



บริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนท์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน)
หนังสือแจ้งการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ออกและเสนอขาย
ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering)

ระยะเวลาการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน
11 – 12 กันยายน 2568 และ 15 – 17 กันยายน 2568
(รวมทั้งสิ้น 5 วันทำการ)

ส่วนที่ 1

ข้อมูลการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ออกและเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท

ตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering)

1. ชื่อและสถานที่ตั้งของบริษัทจดทะเบียน

บริษัท	: บริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน) ("บริษัท")
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 99/1 หมู่ที่ 4 ตำบลแคราย อำเภอกระทุ่มแบน สมุทรสาคร 74110
โทรศัพท์	: 0-3484-9576-80
โทรสาร	: 0-3484-9586
เว็บไซต์	: https://www.nrinstant.com/

2. วัน เดือน ปี และครั้งที่ของการประชุมคณะกรรมการของบริษัทและการประชุมผู้ถือหุ้นที่มีมติให้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน

การจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) ในครั้งนี้ได้รับการอนุมัติจาก

การประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 11/2568	เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2568
การประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2568	เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2568

3. รายละเอียดการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 11/2568 ซึ่งได้มีการประชุมเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2568 ได้มีมติอนุมัติให้นำเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2568 ของบริษัท ซึ่งได้มีการประชุมเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2568 เวลา 14.00 น. โดยมีมติอนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจำนวน 94,510,486 หุ้น เพื่อเสนอขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น ในอัตราการจัดสรร 15 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุน ที่ราคาเสนอขายหุ้นละ 1.00 บาท (ในกรณีที่มิใช่ของหุ้นที่เกิดจากการคำนวณให้พิเศษของหุ้นนั้นทั้งจำนวน) และมีมติอนุมัติการออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ครั้งที่ 2 (NRF-W2) ("ใบสำคัญแสดงสิทธิ" หรือ "NRF-W2") จำนวนไม่เกิน 472,552,430 หน่วยให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทที่จองซื้อและได้รับจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามการเสนอขายหุ้น Rights Offering ในครั้งนี้ โดยไม่คิดมูลค่า ในอัตราส่วนการจัดสรร 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุนที่จองซื้อและได้รับการจัดสรรต่อใบสำคัญแสดงสิทธิ 5 หน่วย

ในการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทในครั้งนี้ จะเป็นการเสนอขายหุ้นสามัญตามสัดส่วนจำนวนหุ้นที่แต่ละรายถืออยู่ และผู้ถือหุ้นเดิมมีสิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนเกินกว่าสิทธิของตนได้ (Oversubscription) โดยที่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิจะได้รับการจัดสรรหุ้นที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิก็ต่อเมื่อมีหุ้นเหลือจากการจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทที่ได้จองซื้อตามสิทธิครบถ้วนทั้งหมดแล้วเท่านั้น ในกรณีที่หุ้นสามัญเพิ่มทุนเหลือจากการจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้นครบถ้วนทั้งหมดใน

รอบแรกแล้ว บริษัทจะจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เหลือดังกล่าวให้กับผู้ถือหุ้นเดิมที่ประสงค์จะจองซื้อเกินกว่าสิทธิตามสัดส่วนการถือหุ้นเดิม ในราคาเดียวกันกับหุ้นที่ได้รับการจัดสรรตามสิทธิ

บริษัทได้กำหนดให้วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสัดส่วนการถือหุ้น (Record Date) ในวันที่ 4 สิงหาคม 2568 และกำหนดวันจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทในช่วงระหว่างวันที่ 11 – 12 กันยายน 2568 และ 15 – 17 กันยายน 2568 (รวมทั้งสิ้น 5 วันทำการ) โดยรายละเอียดการเสนอขายและการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ดังนี้

3.1 หุ้นสามัญเพิ่มทุน

ประเภทของหุ้น	: หุ้นสามัญเพิ่มทุน
ทุนจดทะเบียนก่อนการเพิ่มทุน ¹	: 1,417,657,291 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 1,417,657,291 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้วก่อนการเพิ่มทุน	: 1,417,657,291 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 1,417,657,291 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท
ทุนจดทะเบียนภายหลังการเพิ่มทุน	: 2,126,485,936 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,126,485,936 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท ทั้งนี้ หุ้นสามัญเพิ่มทุนมีจำนวน 708,828,645 หุ้น แบ่งเป็น (1) หุ้นสามัญเพิ่มทุนที่จัดสรรไว้เพื่อเสนอขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น จำนวน 94,510,486 หุ้น (2) หุ้นสามัญเพิ่มทุนที่จัดสรรไว้เพื่อรองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ครั้งที่ 2 (NRF-W2) จำนวน 472,552,430 หุ้น (3) หุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไป จำนวน 141,765,729 หุ้น
ทุนชำระแล้วที่จะเพิ่มขึ้นสำหรับการเสนอขายหุ้น Rights Offering (กรณีที่ผู้ถือหุ้นเดิมมีการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนในการเสนอขายหุ้น Rights Offering ทั้งจำนวน)	: 94,510,486 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 94,510,486 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท
ทุนชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้น Rights Offering (กรณีที่ผู้ถือหุ้นเดิมมีการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนในการเสนอขายหุ้น Rights Offering ทั้งจำนวน)	: 1,512,167,777 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 1,512,167,777 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท

¹ ทุนจดทะเบียนก่อนการเพิ่มทุน หมายถึง จำนวนทุนจดทะเบียนหลังจากที่บริษัทได้ดำเนินการลดทุนจดทะเบียนเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2568 ซึ่งเป็นไปตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2568 ประชุมเมื่อ 24 กรกฎาคม 2568 ที่ได้อนุมัติการลดทุนจดทะเบียน โดยการตัดหุ้นสามัญจดทะเบียนที่ยังไม่ได้จำหน่ายที่ได้จัดสรรไว้เพื่อรองรับการออกหุ้นและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไป (General Mandate)

จำนวนหุ้นสามัญเพิ่มทุนในการเสนอขายหุ้น Rights Offering	: 94,510,486 หุ้น
ราคาที่เสนอขายต่อหุ้น	: 1.00 บาท
อัตราส่วนการจัดสรรหุ้น	: 15 หุ้นสามัญเดิมต่อ 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุน
วิธีการจัดสรร	: บริษัทจะจัดสรรขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 94,510,486 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1.00 บาท เพื่อเสนอขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น ในอัตราการจัดสรร 15 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุน ที่ราคาเสนอขายหุ้นละ 1.00 บาท ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นเดิมมีสิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนเกินกว่าสิทธิของตนได้ (Oversubscription) โดยที่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิจะได้รับการจัดสรรหุ้นที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิก็ต่อเมื่อ มีหุ้นเหลือจากการจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทที่ได้จองซื้อตามสิทธิครบถ้วนทั้งหมดแล้วเท่านั้น
การดำเนินการในกรณีที่มีเศษของหุ้น	: กรณีที่มีเศษของหุ้นที่เกิดจากการคำนวณให้ปัดเศษของหุ้นนั้นทั้ง

3.2 ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน) รุ่นที่ 2 (NRF-W2)

ชื่อของใบสำคัญแสดงสิทธิ	: ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ครั้งที่ 2 (“ใบสำคัญแสดงสิทธิ” หรือ “NRF-W2”)
ชนิด	: ระบุชื่อผู้ถือและสามารถโอนเปลี่ยนมือได้
จำนวนหน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ	: ไม่เกิน 472,552,430 หน่วย
วิธีการจัดสรร	: บริษัทจะดำเนินการจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทที่จองซื้อและได้รับจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ออกและเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) โดยไม่คิดมูลค่า ในอัตราส่วนการจัดสรร 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุนที่จองซื้อและได้รับการจัดสรรต่อใบสำคัญแสดงสิทธิ 5 หน่วย ทั้งนี้ ในกรณีที่มีเศษของใบสำคัญแสดงสิทธิเหลือจากการคำนวณ ให้ปัดเศษนั้นทั้ง
ทุนชำระแล้วที่จะเพิ่มขึ้นหลังการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท ตามสัดส่วนการถือหุ้น และการใช้สิทธิ NRF-W2 (ครบทั้งจำนวน)	: ภายหลังจากการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) ที่มีการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนครบทั้งจำนวน และภายหลังจากการจัดสรร NRF-W2 และผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิมีการใช้สิทธิตาม NRF-W2 เพื่อซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัททั้งจำนวน ทุนชำระแล้วของบริษัทจะเพิ่มขึ้นรวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น

