใช้เป็นที่ดินเพื่อการลงทุน	บจก. เอส เค เค ฟู้ด เป็นเจ้าของ	14.39	คิดภาระค้ำประกันกับ สถาบันการเงินในวงเงิน 265.1 ล้านบาทของ บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์
2.7 ที่ดินจำนวน 1 แปลง เนื้อที่ที่ดิน 97 ตารางวา ตั้งอยู่ที่เขตคลองสาน กรุงเทพฯ ใช้เป็นที่ดินเพื่อการลงทุน	บจก. เอส เค เค ฟู้ด เป็นเจ้าของ	1.77	ไม่มีภาระผูกพัน



2) สัญญาเช่าที่ดิน และ/หรือสิ่งปลูกสร้าง (ไม่ใช่กรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย)

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ผู้เช่า	ค่าเช่า
<p>1. สัญญาเช่าอาคารพินุลเวศม์ 2 (เลขที่ 259/17)</p> <p>ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2559 ถึง 31 กรกฎาคม 2562</p> <p>เมื่อครบกำหนดระยะเวลาการเช่า ผู้ให้เช่าตกลงให้ผู้เช่าเช่าต่อไปได้อีก 3 ปีตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2562 ถึง 31 มีนาคม 2564</p> <p>ใช้เป็นอาคารสำนักงานใหญ่</p> <p>ตั้งอยู่ที่แขวงพระโขนงเหนือ กรุงเทพฯ</p>	<p>บมจ.</p> <p>ส.ขอนแก่นฟู้ดส์</p> <p>เป็นผู้เช่า</p>	<p>45,000.- บาท / เดือน</p>
<p>2. สัญญาเช่าอาคารพินุลเวศม์ สาขา 2 (เลขที่ 420)</p> <p>ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564</p> <p>ระยะเวลาการเช่าที่เหลือ 2 ปี</p> <p>ใช้เป็นอาคารสำนักงานสาขา</p> <p>ตั้งอยู่ที่แขวงพระโขนงเหนือ กรุงเทพฯ</p>	<p>บมจ.</p> <p>ส.ขอนแก่นฟู้ดส์</p> <p>เป็นผู้เช่า</p>	<p>165,000.- บาท / เดือน</p>
<p>3. สัญญาเช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน และอาคารโรงงาน</p> <p>ระยะเวลา 1 ปี</p> <p>ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 – 31 ธันวาคม 2562</p> <p>เมื่อครบกำหนดระยะเวลาการเช่า ผู้ให้เช่าตกลงให้ผู้เช่าเช่าต่อไปได้อีก 1 ปีตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 – 31 ธันวาคม 2563</p> <p>ใช้เป็นสำนักงาน และ โรงงานผลิตหมูของ</p> <p>ตั้งอยู่ที่จังหวัดนครปฐม</p>	<p>บมจ.</p> <p>ส.ขอนแก่นฟู้ดส์</p> <p>เป็นผู้เช่า</p>	<p>- 1 มกราคม 2562 ถึง 31 ธันวาคม 2562</p> <p>อัตราค่าเช่าเดือนละ 121,000.- บาท</p> <p>- 1 มกราคม 2563 ถึง 31 ธันวาคม 2563</p> <p>อัตราค่าเช่าเดือนละ 121,000.- บาท</p>
<p>4. สัญญาเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง ระยะยาว 9 ปี</p> <p>จำนวน 2 แปลง - 4 ไร่ 3 งาน 76 ตารางวา และ</p> <p>- 6 ไร่ 2 งาน 98 ตารางวา</p> <p>ตั้งอยู่ที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ</p> <p>ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2553 – 30 มิถุนายน 2562</p> <p>เมื่อครบกำหนดระยะเวลาการเช่า ผู้ให้เช่าตกลงให้ผู้เช่าเช่าต่อไปได้อีก 15 ปีตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2562 – 30 มิถุนายน 2577</p> <p>ใช้เป็น - อาคารผลิตจำนวน 2 อาคาร</p> <p>- โกดัง จำนวน 2 หลัง</p> <p>- เป็นที่ตั้งบ่อน้ำบาดาลเสียบ่อที่ 4</p>	<p>บมจ.</p> <p>ส.ขอนแก่นฟู้ดส์</p> <p>เป็นผู้เช่า</p>	<p>- 1 กรกฎาคม 2561 ถึง 30 มิถุนายน 2562</p> <p>อัตราค่าเช่าเดือนละ 408,500.- บาท</p> <p>- 1 กรกฎาคม 2562 ถึง 30 มิถุนายน 2563</p> <p>อัตราค่าเช่าเดือนละ 434,750.- บาท</p> <p>- 1 กรกฎาคม 2563 ถึง 30 มิถุนายน 2564</p> <p>อัตราค่าเช่าเดือนละ 461,000.- บาท</p>