	567,062,916 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 567,062,916 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท
วันออกใบสำคัญแสดงสิทธิ	: คณะกรรมการบริษัท หรือคณะกรรมการบริหาร หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการบริหารหรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร จะเป็นผู้กำหนดวันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยบริษัทจะออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิให้แล้วเสร็จภายใน 1 ปี นับแต่วันที่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติ
อายุใบสำคัญแสดงสิทธิ	: ไม่เกิน 3 ปี นับแต่วันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ
อัตราการใช้สิทธิ	: ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย มีสิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทได้ 1 หุ้น เว้นแต่กรณีมีการปรับอัตราการใช้สิทธิตามเงื่อนไขการปรับสิทธิ
ราคาเสนอขายต่อหน่วย	: 0 บาท (ศูนย์บาท)
ราคาใช้สิทธิ	: 1.00 บาทต่อหุ้น เว้นแต่กรณีมีการปรับราคาการใช้สิทธิตามเงื่อนไขการปรับสิทธิ
ระยะเวลาและกำหนดการใช้สิทธิ	: ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิสามารถใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิได้ในวันทำการสุดท้ายของทุกไตรมาส (วันทำการสุดท้ายของเดือนมีนาคม มิถุนายน กันยายน และธันวาคม) ของแต่ละปีปฏิทิน ตลอดอายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ ("วันกำหนดการใช้สิทธิ") โดยวันกำหนดการใช้สิทธิครั้งแรก คือ วันทำการสุดท้ายของไตรมาสแรกหลังจากวันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิและวันกำหนดการใช้สิทธิครั้งสุดท้าย คือ วันที่ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุครบไม่เกิน 3 ปี นับแต่วันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ ทั้งนี้ ในกรณีที่วันใช้สิทธิครั้งสุดท้ายตรงกับวันหยุดทำการของบริษัทหรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เลื่อนวันใช้สิทธิครั้งสุดท้ายดังกล่าวเป็นวันเปิดทำการสุดท้ายก่อนหน้า
ตลาดรองของใบสำคัญแสดงสิทธิ	: บริษัทจะยื่นคำขอเพื่อนำใบสำคัญแสดงสิทธิเข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตราบเท่าที่ดำเนินการได้โดยไม่ขัดต่อกฎหมายและ/หรือกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง (*หมายเหตุ: ในกรณีที่ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ ณ วันยื่นคำขออนุญาตกว่า 50 ราย ใบสำคัญแสดงสิทธิจะขาดคุณสมบัติของหลักทรัพย์ซึ่งทำให้บริษัทไม่สามารถยื่นคำขอเพื่อนำใบสำคัญแสดงสิทธิเข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ ทั้งนี้ เป็นไปตามข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง การรับและเพิกถอนใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญหรือหุ้นบุริมสิทธิเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน พ.ศ. 2563)
ตลาดรองของหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เกิดจากการใช้สิทธิ	: บริษัทจะนำหุ้นสามัญที่เกิดจากการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญตามใบสำคัญแสดงสิทธิเข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เหตุในการต้องออกหุ้นใหม่เพื่อรองรับการปรับสิทธิ	: เมื่อมีการดำเนินการปรับราคาใช้สิทธิและ/หรืออัตราการใช้สิทธิตามเงื่อนไขในการปรับสิทธิตามที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดสิทธิและเงื่อนไขของใบสำคัญแสดงสิทธิ ซึ่งเป็นเหตุที่กำหนดไว้ในข้อ 11 (4) (ข) ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 34/2551 เรื่อง การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นที่ออกใหม่และหุ้นที่ออกใหม่เพื่อรองรับใบสำคัญแสดงสิทธิ ลงวันที่ 15 ธันวาคม 2551 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการบริหารหรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็นผู้ดำเนินการกำหนดเงื่อนไข และรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปรับราคาใช้สิทธิและอัตราการใช้สิทธิ
การปรับสิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิ	: บริษัทจะดำเนินการปรับราคาการใช้สิทธิ และ/หรือ อัตราการใช้สิทธิตามเงื่อนไขในการปรับสิทธิ เมื่อมีเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งตามที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดสิทธิและเงื่อนไขของใบสำคัญแสดงสิทธิ ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่มีลักษณะตามที่กำหนดไว้ในข้อ 11(4)(ข) ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 34/2551 เรื่อง การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นที่ออกใหม่ และหุ้นที่ออกใหม่เพื่อรองรับใบสำคัญแสดงสิทธิ ลงวันที่ 15 ธันวาคม 2551 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) หรือเหตุการณ์อื่นใดในทำนองเดียวกัน เช่น (1) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นของบริษัทอันเป็นผลมาจากการรวมหุ้นหรือแบ่งแยกหุ้น (2) เมื่อบริษัทมีการเสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ในราคาต่ำ (3) เมื่อบริษัทมีการเสนอขายหุ้นที่แปลงสภาพในราคาต่ำหรือมีการเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิในราคาต่ำ (4) เมื่อบริษัทจ่ายเงินปันผลทั้งหมดหรือบางส่วนเป็นหุ้นที่ออกใหม่ให้แก่ผู้ถือหุ้น (5) เมื่อบริษัทจ่ายเงินปันผลเป็นเงินซึ่งเกินกว่าอัตราที่ระบุไว้ในข้อกำหนดสิทธิ เมื่อมีกรณีอื่นใดในลักษณะเดียวกับ (1) ถึง (5) ที่ทำให้ผลประโยชน์ตอบแทนใด ๆ ที่ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิจะได้รับเมื่อมีการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิด้อยไปกว่าเดิม
หมายเหตุเขียนของใบสำคัญแสดงสิทธิ	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

4. รายละเอียดวิธีการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน

บริษัทจะจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น Rights Offering โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- (1) กรณีที่ผู้ถือหุ้นจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสิทธิหรือน้อยกว่าสิทธิที่ได้รับจัดสรร ผู้ถือหุ้นที่แสดงความประสงค์จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าวจะได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามจำนวนที่จองซื้อทั้งหมด
- (2) ในกรณีที่มีหุ้นเหลือจากการจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) ในรอบแรกมากกว่า หรือเทียบเท่ากับหุ้นที่ผู้ถือหุ้นเดิมจองซื้อเกินกว่าสิทธิตามสัดส่วนการถือหุ้น บริษัทจะจัดสรรหุ้นที่เหลือดังกล่าวให้แก่ผู้ที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิและชำระค่าจองซื้อหุ้นดังกล่าวทั้งหมดทุกรายตามจำนวนที่แสดงความจำนงจองซื้อเกินกว่าสิทธิ
- (3) ในกรณีที่มีหุ้นเหลือจากการจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) ในรอบแรกน้อยกว่าหุ้นที่ผู้ถือหุ้นเดิมจองซื้อเกินกว่าสิทธิตามสัดส่วนการถือหุ้น บริษัทจะจัดสรรหุ้นที่เหลือดังกล่าวให้แก่ผู้ที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิ ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้
 - (ก) จัดสรรตามสัดส่วนการถือหุ้นเดิมของผู้ที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิแต่ละราย โดยนำสัดส่วนการถือหุ้นเดิมของผู้ที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิแต่ละราย คูณด้วยจำนวนหุ้นที่เหลือ จะได้เป็นจำนวนหุ้นที่ผู้จองซื้อเกินกว่าสิทธิแต่ละรายมีสิทธิที่จะได้รับจัดสรร ในกรณีที่มีเศษของหุ้นให้ปัดเศษของหุ้นนั้นทิ้ง ทั้งนี้ จำนวนหุ้นที่จะได้รับการจัดสรรจะไม่เกินจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นแต่ละรายจองซื้อและชำระค่าจองซื้อแล้ว
 - (ข) ในกรณีที่ยังมีหุ้นคงเหลือหลังจากการจัดสรรตามข้อ (3) (ก) ให้ทำการจัดสรรให้แก่ผู้ที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิแต่ละรายและยังได้รับการจัดสรรไม่ครบตามสัดส่วนการถือหุ้นเดิมของผู้ที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิแต่ละรายนั้น โดยนำสัดส่วนการถือหุ้นเดิมของผู้ที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิแต่ละรายนั้นคูณด้วย จำนวนหุ้นที่เหลือจะได้เป็นจำนวนหุ้นที่ผู้จองซื้อเกินกว่าสิทธิแต่ละรายมีสิทธิที่จะได้รับจัดสรร ในกรณีที่มีเศษของหุ้นให้ปัดเศษของหุ้นนั้นทิ้ง โดยจำนวนหุ้นที่จะได้รับการจัดสรรจะไม่เกินจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นแต่ละรายจองซื้อและชำระค่าจองซื้อแล้ว ทั้งนี้ ให้ดำเนินการจัดสรรหุ้นให้แก่ผู้ที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิตามวิธีการในข้อนี้ จนกระทั่งไม่มีหุ้นเหลือจากการจัดสรร

ทั้งนี้ การจัดสรรหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิ (Oversubscription) ไม่ว่ากรณีใดจะต้องไม่ทำให้ผู้ถือหุ้นรายใด (รวมถึงบุคคลที่กระทำการร่วมกัน (Concert Party) หรือบุคคลตามมาตรา 258 พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) ของผู้ถือหุ้นรายดังกล่าว หรือบุคคลตามมาตรา 258 ของบุคคลที่กระทำการร่วมกัน (Concert Party) ถือหุ้นของบริษัทในลักษณะที่เพิ่มขึ้นจนถึงหรือข้ามจุดที่ต้องทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ (Tender Offer) ตามที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ. 12/2554 เรื่อง หลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการในการเข้าถือหลักทรัพย์เพื่อครอบงำกิจการ ลงวันที่ 13 พฤษภาคม 2554 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) (“ประกาศที่ ทจ.12/2554”) (เว้นแต่ผู้ถือหุ้นรายดังกล่าว ได้รับยกเว้นการทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดของกิจการตามที่กำหนดไว้ในประกาศที่ ทจ.12/2554)

อนึ่ง หากยังมีหุ้นสามัญเพิ่มทุนเหลือจากการจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) และการจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นที่จองซื้อเกินกว่าสิทธิ (Oversubscription) บริษัทจะต้องดำเนินการลดทุนจดทะเบียนของบริษัท โดยการตัดหุ้นสามัญเพิ่มทุนส่วนที่คงเหลือจากการเสนอขายทิ้ง ทั้งนี้ บริษัทต้องขออนุมัติในเรื่องดังกล่าวจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นในการประชุมผู้ถือหุ้นต่อไป

ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการบริษัท หรือคณะกรรมการบริหาร หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการบริหารหรือประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้มีอำนาจในการ

ดำเนินการใด ๆ เกี่ยวกับการออก เสนอขาย จัดสรร และจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าว ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการดำเนินการดังนี้

- (1) กำหนดหรือเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering)
- (2) กำหนดหรือเปลี่ยนแปลงวิธีการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน เช่น จัดสรรในคราวเดียวทั้งจำนวนหรือหลายคราว อัตราส่วนการเสนอขาย วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสัดส่วนการถือหุ้น (Record Date) การกำหนดวัน เวลา ของซื้อและชำระราคา ระยะเวลาการเสนอขาย ราคาเสนอขาย วิธีการชำระราคา รายละเอียดในการจัดสรรและการเสนอขายอื่น ๆ
- (3) การเข้าเจรจา ทำความตกลง และลงนามในเอกสารและสัญญาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งดำเนินการต่าง ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าว
- (4) ลงนามในแบบคำขออนุญาต การขอผ่อนผัน หนังสือบอกกล่าว หรือเอกสารใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน ซึ่งรวมถึงการติดต่อ การให้ข้อมูล และการยื่นหรือรับรองเอกสารต่อหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการนำหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทเข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลาดหลักทรัพย์”) และ
- (5) ดำเนินการใด ๆ ที่จำเป็นและเกี่ยวข้องกับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนได้ทุกประการ เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) ภายใต้กฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

5. วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนในการเสนอขายหุ้น Rights Offering

บริษัทกำหนดวันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสัดส่วนการถือหุ้น (Record Date) ในวันที่ 4 สิงหาคม 2568

6. กำหนดการจองซื้อ วิธีการจองซื้อ และ การชำระเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน

6.1 ระยะเวลาการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน

ในกรณีจองซื้อผ่านระบบ Electronic Right Offering (“E-RO”)

ตั้งแต่วันที่ 9.00 น. ของวันที่ 11 กันยายน 2568 ถึงเวลา 24.00 น. ของวันที่ 12 กันยายน 2568 และตั้งแต่วันที่ 9.00 น. ของวันที่ 15 กันยายน 2568 ถึงเวลา 14.00 น. ของวันที่ 17 กันยายน 2568 (รวมทั้งสิ้น 5 วันทำการ)

ในกรณีจองซื้อที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ ลิเบอเรเตอร์ จำกัด

ระหว่างวันที่ 11 - 12 กันยายน 2568 และวันที่ 15 - 17 กันยายน 2568 (รวมทั้งสิ้น 5 วันทำการ) ตั้งแต่เวลา 9.00 น. ถึง 16.00 น.

6.2 สถานที่รับจองซื้อหุ้นและรับสามัญเพิ่มทุน

บริษัทได้แต่งตั้ง บริษัท หลักทรัพย์ ลิเบอเรเตอร์ จำกัด เป็นตัวแทนในการรับจองซื้อหุ้นสามัญที่ออกใหม่ของบริษัท (“ตัวแทนการรับจองซื้อหุ้น”) ผู้ถือหุ้นเดิมที่มีสิทธิแต่ละรายสามารถจองซื้อหุ้นได้ที่สำนักงานใหญ่ของตัวแทนการรับจองซื้อหุ้น ระหว่างวันที่ 11 - 12 กันยายน 2568 และวันที่ 15 - 17 กันยายน 2568 (รวมทั้งสิ้น 5 วันทำการ) ตั้งแต่เวลา 9.00 น. ถึง 16.00 น. ตามที่อยู่ด้านล่าง

ชื่อ บริษัท หลักทรัพย์ ลิเบอเรเตอร์ จำกัด
ที่อยู่ ฝ่ายปฏิบัติการหลักทรัพย์
 สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 944 โครงการสามย่านมิตรทาวน์ ชั้นที่ 17 ห้องเลขที่
 1702 - 1705 และ 1710 ถนนพระราม 4 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
 10330
ติดต่อ โทรศัพท์ 02-028-7441 ต่อ 9078 (คุณ ณิชกานต์) และ 02-028-7441 ต่อ 9144 (คุณ วิษณุ)

ทั้งนี้ บริษัทโดยตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนจะ ไม่รับเอกสารการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนทางไปรษณีย์ หรือโทรสาร หรือผ่านสาขาของธนาคารพาณิชย์ทั่วประเทศ

สำหรับผู้ถือหุ้นทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด กรุณาติดต่อบริษัทหลักทรัพย์ที่ท่านมีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ และมีหุ้นสามัญของบริษัทฝากไว้ เพื่อให้บริษัทหลักทรัพย์นั้นๆ ดำเนินการรวบรวมเอกสารและยื่นเรื่องให้แก่ตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทในครั้งนี้

ผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิจองซื้อหุ้นและประสงค์จะจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน ให้ติดต่อยื่นเอกสารประกอบการจองซื้อและหลักฐานการชำระเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน (รายละเอียดปรากฏตามข้อ 4 ของรายละเอียดวิธีการจองซื้อ และการชำระเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน (สิ่งที่ส่งมาด้วยลำดับที่ 3)) ได้ที่ตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามที่ระบุด้านบน เท่านั้น

นอกจากการจองซื้อหุ้นที่สำนักงานใหญ่ของตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นดังกล่าวแล้ว ผู้ถือหุ้นเดิมที่มีสิทธิแต่ละราย (เฉพาะบุคคลธรรมดาสัญชาติไทย) สามารถจองซื้อหุ้นผ่านทางระบบออนไลน์ บนระบบ Electronic Right Offering ("E-RO") ที่ (<https://ero.liberator.co.th>) ของบริษัทหลักทรัพย์ ลิเบอเรเตอร์ จำกัด (รายละเอียดปรากฏตามข้อ 4 ของรายละเอียดวิธีการจองซื้อ และการชำระเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน (สิ่งที่ส่งมาด้วยลำดับที่ 3))

7. วัตถุประสงค์ในการออกหุ้นเพิ่มทุนและแผนการใช้เงิน

บริษัทจะนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) ในครั้งนี้ และเงินที่ได้จากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ NRF-W2 ไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์	จำนวนเงินโดยประมาณ (ล้านบาท)	กำหนดระยะเวลา การนำเงินไปใช้
เงินที่ได้รับจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น		
1. เงินทุนหมุนเวียนของบริษัท	70.000 – 80.000	ภายในปี 2568
2. เงินทุนหมุนเวียนของบริษัทย่อย	ส่วนที่เหลือจากข้อ 1	ภายในปี 2568
เงินที่ได้รับจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ NRF-W2		
3. ชำระหนี้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	329.000	ภายในปี 2571
4. ขยายธุรกิจของบริษัทในธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือเพื่อสนับสนุนธุรกิจที่มีอยู่ของบริษัท	50.000	
5. เงินทุนหมุนเวียนของบริษัท	ส่วนที่เหลือจากข้อ 3 และ 4	
รวม	567.063	

ทั้งนี้ แผนการใช้เงินเพิ่มทุนของบริษัทข้างต้น เป็นไปตามแผนธุรกิจของบริษัทในปัจจุบันที่คาดการณ์การจัดสรรเงินที่ได้รับจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) และจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ NRF-W2 อย่างไรก็ดี จำนวนหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่มีผู้จองซื้อ และจำนวนการสิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ NRF-W2 ของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ อาจมีจำนวนน้อยกว่าที่คาดการณ์ ซึ่งอาจทำให้บริษัทได้รับเงินน้อยกว่าแผนการใช้เงินเพิ่มทุนที่วางไว้ในกรณีดังกล่าวแผนการใช้เงินเพิ่มทุนของบริษัทอาจแตกต่างไปจากแผนการใช้เงินที่ระบุไว้ข้างต้น

8. ประโยชน์ที่บริษัทพึงจะได้รับจากการเพิ่มทุนและจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนในการเสนอขายหุ้น Rights Offering

การออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) เป็นแนวทางการระดมทุนที่มีความเหมาะสม เนื่องจากจะช่วยให้บริษัทมีความยืดหยุ่นทางด้านสภาพคล่องเพื่อประโยชน์ในการขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือเพื่อสนับสนุนธุรกิจเดิมที่มีอยู่ของบริษัท ซึ่งจะสร้างการเติบโตของบริษัทและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในระยะยาว โดยไม่กระทบต่อสภาพคล่องทางการเงินของบริษัท รวมถึงก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นทุกราย

9. นโยบายเงินปันผลและสิทธิในการรับเงินปันผลของหุ้นสามัญเพิ่มทุน

9.1 นโยบายเงินปันผล

บริษัทมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิภายหลังการหักเงินทุนสำรองต่างๆ ตามกฎหมาย และเงินสำรองอื่น (ถ้ามี) อย่างไรก็ตาม การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ โดยจะขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน สภาพคล่อง ความจำเป็นในการใช้เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน แผนการลงทุน และการขยายธุรกิจในอนาคต สภาวะตลาด ความเหมาะสม และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน และการบริหารงานของบริษัท

9.2 สิทธิในการรับเงินปันผลจากการดำเนินงาน

ผู้ที่ได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสัดส่วนการถือหุ้นในครั้งนี้ จะมีสิทธิได้รับเงินปันผลเมื่อได้รับการจดทะเบียนเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และบริษัทมีการประกาศจ่ายเงินปันผล ทั้งนี้ โดยเป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