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ผู้เช่า	ค่าเช่า
(ต่อ)		<p>- 1 กรกฎาคม 2564 ถึง 30 มิถุนายน 2565 อัตราค่าเช่าเดือนละ 487,250.- บาท</p> <p>- 1 กรกฎาคม 2565 ถึง 30 มิถุนายน 2566 อัตราค่าเช่าเดือนละ 513,500.- บาท</p> <p>- 1 กรกฎาคม 2566 ถึง 30 มิถุนายน 2567 อัตราค่าเช่าเดือนละ 539,750.- บาท</p> <p>- 1 กรกฎาคม 2567 ถึง 30 มิถุนายน 2568 อัตราค่าเช่าเดือนละ 566,000.- บาท</p> <p>- 1 กรกฎาคม 2568 ถึง 30 มิถุนายน 2569 อัตราค่าเช่าเดือนละ 592,250.- บาท</p> <p>- 1 กรกฎาคม 2569 ถึง 30 มิถุนายน 2570 อัตราค่าเช่าเดือนละ 618,500.- บาท</p> <p>1 กรกฎาคม 2570 ถึง 30 มิถุนายน 2571 อัตราค่าเช่าเดือนละ 644,750.- บาท</p> <p>- 1 กรกฎาคม 2571 ถึง 30 มิถุนายน 2572 อัตราค่าเช่าเดือนละ 671,000.- บาท</p> <p>- 1 กรกฎาคม 2572 ถึง 30 มิถุนายน 2573 อัตราค่าเช่าเดือนละ 697,250.- บาท</p>

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ผู้เช่า	ค่าเช่า
(ต่อ)		<p>1 กรกฎาคม 2573 ถึง 30 มิถุนายน 2574 อัตราค่าเช่าเดือนละ 723,500.- บาท</p> <p>- 1 กรกฎาคม 2574 ถึง 30 มิถุนายน 2575 อัตราค่าเช่าเดือนละ 749,750.- บาท</p> <p>- 1 กรกฎาคม 2575 ถึง 30 มิถุนายน 2576 อัตราค่าเช่าเดือนละ 776,000.- บาท</p> <p>1 กรกฎาคม 2576 ถึง 30 มิถุนายน 2577 อัตราค่าเช่าเดือนละ 802,250.- บาท</p>
<p>5. สัญญาเช่าที่ดิน จำนวน 82 ตารางวา</p> <p>ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2561 – 31 กรกฎาคม 2563</p> <p>ระยะเวลาการเช่าที่เหลือ 7 เดือน</p> <p>ใช้เป็นที่จอดรถยนต์ตั้งอยู่ที่แขวงพระโขนงเหนือ กรุงเทพฯ</p>	<p>บมจ.</p> <p>ส.ขอนแก่นฟู้ดส์</p> <p>เป็นผู้เช่า</p>	<p>24,500.- บาท / เดือน</p>
<p>6. สัญญาเช่าที่ดินระยะยาว 3 ปี</p> <p>เนื้อที่ 368 ไร่ 72 ตารางวา</p> <p>ตั้งอยู่ที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา</p> <p>ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 – 30 กันยายน 2564</p> <p>ระยะเวลาการเช่าที่เหลือ 1 ปี 9 เดือน</p> <p>ใช้เป็นที่ตั้งสำนักงาน และโรงเรือนรวม 32 หลัง</p>	<p>บจก. ส.ปศุสัตว์</p> <p>เป็นผู้เช่า</p>	<p>526,497.- บาท / ปี</p>

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ผู้เช่า	ค่าเช่า
7. สัญญาแบ่งเช่า และจดทะเบียนสิทธิการเช่าที่ดินบางส่วน เนื้อที่ประมาณ 2 ไร่ ระยะเวลา 16 ปี ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 – 31 ธันวาคม 2577 ระยะเวลาการเช่าที่เหลือ 15 ปี ที่ดินใช้ปลูกสร้างอาคารสำนักงาน คลังสินค้า ห้องเย็น และที่จอดรถ	บจก. มหาชัยฟู้ดส์ เป็นผู้เช่า	- 1 มกราคม 2562 ถึง 31 ธันวาคม 2567 อัตราค่าเช่าเดือนละ 55,000.- บาท - 1 มกราคม 2568 ถึง 31 ธันวาคม 2572 อัตราค่าเช่าเดือนละ 65,000.- บาท - 1 มกราคม 2573 ถึง 31 ธันวาคม 2577 อัตราค่าเช่าเดือนละ 75,000.- บาท

3) สิ่งปลูกสร้าง

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. อาคารพินุลเวสต์ 1 (เลขที่ 259/13) ตั้งอยู่ที่แขวงพระโขนงเหนือ กรุงเทพฯ ใช้เป็นอาคารสำนักงานใหญ่	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	-	คิดภาระค้ำประกันกับ สถาบันการเงิน ในวงเงิน 223 ล้านบาท
2. อาคารบางพลี ตั้งอยู่ที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ใช้เป็นโรงงานผลิตอาหารแปรรูป และสำนักงาน	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	0.53	คิดภาระค้ำประกันกับ สถาบันการเงิน ในวงเงิน 223 ล้านบาท
3. อาคารร้านอาหารแซ่บ คลาสสิก ตั้งอยู่ที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ใช้เป็นร้านอาหาร	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	1.82	คิดภาระค้ำประกันกับ สถาบันการเงิน ในวงเงิน 223 ล้านบาท
4. อาคารโรงงานผลิตอาหารแช่แข็ง ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ใช้เป็นโรงงานผลิตอาหารแช่แข็งมหาชัย	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	12.26	คิดภาระค้ำประกันกับ สถาบันการเงิน ในวงเงิน 101 ล้านบาท



ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
5. ส่วนปรับปรุงอาคารที่จังหวัดนครปฐม	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	2.18	ไม่มีภาระผูกพัน
6. ส่วนปรับปรุงอาคารร้านอาหาร “ แซ่บ คลาสสิก ” และ “ ยูนนาน ”	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	22.49	ไม่มีภาระผูกพัน
7. อาคารสำนักงาน 14 ชั้น ตั้งอยู่ที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ใช้เป็นสำนักงานให้เช่า	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	61.04	คิดภาระค้ำประกัน กับสถาบันการเงิน ในวงเงิน 334 ล้านบาท
8. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ใช้เป็นโรงงานมหาชัยฟู้ดส์	บจก. มหาชัยฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	156.57	คิดภาระค้ำประกัน กับสถาบันการเงิน ในวงเงิน 358 ล้านบาท
9. อาคารสำนักงาน ตั้งอยู่ที่แขวงบางนา กรุงเทพฯ ใช้เป็นสำนักงานขาย	บจก. มหาชัยฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	11.65	คิดภาระค้ำประกัน กับสถาบันการเงิน ในวงเงิน 12 ล้านบาท
10. อาคารสำนักงาน ตั้งอยู่ที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ใช้เป็นฟาร์ม ส.ปศุสัตว์ ประกอบด้วย - โรงเรือน 32 หลัง และ - โรงงานผลิตอาหารสัตว์	บจก. ส. ปศุสัตว์ เป็นเจ้าของ	63.78	ไม่มีภาระผูกพัน