9.3 อื่น ๆ

- ไม่มี -

10. รายละเอียดอื่นที่จำเป็นสำหรับการใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทในการเสนอขายหุ้น Rights Offering

10.1 ผลกระทบต่อสัดส่วนของผู้ถือหุ้น (Control dilution)

1. ในกรณีที่ผู้ถือหุ้นเดิมทุกรายจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสัดส่วนการถือหุ้น และเป็นผู้ใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ NRF-W2 จะไม่มีผลกระทบต่อสัดส่วนการถือหุ้น ผู้ถือหุ้นเดิมจะไม่ได้รับผลกระทบต่อสัดส่วนการถือหุ้น และในกรณีที่ผู้ถือหุ้นทุกรายไม่ใช้สิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน บริษัทจะดำเนินการลดทุนจดทะเบียนของบริษัท โดยการตัดหุ้นสามัญเพิ่มทุนส่วนที่คงเหลือจากการเสนอขายทั้งทำให้จำนวนหุ้นชำระแล้วไม่เปลี่ยนแปลง และไม่เกิดผลกระทบต่อสัดส่วนการถือหุ้น

2. หากภายหลังการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสัดส่วนการถือหุ้น แต่ก่อนการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิ NRF-W2 ผู้ถือหุ้นเลือกที่จะไม่ใช้สิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสิทธิที่ตนมีอยู่เลย โดยผู้ถือหุ้นอื่นใช้สิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสิทธิที่มีอยู่และ/หรือจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนเกินกว่าสิทธิ (Oversubscription) จนครบทั้งจำนวน จะมีผลกระทบต่อสิทธิการออกเสียงของผู้ถือหุ้นบริษัท (Control Dilution) ซึ่งมีรายละเอียดการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Control Dilution} &= \frac{\text{จำนวนหุ้นสามัญเพิ่มทุน RO}}{(\text{จำนวนหุ้นที่ชำระแล้วทั้งหมด} + \text{จำนวนหุ้นสามัญเพิ่มทุน RO})} \\ &= \frac{94,510,486}{1,417,657,291 + 94,510,486} \\ &= \text{ร้อยละ 6.25} \end{aligned}$$

3. หากภายหลังการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสัดส่วนการถือหุ้น และการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิ NRF-W2 ผู้ถือหุ้นเลือกที่จะไม่ใช้สิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสิทธิที่ตนมีอยู่เลย โดยผู้จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนและผู้ใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ NRF-W2 ไม่ใช่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท จะมีผลกระทบต่อสิทธิการออกเสียงของผู้ถือหุ้นบริษัท (Control Dilution) ซึ่งมีรายละเอียดการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Control Dilution} &= \frac{\text{จำนวนหุ้นสามัญเพิ่มทุน RO} + \text{จำนวนหุ้นรองรับ NRF-W2}}{(\text{จำนวนหุ้นที่ชำระแล้วทั้งหมด} + \text{จำนวนหุ้นสามัญเพิ่มทุน RO} + \text{จำนวนหุ้นรองรับ NRF-W2})} \\ &= \frac{94,510,486 + 472,552,430}{1,417,657,291 + 94,510,486 + 472,552,430} \\ &= \text{ร้อยละ 28.57} \end{aligned}$$

10.2 ผลกระทบต่อราคาหุ้น (Price dilution)

การออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสัดส่วนการถือหุ้น และการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิ NRF-W2 ไม่มีผลกระทบต่อราคาหุ้น (Price Dilution) เนื่องจากราคาใช้สิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนเท่ากับหุ้นละ 1.00 บาท และราคาใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ NRF-W2 เท่ากับหุ้นละ 1.00 บาท สูงกว่าราคาตลาดก่อนการเสนอขายซึ่งเท่ากับ 0.31 บาทต่อหุ้น

ทั้งนี้ ราคาตลาดก่อนการเสนอขายเป็นราคาถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของหุ้นสามัญของบริษัทที่ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ย้อนหลัง 7 วันทำการติดต่อกันก่อนวันประชุมคณะกรรมการบริษัท ซึ่งมีมติให้เสนอวาระต่อที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2568 (ระหว่างวันที่ 9 มิถุนายน 2568 – 17 มิถุนายน 2568)

10.3 ผลกระทบต่อส่วนแบ่งกำไรต่อหุ้น (Earnings per share dilution)

บริษัทไม่สามารถคำนวณผลกระทบต่อส่วนแบ่งกำไร (Earnings Per Share Dilution) ได้ เนื่องจากบริษัทมีผลประกอบการขาดทุนสุทธิปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุน สำหรับไตรมาสที่ 1 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568

ส่วนที่ 2

ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน)

1. ชื่อและสถานที่ตั้งของบริษัทจดทะเบียน

ชื่อบริษัท : บริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อในตลาดหลักทรัพย์ : NRF
ที่ตั้ง : 99/1 หมู่ที่ 4 ตำบลแคราย อำเภอกระทุ่มแบน สมุทรสาคร 74110

2. ประเภทกิจการและลักษณะการประกอบธุรกิจหลักในปัจจุบันของบริษัทจดทะเบียน และ/หรือ บริษัทย่อย โดยสรุป

2.1 ธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัทประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิต จัดหา และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปรุงรสอาหาร อาหารสำเร็จรูป เครื่องปรุงสำหรับประกอบอาหาร อาหารมังสวิรัตที่ไม่มีส่วนผสมของไข่และนม อาหารโปรตีนจากพืช และเครื่องดื่มสำเร็จรูปชนิดผงและน้ำ บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นหนึ่งในผู้นำของอุตสาหกรรมผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารที่มีความยั่งยืนดีต่อผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้บริโภค เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานสากลโดยเฉพาะด้านความปลอดภัยของอาหาร (Food safety) อาทิ มาตรฐานความปลอดภัยทางอาหารจาก BRC หรือสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแห่งสหราชอาณาจักร (The British Retail Consortium) และมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศเพื่อให้การผลิตอาหารปลอดภัย IFS (International Food Standards) ซึ่งกำหนดขึ้นโดยผู้ค้าปลีกแห่งสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน และผู้ค้าปลีกค้าส่งแห่งฝรั่งเศส และ มาตรฐานการตรวจสอบสินค้าอาหารนำเข้าของ U.S. FDA (Food and Drug Administration) เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ของบริษัทไม่เพียงแต่มีความปลอดภัยเท่านั้น แต่ยังมีหลากหลายมากกว่า 3,000 SKUs และมากกว่า 500 สูตรอาหาร

1. ธุรกิจ ETHNIC /SPECIALTY FOODS

กลุ่ม ETHNIC /SPECIALTY FOODS ประกอบด้วยธุรกิจผลิตภัณฑ์รับจ้างผลิต ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร อาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุง อาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน และธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง จากธุรกิจของบริษัท ชิตี ฟู้ด จำกัด (บริษัทถือหุ้นร้อยละ 100) สินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ได้แก่ POR KWAN, SABZU, LEE BRAND, THAI DELIGHT, SHANGGIE DEDE และ CLASSIC THAI ซึ่งเป็นตราสินค้าของบริษัท ชิตีฟู้ด จำกัด

2. ธุรกิจ SUPERMARKET

กลุ่มธุรกิจ SUPERMARKET ซึ่งเป็นผู้ค้าส่งแบบหลายช่องทาง ซูเปอร์มาร์เก็ต และแพลตฟอร์มการจัดส่งตรงไปยังผู้บริโภค ที่เน้นที่สหราชอาณาจักรเป็นหลัก กลุ่มธุรกิจร้านค้าปลีกและค้าส่งอาหารเอเชียต่อผู้บริโภคโดยตรง ผ่านหลายช่องทาง (OMNI-CHANNEL ASIAN GROCERY) รายได้ในส่วนนี้มาจาก SEEWOO ค้าปลีกค้าส่ง และผู้จำหน่ายอาหารเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งนำมานานกว่า 40 ปี, CHUNGLEE LIMITED (CNL) และ CHUNGLEE CASH & CARRY LIMITED (CCC) ในสหราชอาณาจักร

3. ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง (PET FOOD)

กลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง (PET FOOD) รายได้มาจาก บริษัท โบทานี เพทแคร์ จำกัด (บริษัท ชิตี ฟู้ด จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 66.67) ผู้ผลิต ทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

4. กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศ

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศ ได้แก่ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหาร Plant Base ซึ่งลงทุนร่วมในบริษัท นิวทรา รีเจนเนอเรชั่น จำกัด และบริษัท แพลนท์แอนด์บีน (ประเทศไทย) จำกัด

2.2 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

นโยบายการตลาดและการขาย

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างสม่ำเสมอ

บริษัทมีนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารใหม่อย่างต่อเนื่องในแต่ละปี เพื่อตอบสนองผู้บริโภคเพื่อสุขภาพ และ ความยั่งยืน ซึ่งผลลัพธ์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารใหม่จะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมดโดยมิได้นำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เดิมมาดัดแปลงหรือปรับปรุง อีกทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นการร่วมมือกันระหว่างบริษัทและลูกค้าในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้มีความเหมาะสมต่อเทศกาลหรือแนวโน้มตลาด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปให้ได้ทันทั่วทั้งปี อีกทั้งการร่วมมือกันของบริษัทและลูกค้าของบริษัท เป็นปัจจัยหลักที่ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีงามเพื่อลูกค้ายังทำธุรกิจที่ดีต่อบริษัท

บริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็วอย่างสม่ำเสมอ จากการที่บริษัทมีผลิตภัณฑ์หลากหลายกว่า 3,000 SKUs กว่า 500 สูตรผลิต 200 แบรินด์ ทีมงานวิจัยและพัฒนา กว่า 20 คน รวมถึงสายการผลิตที่ยืดหยุ่นของบริษัทที่สามารถผลิตสินค้าที่หลากหลายในจำนวนน้อย (Small batch) และจำนวนมาก (Mass production) โดยประโยชน์ของการผลิตสินค้าแต่ละประเภทในจำนวนที่น้อยทำให้บริษัทสามารถที่จะผลิตสินค้าใหม่ได้หลากหลายประเภทมากขึ้นและลูกค้าเองก็สามารถใช้ทดลองตลาดได้อีกด้วย อีกทั้งยังสามารถขยายฐานลูกค้าของบริษัท เพื่อให้บริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้ารายย่อยหรือ Start – up ได้มากขึ้น อีกทั้งยังสามารถลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงราคาของวัตถุดิบและการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลและการเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม เนื่องจากความสามารถในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ได้อย่างทันทั่วทั้งปี

การที่บริษัทมีสายการผลิตที่ยืดหยุ่นสามารถทำการผลิตสินค้าที่หลากหลายในจำนวนน้อย (Small batch) ได้ด้วยมาตรฐานอาหารด้านความปลอดภัยและคุณภาพที่สูง ซึ่งกำหนดโดยสมาคมผู้ประกอบการค้าปลีกแห่งสหราชอาณาจักร (Brand Reputation through Compliance Global Standard : BRCGS) ซึ่งแตกต่างจากผู้ผลิตรายเล็กทั่วไป ถือได้ว่าเป็นข้อได้เปรียบสำคัญของบริษัทที่ช่วยให้กลุ่มลูกค้าของบริษัท มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นตั้งแต่ลูกค้ารายใหญ่ไปจนถึงรายย่อยหรือ Start-up ซึ่งคำสั่งซื้อขนาดเล็กมักมีอัตรากำไรที่สูงกว่าการผลิตปกติในจำนวนมาก (Mass Production)

2. การพัฒนาตราสินค้าของบริษัท

บริษัทมีเป้าหมายที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราสินค้าของตัวเองเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากบริษัทสามารถบริหารราคาขาย และกำหนดสกุลเงินที่ใช้ในการซื้อขายสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราสินค้าของตัวเองได้มากกว่าสินค้าที่รับจ้างผลิต จึงทำให้มีอัตรากำไรที่ดีกว่า บริษัทตั้งใจที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทให้มีความแตกต่าง เช่น ผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรสที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น เช่น ซอสศรียาชา น้ำจิ้มแจ่ว น้ำจิ้มไก่ นอกจากนี้ บริษัทมีแผนที่จะนำสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ที่ได้รับความนิยมในแต่ละประเทศไปจำหน่ายในประเทศที่มีลูกค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

3. การเพิ่มยอดขายในกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน การเพิ่มฐานลูกค้าในประเทศปัจจุบันและการเจาะตลาดในประเทศใหม่

บริษัทวางแผนที่จะทำการตลาดสำหรับทั้งผลิตภัณฑ์รับจ้างผลิตและผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การออกงานแสดงสินค้า การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เป็นต้น โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยประสบการณ์การดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนานของบริษัท ทำให้บริษัทมีข้อมูลการสั่งซื้อของสินค้าแต่ละชนิดของแต่ละประเทศ บริษัทจึงสามารถนำมาวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในแต่ละภูมิภาคทั่วโลกทั้งในด้านของชนิดผลิตภัณฑ์ รสชาติ และขนาดของผลิตภัณฑ์ บริษัทจึงสามารถที่จะนำมาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เกิดความเหมาะสมต่อความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละภูมิภาค เช่น ความต้องการบริโภคเส้นในทวีปอเมริกา ความต้องการเส้นที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพในทวีปยุโรป เช่น เส้นที่ทำมาจากบุก อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ของบริษัท ผู้บริโภคในทวีปอเมริกามีความต้องการเส้นที่มีคุณภาพ สด ใหม่และปลอดภัย จึงหลีกเลี่ยงที่จะบริโภคเส้นจากผู้ผลิตบางรายเนื่องจากสาเหตุทางด้านคุณภาพ จึงเป็นเหตุให้บริษัทมุ่งพัฒนาสินค้าประเภทเส้น เส้นบุก และเส้นประเภทอื่น ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในทวีปอเมริกา เพราะสินค้าและผลิตภัณฑ์ประเภทเส้นของบริษัท นั้นมีคุณภาพที่สูง สด ใหม่ และปลอดภัยต่อผู้บริโภคซึ่งตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในทวีปอเมริกา นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายกับผู้นำเข้าสินค้าเพื่อให้เกิดความน่าสนใจในการสั่งซื้อสินค้าจากผู้นำเข้าและผู้กระจายสินค้าให้แก่บริษัทไปสู่ลูกค้าปลายทาง (Trade Promotion)

4. การจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดวัฏจักรชีวิตของสินค้าและบริการ (Sustainability Supply Chain)

ที่ผ่านมาบริษัทได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในทุก ๆ ฝ่าย ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำตลอดจนลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคทั่วโลกได้รับสินค้าและการบริการที่ดี และให้ความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์จากกระบวนการผลิตของบริษัทที่ได้มาตรฐานและมีความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทมีการปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้ และบริษัทสนับสนุนให้เกษตรกรผลิตปุ๋ยจากธรรมชาติโดยใช้วัตถุดิบที่เหลือจากกระบวนการผลิต เพื่อลดการใช้ปุ๋ยเคมีซึ่งเป็นมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมด้วยปณิธานที่จะรับผิดชอบต่อสังคมและส่วนรวม บริษัทให้ความสนใจในเรื่องของ Climate change ที่หลายองค์กรทั่วโลกผสานความร่วมมือกัน ทางบริษัทจึงเริ่มจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกอย่างเป็นทางการของ UN Global Compact และล่าสุดก็ได้เข้าร่วม 1.5 degree pledge เพื่อตอบสนองต่อปณิธานดังกล่าวทางบริษัท และบริษัทย่อย ได้ติดตั้งหลอดไฟ LED และเปลี่ยนหลังคาเป็น Solar roof ทั้งหมด อีกทั้งทางบริษัทได้เริ่มโครงการ Carbon Neutral ในปี 2562 เพื่อเป็นการตอกย้ำความตั้งใจที่จะเป็นองค์กรที่ใส่ใจความเป็นไปของโลกใบนี้ บริษัทจึงได้มีแผนงานในการที่เข้าร่วมโครงการ Negative Carbon Emission บริษัทเชื่อว่าการเป็นผู้ผลิต

ที่มีความยั่งยืน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะทำให้บริษัทเป็นหนึ่งในผู้ผลิตรายแรก ๆ ที่บริษัททั่วโลกที่ยึดมั่นในการพัฒนาอย่างยั่งยืนเลือกที่จะทำการค้าด้วย

5. การออกงานแสดงสินค้าทั่วโลก

บริษัทมีการออกงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ เช่น งาน ThaiFex ที่จัดขึ้นในประเทศไทย, งาน SIAL Paris 2024 ที่จัดขึ้นในประเทศฝรั่งเศส, งาน Summer Fancy Food Show ที่จัดขึ้นในประเทศอเมริกา โดยในการออกงานแสดงสินค้านั้น บริษัทจะมีแสดงวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้ผลิตอย่างยั่งยืน มีความรับผิดชอบต่อเกษตรกร ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการทำสาธิตการปรุงอาหารจากสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ร่วมกับผู้นำเข้า (Cooking Demo)

6. การใช้ประโยชน์จากตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพื่อกระจายสินค้าในแต่ละประเทศ

ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นผู้นำเข้าและกระจายสินค้าที่มียอดขายอันดับต้น ๆ ของแต่ละประเทศหรือภูมิภาค และด้วยความสัมพันธ์ทางธุรกิจอันดีและความเชื่อมั่นที่ได้รับ บริษัทจึงสามารถที่จะแนะนำเสนอผลิตภัณฑ์ทั้งในกลุ่มรับจ้างผลิตและตราสินค้าของบริษัท ที่บริษัทคาดการณ์ว่าน่าจะได้รับความนิยมในประเทศนั้น ๆ จากการใช้ข้อมูลการขายที่บริษัทมีวิเคราะห์ ช่วยให้ทั้งลูกค้าและบริษัทสามารถไม่พลาดโอกาสทางธุรกิจจากกระแสความนิยมของผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญในการช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของบริษัทผ่านและการกระจายสินค้าที่หลากหลายของบริษัทไปสู่มือผู้บริโภค

7. การขยายช่องทาง Online

บริษัทมีความต้องการที่จะเพิ่มช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านออนไลน์ เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด อีกทั้ง เห็นโอกาสในการเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในระบบออนไลน์ช่องทาง Application ต่าง ๆ เช่น Shopee , Lazada และ Tiktok และสามารถเสริมสร้างความหลากหลายให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ เพื่อสร้างยอดขายและช่องทางการจำหน่าย online ที่สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง ทางบริษัทจึงได้เริ่มทำการเจรจากับกลุ่มนักลงทุนและนักบริหารมืออาชีพที่มีความชำนาญในการลงทุนเพื่อร่วมกันจัดตั้งบริษัทสำหรับดำเนินการลงทุนในธุรกิจที่ผลิตภัณฑ์อยู่ในกลุ่ม Ethnic Food, Plant-based Food, และ Pet Food มียอดขายที่ดีในระบบ E-commerce ของ Amazon และสร้างกำไรได้อย่างต่อเนื่อง โดยจะมีเกณฑ์ในการเลือกลงทุนที่ชัดเจนเพื่อให้บริษัทได้ประโยชน์สูงสุด โดยบริษัทจะสามารถนำเสนอสินค้าของบริษัทไปจำหน่ายบน Amazon Market Place โดยมีฐานลูกค้าที่สามารถนำเสนอสินค้าได้ทันที (Upselling) อีกทั้งยังมีการเพิ่มช่องทางขายในประเทศภายใต้การลงทุนในบริษัท อัลฟา ออแกนิก จำกัด (เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการขายแบบ Omni channel ในสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัทอีกด้วย