9

4) เครื่องจักรและอุปกรณ์

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. เครื่องจักร และอุปกรณ์ ใช้ในโรงงาน 3 แห่ง เพื่อผลิต - อาหารแปรรูปจากเนื้อสุกร - อาหารขบเคี้ยวทำจากเนื้อสุกร - อาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน - วัตถุดิบสำหรับธุรกิจร้านอาหาร QSR	บมจ. ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	80.69	ติดภาระค้ำประกัน กับสถาบันการเงิน ในวงเงิน 364 ล้านบาท
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์ และ เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ใช้ในโรงงานเพื่อผลิตอาหารทะเลแปรรูป	บจก. มหาชัยฟู้ดส์ เป็นเจ้าของ	106.75	ติดภาระค้ำประกัน กับสถาบันการเงิน ในวงเงิน 372 ล้านบาท
3. เครื่องจักร และอุปกรณ์	บจก. ส. ปศุสัตว์ เป็นเจ้าของ	3.19	ไม่มีภาระผูกพัน

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายในการให้กรรมการของบริษัทฯ เข้าไปดูแล และควบคุมการดำเนินงานในกิจการของบริษัทย่อย เพื่อดูแลการบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทในกลุ่มฯ ยังมีการประชุมร่วมกันทุกเดือนเพื่อพิจารณาผลการดำเนินงาน และร่วมกันวางแผนงาน และกำหนดเป้าหมาย

ในการพิจารณาการเข้าร่วมลงทุนใหม่ในแต่ละครั้ง บริษัทฯ จะพิจารณาความเชี่ยวชาญของแต่ละบริษัท และให้บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจดังกล่าวเป็นผู้เข้าร่วมลงทุน ในกรณีที่เป็นการเพิ่มสายธุรกิจใหม่ บริษัทใหญ่จะเป็นผู้เข้าดำเนินการในการลงทุนเอง



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

คดีแพ่งระหว่างบริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) เป็นโจทก์ยื่นฟ้องบริษัท ลาวอินเตอร์เทรด จำกัด ผู้เดียวเป็นจำเลย ในข้อหาหรือฐานความผิด “ กู้ยืมเงิน ” ต่อศาลแพ่งกรุงเทพใต้ คดีหมายเลขดำที่ พ. 295/2562 ทุนทรัพย์ที่เรียกร้องจำนวน 5,000,000.- บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) โดยสถานะทางคดีล่าสุด ศาลได้นัดพิจารณาคดี หรือสืบพยานโจทก์ในวันที่ 18 พฤษภาคม 2563

6. ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสำคัญอื่น

(1) บริษัท ส. ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 259/13 ซอยปรีดี พนมยงค์ 13 ถนนสุขุมวิท 71 (ปรีดี พนมยงค์)
แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

ประเภทธุรกิจ : ผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์

เลขทะเบียนบริษัท : 0107537001811

โทรศัพท์ : (02) 339 - 3999

โทรสาร : (02) 339 - 3990

Website : <http://www.sorkon.co.th>

E-mail : president@sorkon.co.th

ทุนจดทะเบียน : 323,400,000 บาท ชำระเต็มมูลค่าแล้ว
แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 32,340,000 หุ้น

หุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด : 32,340,000 หุ้น

(2) นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

2.1 บริษัท ส.ปศุสัตว์ จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 44 หมู่ที่ 2 ตำบลพญาเย็น อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 30320

ประเภทธุรกิจ : ฟาร์มสุกร

โทรศัพท์ : (02) 339 - 3999

โทรสาร : (02) 339 - 3990

ประเภทของหุ้น : หุ้นสามัญ

ทุนจดทะเบียน : 45,000,000 บาท ชำระเต็มมูลค่าแล้ว

จำนวนหุ้นทั้งหมด : 4,500,000 หุ้น

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100



2.2 บริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ (เนเธอร์แลนด์) ปิ. วี.