8. การขยายช่องทางการค้าส่งและการค้าปลีกในตลาดยุโรป

บริษัทได้ตระหนักถึงช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท และของกลุ่มบริษัทดังนั้นจึงได้ลงทุนในธุรกิจการค้าส่ง และการค้าปลีก ประเทศสหราชอาณาจักร และจะขยายไปในตลาดยุโรป ในพื้นที่ที่มีคนเอเชียอาศัยอยู่หนาแน่น บริษัทวางแผนที่จะเปิดเอเชียเซนซูเปอร์มาร์เก็ตภายใต้ชื่อ Bamboo Mart ในพื้นที่ที่คนเอเชียอาศัยอยู่

9. นโยบายราคา

นโยบายราคาภายใต้ตราสินค้าของบริษัท

บริษัทกำหนดราคาสินค้าโดยคำนึงถึงราคาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก โดยจะพิจารณาจากปัจจัยด้านความเหมาะสม ความคุ้มค่าคุ้มราคา (Value for money) และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้

นโยบายราคาสินค้ารับจ้างผลิต

ส่วนใหญ่แล้วราคาของสินค้ารับจ้างผลิตจะขึ้นอยู่กับภาระจากลูกค้า โดยบริษัทจะคำนึงถึงต้นทุนการผลิต อัตราแลกเปลี่ยน และความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งในตลาด บริษัทมีการศึกษาและพัฒนาการทำการโครงสร้างต้นทุนและเปรียบเทียบราคาในตลาดอยู่อย่างสม่ำเสมอ (Market Price) และบริษัทมีแผนจะขายในรูปแบบของสกุลเงินบาทเพิ่มมากขึ้นจากการที่บริษัทมีแผนเพิ่มกำลังการขายภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านเพื่อลดผลกระทบจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

10. ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทมีหลากหลายกลุ่มเนื่องจากความหลากหลายของกลุ่มสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้า โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท สามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม

- (1) กลุ่มร้านขายของทั่วไป (Traditional Trade) โดยกลุ่มลูกค้าประเภทนี้จะเป็นร้านขายของชำ ร้านขายของเบ็ดเตล็ดและร้านโชห่วยต่าง ๆ ซึ่งปลายทางของสินค้าจะไปอยู่กับลูกค้าที่เป็นคนท้องถิ่นที่ติดใจรสชาติของสินค้าบริษัท
- (2) กลุ่มโมเดิร์นเทรดหรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในต่างประเทศ โดยกลุ่มลูกค้าประเภทนี้จะจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท ให้แก่ผู้บริโภคทั่วไปและกลุ่มร้านอาหารต่าง ๆ ที่ใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทอยู่เป็นประจำในการประกอบอาหาร โดยสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่จัดจำหน่ายอยู่ในกลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ตหรือห้างค้าปลีก ณ ปัจจุบัน อาทิ Walmart และอื่น ๆ
- (3) กลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ต อาทิ โลตัส ซูเปอร์มาร์เก็ต (Lotus's), ฟู้ดแลนด์ (FoodLand), ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต (Tops), กรูเมต์ มาร์เก็ต (Gourmet Market), โกโฮลเซลส์ (Go Wholesale), แม็กซ์แวลู (MaxValu) โดยสินค้าที่เข้าไปยังกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าประเภทซอสใช้ประกอบอาหาร อาหารพร้อมปรุงและอาหารพร้อมรับประทาน
- (4) กลุ่มลูกค้าฟู้ดส์เซอร์วิส โดยกลุ่มลูกค้าประเภทนี้จะซื้อสินค้าไปเพื่อผลิตอาหาร
- (5) กลุ่มลูกค้าออนไลน์ กลุ่มลูกค้าประเภทนี้ส่วนใหญ่แล้วจะประกอบไปด้วย กลุ่มชาวต่างชาติที่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและชื่นชอบในอาหารไทย โดยกลุ่มลูกค้าต่างประเทศนั้นให้ความสำคัญกับคุณภาพและความสะอาดของผลิตภัณฑ์มากกว่าราคา ซึ่งเหมาะกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท ที่มีคุณภาพสูงรวมไปถึงสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเองก็มีรสชาติและคุณภาพที่ถูกใจชาวต่างชาติมาอย่างยาวนาน ในปีที่ผ่านมามีลูกค้าเพียง 2 รายที่มียอดขายร้อยละ 13 และร้อยละ 12 ของยอดขายรวมของกลุ่ม Ethnic/Specialty Food และลูกค้า 10 รายแรกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58 ของยอดขายรวมของกลุ่ม Ethnic/Specialty

11. การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของบริษัทถูกส่งออกไปขายยังต่างประเทศทั้งหมด ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัท สามารถแบ่งได้เป็น 3 ช่องทาง ได้แก่ 1) ตัวแทนจำหน่าย (Agent) โดยบริษัทได้รับการแนะนำลูกค้าจากตัวแทนจำหน่าย 2) บริษัทนำเข้าสินค้า (Importer) ลูกค้าที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทั้งแบบจ้างผลิตและผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท เพื่อนำไปขายต่อในร้านค้าหรือ Supermarket ในพื้นที่ต่าง ๆ 3) บริษัทส่งออกสินค้าจากประเทศไทย (Trader) ซึ่งเป็นลูกค้าในประเทศที่ซื้อสินค้าจากบริษัท แล้วนำไปขายต่อหรือส่งออกไปต่างประเทศอีกทอดหนึ่ง

ถึงแม้บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านตัวแทนที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทก็ยังมีการพัฒนาสูตรของสินค้าและผลิตภัณฑ์รวมถึงบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ร่วมกับลูกค้าปลายทางที่เป็นซูเปอร์มาร์เก็ต รวมถึงผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ อาทิ Walmart, Tesco ที่จะมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าของบริษัท ก่อนที่จะสั่งซื้อ ซึ่งเป็นการยืนยันคุณภาพในการผลิตและความสามารถในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ โดยทั่วไปผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่จะกำหนดกระบวนการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่ Supplier จัดหาเพื่อจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ซึ่งกระบวนการดังกล่าวใช้เวลาค่อนข้างนานประมาณ 6 เดือน ดังนั้น ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่จึงมักไม่เปลี่ยนผู้ผลิตสินค้าบ่อยนัก

สภาพการแข่งขันและภาวะอุตสาหกรรม

ภาพรวมเศรษฐกิจโลก

เศรษฐกิจโลกในปี 2568 มีแนวโน้มเติบโตใกล้เคียงกับปีก่อนที่ 3.3% แต่เป็นอัตราที่ต่ำเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยในอดีต ปัจจัยหนุนจากการผ่อนคลายลงของเงินเฟ้อซึ่งจะช่วยเพิ่มกำลังซื้อของประชาชน ขณะเดียวกันยังเปิดทางให้ประเทศแกนหลักทยอยปรับลดอัตราดอกเบี้ยเพื่อหนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจและ ลดความเสี่ยงต่อภาวะถดถอย อย่างไรก็ตาม การเติบโตทางเศรษฐกิจจะถูกกดดันจากหลายปัจจัย อาทิ ผลพวงจากอัตราดอกเบี้ยของประเทศต่างๆ ที่อยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยในอดีต ท่ามกลางภาระหนี้จำนวนมากของภาครัฐและภาคเอกชน ความไม่แน่นอนของนโยบายเศรษฐกิจสหรัฐฯ หลังจากที่นายโดนัลด์ ทรัมป์ ได้รับเลือกเป็นประธานาธิบดีอีกครั้ง แนวโน้มการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน รวมทั้งความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ นอกจากนี้ การแบ่งขั้วทางเศรษฐกิจซึ่งนำโดยสหรัฐฯ และจีน ผ่านการกีดกันทางการค้าด้านภาษีและมีใช้ภาษีศุลกากรที่รุนแรงขึ้น อาจจุดชนวนสงครามการค้ารอบใหม่และตอกย้ำกระแสโลกาภิวัตน์ย้อนกลับ (Deglobalization) ซึ่งจะสร้างแรงกระเพื่อมต่อการค้าการลงทุนและเศรษฐกิจทั่วโลก

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยปี 2566 เติบโตได้น้อยกว่าที่คาด 9 เดือนแรกเติบโตได้เพียง 1.9% โดยการส่งออกยังชะลอตัวตามทิศทางประเทศเศรษฐกิจหลัก โดยเฉพาะจีน การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่หดตัวอย่างต่อเนื่อง และชะลอการผลิตเพื่อเติมสินค้าคงคลัง นอกจากนี้ รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติราว 28 ล้านคน แทนที่จะเป็นราว 30 ล้านคน การใช้จ่ายต่อหัวก็ลดลงเหลือเพียง 4.30 หมื่นบาท จากที่เคยประมาณการ 4.55 หมื่นบาท