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : Bolderweg 45, 1332 BA Almere, The Netherlands
ประเภทธุรกิจ : จำหน่ายอาหารพื้นเมืองไทยทั้งภายใน และภายนอกสหภาพยุโรป (อ.ยู.)
โทรศัพท์ : +310 616485383
ประเภทของหุ้น : หุ้นสามัญ
ทุนจดทะเบียน : EUR 100 (ประมาณ 4,268 บาท) ชำระเต็มมูลค่าแล้ว
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100

2.3 บริษัท ทริดีฟู้ดแอนด์เบฟเวอเรจ จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 259/13 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา
กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ : ให้บริการด้านอาหาร และเครื่องดื่มทุกประเภทในภัตตาคาร และ
ร้านอาหาร รวมทั้งให้บริการจัดส่งอาหาร และเครื่องดื่มทุกประเภท
โทรศัพท์ : (02) 339 – 3999
โทรสาร : (02) 339 – 3990
ประเภทของหุ้น : หุ้นสามัญ
ทุนจดทะเบียน : 10,000,000 บาท ชำระเต็มมูลค่าแล้ว
จำนวนหุ้นทั้งหมด : 100,000 หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

2.4 บริษัท ส. เทรนนิง เซ็นเตอร์ จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 259/13 ชั้น 2 ซอยปรีดี พนมยงค์ 13 ถนนสุขุมวิท 71 (ปรีดี พนมยงค์)
แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ : ให้บริการฝึกอบรมให้แก่พนักงาน และผู้บริหารของกลุ่ม
บริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) และสาธารณชนทั่วไป
โทรศัพท์ : (02) 339 – 3999
โทรสาร : (02) 339 – 3990
ประเภทของหุ้น : หุ้นสามัญ
ทุนจดทะเบียน : 1,000,000 บาท ชำระค่าหุ้นแล้ว 50%
หรือคิดเป็นจำนวนเงิน 500,000.- บาท (ห้าแสนบาทถ้วน)
จำนวนหุ้นทั้งหมด : 10,000 หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.96



2.5 บริษัท มหาชัยฟู้ดส์ จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 259/13 ซอยปรีดี พนมยงค์ 13 ถนนสุขุมวิท 71 (ปรีดี พนมยงค์)
แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

ประเภทธุรกิจ : ผู้ผลิต และจัดจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป เช่น ลูกชิ้นปลา ลูกชิ้นกุ้ง
น้ำพริก น้ำจิ้ม

โทรศัพท์ : (02) 339 - 3999

โทรสาร : (02) 339 - 3990

ประเภทของหุ้น : หุ้นสามัญ

ทุนจดทะเบียน : 85,000,000 บาท ชำระเต็มมูลค่าแล้ว

จำนวนหุ้นทั้งหมด : 17,000,000 หุ้น

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.33

2.6 บริษัท เอส เค เค ฟู้ด จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 259/17 ชั้น 1 ซอยปรีดี พนมยงค์ 13 ถนนสุขุมวิท 71 (ปรีดี พนมยงค์)
แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

ประเภทธุรกิจ : ปัจจุบันหยุดดำเนินการ

โทรศัพท์ : (02) 339 - 3999

โทรสาร : (02) 339 - 3990

ประเภทของหุ้น : หุ้นสามัญ

ทุนจดทะเบียน : 120,000,000 บาท ชำระเต็มมูลค่าแล้ว

จำนวนหุ้นทั้งหมด : 24,000,000 หุ้น

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.68

2.7 บริษัท ไทยโฮมฟู้ด (กรุงเทพฯ) จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 257/5 ถนนสุขุมวิท 71 (ปรีดี พนมยงค์) แขวงพระโขนงเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

ประเภทธุรกิจ : อยู่ระหว่างการชำระบัญชี เลิกกิจการ

โทรศัพท์ : (02) 339 - 3999

โทรสาร : (02) 339 - 3990

ประเภทของหุ้น : หุ้นสามัญ

ทุนจดทะเบียน : 10,000,000 บาท ชำระค่าหุ้นแล้ว 50%
หรือคิดเป็นจำนวนเงิน 5,000,000.- บาท (ห้าล้านบาทถ้วน)

จำนวนหุ้นทั้งหมด : 100,000 หุ้น

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 79.99



(3) บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

3.1 นายทะเบียนหลักทรัพย์

ชื่อ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ : (02) 009 - 9999
โทรสาร : (02) 009 - 9991

3.2 ผู้สอบบัญชี

3.2.1 ชื่อ : บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : ชั้น 33 อาคารเลอรัชดา ออฟฟิศคอมเพล็กซ์
193/136 - 137 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย
กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : (02) 264 - 9090

โทรสาร : (02) 264 - 0789

ชื่อผู้สอบบัญชี : ตรวจสอบบัญชี บริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

1. นายโสภณ เพิ่มศิริวัลลภ ทะเบียนเลขที่ 3182 และ/ หรือ
2. น.ส.รุ่งนภา เลิศสุวรรณกุล ทะเบียนเลขที่ 3516 และ/ หรือ
3. น.ส.พิมพ์ใจ มานิตขจรกิจ ทะเบียนเลขที่ 4521 และ/ หรือ
4. นายชยพล สุขเศรษฐนันท์ ทะเบียนเลขที่ 3972 และ/ หรือ
5. น.ส. รสพร เดชอาคม ทะเบียนเลขที่ 5659 และ/ หรือ
6. น.ส. สุมนา พันธุ์พงษ์สานนท์ ทะเบียนเลขที่ 5872

3.2.2 ชื่อ : บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : ชั้น 33 อาคารเลอรัชดา ออฟฟิศคอมเพล็กซ์
193/136 - 137 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย
กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : (02) 264 - 9090

โทรสาร : (02) 264 - 0789

ชื่อผู้สอบบัญชี : ตรวจสอบบัญชี 1) บริษัท มหาชัยฟู้ดส์ จำกัด

2) บริษัท เอส เค เภ ฟู้ด จำกัด

3) บริษัท ส.ปสุสัตว์ จำกัด

4) บริษัท ทรีดีฟู้ดแอนด์เบฟเวอเรจ จำกัด

1. นายโสภณ เพิ่มศิริวัฒนกุล ทะเบียนเลขที่ 3182 และ/ หรือ
2. น.ส.รุ่งนภา เลิศสุวรรณกุล ทะเบียนเลขที่ 3516 และ/ หรือ
3. น.ส.พิมพ์ใจ มานิตขจรกิจ ทะเบียนเลขที่ 4521 และ/ หรือ
4. นายชยพล สุขเศรษฐนันท์ ทะเบียนเลขที่ 3972 และ/ หรือ
5. น.ส. รสพร เดชอาคม ทะเบียนเลขที่ 5659 และ/ หรือ
6. น.ส. สุนา พันธุ์พงษ์สานนท์ ทะเบียนเลขที่ 5872

3.2.3 ชื่อ : น.ส.วิภรณ์รัตน์ ตริวัชรานนท์ ทะเบียนเลขที่ 10920

ตรวจสอบบัญชี บริษัท ส.เทรนนิ่ง เซ็นเตอร์ จำกัด

ที่อยู่ : 997/2 ซอยพิบูลอุปลัมภ์ ถนนสุทธิสาร แขวงห้วยขวาง
เขตสามเสนนอก กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์ : (086) 419 - 5900

Email : Faipancy@gmail.com

3.2.4 ชื่อ : บริษัท ปวพร แอเคเดมี่ที่ตั้ง จำกัด

ที่อยู่ : 95/221 ซอยอ่อนนุช 17 แขวง 18 แขวงสวนหลวง
เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

โทรศัพท์ : (02) 372 - 7178, (081) 629 - 1897

โทรสาร : (02) 372 - 7178

ชื่อผู้สอบบัญชี : นายทวี ชาญไววิทย์ ทะเบียนเลขที่ 2015

ตรวจสอบบัญชี บริษัท ไทยโฮมฟู้ด (กรุงเทพฯ) จำกัด

3.3 ที่ปรึกษากฎหมายภาษีอากร

- ไม่มี -

3.4 ที่ปรึกษากฎหมายแพ่งและพาณิชย์

- ไม่มี -