“เศรษฐกิจไทยปี 2567 คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 2.7 นำโดยการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและภาคการส่งออกสินค้า และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี ขณะที่เศรษฐกิจไทยปี 2568 คาดว่าจะขยายตัวเร่งขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 3.0 ต่อปี จากปัจจัยบวก 4 ด้านหลักคือการบริโภคภาคเอกชน การส่งออกสินค้า

การท่องเที่ยว และการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ กระทรวงการคลังต้องติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกอย่างใกล้ชิด”

ผลการประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2567 ว่า “เศรษฐกิจไทยปี 2567 คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 2.7 (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 2.2 ถึง 3.2) คงเดิมจากประมาณการครั้งก่อนและนับเป็นการขยายตัวต่อเนื่องจากปี 2566 ที่ขยายตัวที่ร้อยละ 1.9 ต่อปี นำโดยการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและการส่งออก ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปี 2567 คาดว่าจะมีจำนวน 36.0 ล้านคน ขณะที่การบริโภคภาคเอกชนที่ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะขยายตัวได้ต่อเนื่องที่ร้อยละ 4.6 (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 4.1 ถึง 5.1) เพิ่มขึ้นจากประมาณการครั้งก่อน แม้จะเผชิญแรงกดดันต่อเศรษฐกิจจากสถานการณ์อุทกภัย แต่ผลจากมาตรการต่าง ๆ ของรัฐได้ชดเชยและสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนมากขึ้น สำหรับมูลค่าการส่งออกสินค้าในรูปเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐคาดว่าจะขยายตัวที่ 2.9 (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 2.4 ถึง 3.4) เนื่องจากมีสัญญาณฟื้นตัวดีกว่าคาดในไตรมาสที่ 2 และ 3 จากโอกาสของผู้ประกอบการไทยแทนที่สินค้าจีนที่ถูกปรับขึ้นภาษีจากสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ การบริโภคภาครัฐคาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 2.1 (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 1.6 ถึง 2.6) และการลงทุนภาครัฐคาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 0.8 (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 0.3 ถึง 1.3) อย่างไรก็ตาม การลงทุนภาคเอกชนคาดว่าจะหดตัวที่ร้อยละ - 1.9 (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ - 2.4 ถึง - 1.4) เนื่องจากการหดตัวของการลงทุนด้านเครื่องจักรเครื่องมือโดยเป็นผลมาจากยอดขายรถยนต์สันดาปที่ลดลง ซึ่งต้องจับตาการปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยอย่างใกล้ชิด ในด้านเสถียรภาพภายในประเทศ คาดว่าอัตราเงินเฟ้อทั่วไปจะอยู่ที่ร้อยละ 0.4 (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ -0.1 ถึง 0.9) ลดลงจากประมาณการครั้งก่อน เนื่องจากราคาพลังงานในตลาดโลกปรับตัวลดลง สำหรับเสถียรภาพภายนอกประเทศ ส่งผลให้ดุลบัญชีเดินสะพัดในปี 2567 มีแนวโน้มที่จะเกินดุล 10.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 1.9 ของ GDP

สำหรับในปี 2568 กระทรวงการคลังคาดว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวเร่งขึ้นที่ร้อยละ 3.0 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 2.5 ถึง 3.5) จากปัจจัยบวก 4 ด้านหลักคือการบริโภคภาคเอกชน การส่งออกสินค้า การท่องเที่ยว และการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชน โดยคาดว่าจะการบริโภคภาคเอกชนจะขยายตัวได้ต่อเนื่องที่ร้อยละ 2.9 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 2.4 ถึง 3.4) ขณะที่การส่งออกสินค้ามีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องตามอุปสงค์ในตลาดโลกและเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า โดยคาดว่าจะการส่งออกสินค้าจะขยายตัวที่ร้อยละ 3.1 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 2.6 ถึง 3.6) จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปี 2568 คาดว่าจะมีจำนวน 39.0 ล้านคน ส่งผลดีต่อความเชื่อมั่นของภาคธุรกิจ รวมถึงมีแรงสนับสนุนสำคัญจากงบประมาณปี 2568 ที่พร้อมเร่งเบิกจ่าย ส่งผลให้คาดว่าจะการบริโภคภาครัฐจะขยายตัวที่ร้อยละ 2.2 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 1.7 ถึง 2.7) ในปี 2568 การลงทุนจะเป็นอีกหนึ่งเครื่องยนต์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยได้รับแรงหนุนจาก 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) การลงทุนภาคเอกชนที่คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 2.3 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 1.8 ถึง 2.8) ขยายตัวเร่งตัวขึ้นจากโครงการลงทุนขนาดใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนผ่านมาตรการของบีโอไอ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 2) การลงทุนภาครัฐที่คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 4.7 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 4.2 ถึง 5.2) จากการเร่งรัดการเบิกจ่ายรายจ่ายลงทุนและการเร่งรัดโครงการโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ อาทิ โครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน โครงการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบังเฟส 3 และโครงการรถไฟทางคู่ในเส้นทางต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยยกระดับศักยภาพการแข่งขันและกระตุ้นการลงทุนต่อเนื่องในภาคเอกชน

ด้านเสถียรภาพภายในประเทศ คาดว่าอัตราเงินเฟ้อทั่วไปจะอยู่ที่ร้อยละ 1.0 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 0.5 ถึง 1.5) เร่งขึ้นจากปีก่อนหน้าตามอุปสงค์ภายในประเทศที่ขยายตัวดี ขณะที่เสถียรภาพภายนอกประเทศ

คาดว่าดุลบัญชีเดินสะพัดจะเกินดุล 10.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 1.7 ของ GDP (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 1.2 ถึง 2.2 ของ GDP)

กระทรวงการคลังจะมีบทบาทสำคัญในปี 2568 ในการดำเนินนโยบายการคลังเชิงบูรณาการ (Integrated Fiscal Policy) โดยมุ่งเน้น 3 เสาหลัก ได้แก่ 1) การรักษาวินัยและเสถียรภาพทางการคลัง (Fiscal Discipline and Stability) ผ่านการบริหารจัดการรายได้และรายจ่ายภาครัฐอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับการรักษาระดับหนี้สาธารณะให้อยู่ภายใต้กรอบความยั่งยืนทางการคลัง 2) การส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน (Quality and Sustainable Growth) ผ่านมาตรการทางการคลังและภาษีที่เอื้อต่อการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมายและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์ และ 3) การยกระดับการพัฒนาทุนมนุษย์และความเข้มแข็งทางการเงินของภาคครัวเรือน (Human Capital Development and Household Financial Resilience) โดยเร่งผลักดันโครงการเสริมสร้างความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) และการพัฒนาระบบการให้คำปรึกษาทางการเงินเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการหนี้สินภาคครัวเรือนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ยังควรติดตามปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างใกล้ชิด อาทิ 1) ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์โลกในภูมิภาคต่าง ๆ ที่เริ่มรุนแรงมากขึ้น อาจเป็นข้อจำกัดและส่งผลกระทบต่อ การเติบโตของเศรษฐกิจไทยในระยะถัดไป เช่น สถานการณ์ความตึงเครียดในภูมิภาคตะวันออกกลาง ที่อาจส่งผลกระทบต่อราคาลงงานให้ปรับตัวสูงขึ้น การแข่งขันเชิงยุทธศาสตร์ระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกา และความกังวลเรื่องข้อพิพาททะเลจีนใต้เกี่ยวกับการอ้างกรรมสิทธิ์หลังมีการซ้อมรบของกองทัพเรือจีนและรัสเซีย ในบริเวณดังกล่าว รวมถึงการขยายบทบาทของกลุ่มเศรษฐกิจใหม่ BRICS และการรวมตัวอย่างไม่เป็นทางการเชิงยุทธศาสตร์ของกลุ่มประเทศ CRINK (จีน รัสเซีย อิหร่าน และเกาหลีเหนือ) ที่อาจสร้างแรงกดดันต่อสหรัฐอเมริกา ในเรื่องระเบียบโลกใหม่ 2) ผลการเลือกตั้งประธานาธิบดีแห่งสหรัฐอเมริกาและทิศทางการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลชุดใหม่ 3) การฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย 4) ปัญหาหนี้ครัวเรือน และภาคธุรกิจที่จะบันทึกการใช้จ่ายในระยะต่อไป และ 5) ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากปัญหาน้ำท่วมในหลาย จังหวัด (ที่มา: <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/89723>)

ภาพรวมและแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของประเทศไทย

การส่งออกสินค้าอาหาร

ปี 2567-2569 ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มคาดว่าจะเติบโต 4.0-5.0% ต่อปี ด้วยรายได้รวมที่ 275-300 พันล้านบาท โดยมีปัจจัยหนุนด้านอุปสงค์จาก (1) การทยอยฟื้นตัวของ GDP ภายในประเทศในช่วงปี 2568-2569 (2) นักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะทยอยเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวสำคัญ เช่น จีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ขณะที่นักท่องเที่ยวไทยคาดว่าจะมีการเดินทางเพิ่มขึ้น โดยได้ปัจจัยสนับสนุนโครงการต่างๆ จากภาครัฐ และ (3) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมานิยมทานอาหารที่ร้านมากขึ้น โดยเฉพาะหลังจากการระบาดของโรค COVID-19 คลี่คลาย โดยมีปัจจัยเร่งจากการขยายตัวของความเป็นเมืองและสื่อโซเชียลมีเดียที่แนะนำร้านอาหารใหม่ๆ และสิทธิพิเศษต่างๆ ส่วนด้านอุปทานมีปัจจัยหนุนมาจาก (1) ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น อาทิ บริการขนส่งสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (Cold Chain Logistics) ส่งผลให้รักษาคุณภาพของอาหารได้นานขึ้น เอื้อต่อการเปิดร้านอาหารในพื้นที่ห่างไกลแหล่งวัตถุดิบ (2) แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ให้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร (Food Delivery Application) ที่พัฒนาฟีเจอร์ใหม่ๆ รองรับวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้การบริการของร้านอาหารมีช่องทางเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น และ (3) การขยายสาขาของธุรกิจค้าปลีก (Retail Business) ทั้งขนาดใหญ่และเล็ก เพื่อครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เป็นช่องทางให้ร้านอาหารสามารถขยายกิจการไปตามธุรกิจค้าปลีก

ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (รายใหญ่/มีเชนสาขา): คาดว่าธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตตาม (1) ภาวะเศรษฐกิจและทิศทางการท่องเที่ยวที่ทยอยฟื้นตัว (2) ผู้ประกอบการขยายสาขาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่กลับมาปกติ (3) ความนิยมในแบรนด์และช่องทางเข้าถึงผู้บริโภคได้ในหลากหลายพื้นที่ รวมถึง (4) อำนาจต่อรองของผู้ประกอบการที่มีต่อซัพพลายเออร์จากปริมาณคำสั่งซื้อวัตถุดิบจำนวนมาก ทำให้สามารถลดต้นทุนต่อหน่วยของสินค้า ในช่วงที่วัตถุดิบอาหารและเครื่องดื่มมีราคาสูง เป็นปัจจัยช่วยหนุนให้ผู้ประกอบการร้านอาหารแบบเครือข่ายมีความได้เปรียบในการทำกำไร

ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (ทั่วไป): คาดว่าธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตตามปริมาณนักท่องเที่ยวและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่กลับมาปกติ แต่ยังคงมีความเสี่ยงด้านต้นทุนวัตถุดิบที่ยังสูงและส่วนแบ่งทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้นของผู้เล่นรายใหญ่/มีเชนสาขา อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้กำลังซื้อของผู้บริโภคอาจยังคงรอการฟื้นตัวท่ามกลางค่าครองชีพที่ยังสูง ทำให้ธุรกิจกลุ่มนี้ซึ่งส่วนใหญ่ยังเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กยังมีความเสี่ยงด้านความสามารถในการทำกำไร (ที่มา : <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/food-beverages/io/io-food-beverage-restaurant-2024-2026>)

อุตสาหกรรมอาหารพร้อมทานเป็นอุตสาหกรรมที่พึ่งพาตลาดในประเทศและส่งออกในสัดส่วนใกล้เคียงกัน อยู่ที่ 53.9% และ 46.1% ตามลำดับ ปริมาณการจำหน่ายอาหารพร้อมทานในประเทศทั้งปี 2566 คาดว่าจะหดตัว -1.0% ถึง -2.0% จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ลดความรุนแรง และผู้คนสามารถกลับมาใช้ชีวิตปกติ รวมถึงการออกมาจับจ่ายใช้สอย และรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยในปี 2567-2569 ปริมาณการจำหน่ายอาหารพร้อมทานในประเทศคาดว่าจะเติบโตโดยเฉลี่ย 3.0-4.0% ต่อปี แรงหนุนจาก (1) กำลังซื้อที่กระเตื้องขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ (2) การขยายตัวของช่องทางจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมากขึ้น และ (4) แนวโน้มการบริโภคที่เน้นความเร่งรีบหลังกิจกรรมทางเศรษฐกิจกลับมาเต็มรูปแบบ ด้านปริมาณการส่งออกอาหารพร้อมทานทั้งปี 2566 เติบโต 2.7% จากปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังคงยืดเยื้อประกอบกับราคาส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทานของไทยที่ยังคงสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ทำให้ประเทศคู่ค้าหันมานำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทานจากไทยมากขึ้น โดยในปี 2567-2569 ปริมาณการส่งออกอาหารพร้อมทานคาดว่าจะเติบโตโดยเฉลี่ย 5.0-6.0% ต่อปี แรงหนุนจาก (1) กิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่ทยอยฟื้นตัว และราคาที่จูงใจในสถานะที่ค่าครองชีพยังคงสูงในประเทศคู่ค้า (2) การขยายตัวของเมืองและช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้นทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และ (3) การเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างของประชากรโดยขนาดของครอบครัวที่เล็กลงทำให้ปริมาณความต้องการอาหารที่เพียงพอต่อการบริโภคในแต่ละครั้งของครัวเรือนลดลงด้วย อย่างไรก็ตาม ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจยังคงมีอยู่จาก (1) สภาพอากาศที่แปรปรวน อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานในการผลิตและราคาวัตถุดิบ (2) ภาครัฐในหลายประเทศเข้มงวดมาตรการภาษีเพื่อควบคุมความเค็ม (3) ผู้บริโภคเน้นผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ ซึ่งเป็นต้นทุนของผู้ประกอบการในการยกระดับสินค้าให้ได้มาตรฐาน (4) มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (NTBs) ด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มต้นทุนในการปรับกระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ และ (5) ความขัดแย้งด้านภูมิรัฐศาสตร์และสงครามที่อาจยืดเยื้อ ส่งผลกระทบต่อต้นทุนด้านการขนส่งและบรรจุภัณฑ์

การบริโภคภายในประเทศ

การบริโภคภาคเอกชนของไทยในช่วงที่ผ่านมา นับเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจหลังวิกฤต COVID-19 โดยในปี 2565 และ 2566 การบริโภคภาคเอกชนไทยขยายตัวสูงถึง 6.2%YOY และ 7.1%YOY ตามลำดับ และยังคงขยายตัวต่อเนื่องในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 ส่วนหนึ่งจากแรงส่งภาคบริการที่ฟื้นตัวดีตามจำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ อย่างไรก็ตาม การบริโภคภาคเอกชนในระยะข้างหน้าจะเผชิญแรงกดดันมากขึ้น และเริ่มเห็นสัญญาณที่แผ่วลงจากดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (Consumer Confidence Index)

ที่ปรับตัวลดลงต่อเนื่อง ทำให้การบริโภคภาคเอกชนไทยที่เคยเป็น “พระเอก” ของเศรษฐกิจอาจโดนลดบทบาทลง และขยายตัวได้น้อยลงในระยะข้างหน้า โดย SCB EIC ประเมินว่าการบริโภคภาคเอกชนของไทยปี 2567 จะขยายตัวชะลอลงอยู่ที่ 3.7% และในปี 2568 จะเติบโตชะลอลงจากปีนี้อยู่ที่ 2.4%

(1) ดัชนีการบริโภคภาคเอกชน

ดัชนีการบริโภคภาคเอกชนยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากการใช้จ่ายในหมวดสินค้ากึ่งคงทนลดลงตามยอดจำหน่ายและนำเข้าสิ่งทอที่ไม่ใช่เสื้อผ้าลดลง และการใช้จ่ายในหมวดสินค้าคงทนปรับตัวลดลง 6 เดือนติดต่อกัน โดยปรับตัวลดลงทั้งยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถกระบะ และยอดจดทะเบียนรถยนต์จักรยานยนต์ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อของสถาบันการเงิน และผู้บริโภคบางส่วนรอดูสถานการณ์การปรับลดราคารถยนต์ รวมถึงการใช้จ่ายหมวดบริการที่ขยายตัวชะลอลงเล็กน้อยตามจำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติที่ลดลง อย่างไรก็ตาม แม้การบริโภคภาคเอกชนในช่วงที่เหลือนของปี 2567 มีปัจจัยสนับสนุนจากโครงการแจกเงิน 10,000 บาทในระยะแรกให้กับกลุ่มเปราะบางที่ได้ดำเนินการแล้ว แต่ SCB EIC มองว่าโครงการนี้มีผลบวกต่อเศรษฐกิจค่อนข้างจำกัด เนื่องจากเม็ดเงินทั้งหมดอาจไม่ได้ใช้จ่ายเข้าสู่เศรษฐกิจโดยตรง สะท้อนจากผลสำรวจ SCB EIC Consumer survey ที่พบว่า ผู้ได้รับสิทธิบางส่วนจะนำเงินไปออมหรือชำระหนี้ รวมถึงใช้จ่ายเงินนี้แทนรายจ่ายปกติที่ต้องจ่ายอยู่แล้ว และโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มเติมในเฟส 2 ที่เกิดขึ้นในช่วงต้นปี 2568 ยังมีความไม่แน่นอนสูง

(2) การฟื้นตัวของค่าจ้างแรงงาน

การฟื้นตัวของค่าจ้างแรงงานที่แท้จริงปรับตัวลดลงต่อเนื่อง โดยเฉพาะแรงงานในภาคอุตสาหกรรม อาทิ การผลิตในอุตสาหกรรมกรรมการก่อสร้าง และภาคบริการ ขณะที่แม้ว่าค่าจ้างที่แท้จริงในภาคเกษตร ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารจะฟื้นตัวขึ้นในช่วงที่ผ่านมา แต่ในระยะข้างหน้ารายได้ภาคเกษตรมีแนวโน้มกลับมาหดตัวในปี 2568 เนื่องจากราคาสินค้าเกษตรมีทิศทางลดลงจากปริมาณข้าวโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และอินเดียอาจผ่อนคลายนโยบายควบคุมการส่งออกข้าว นอกจากนี้ ภาคบริการท่องเที่ยวในระยะต่อไปยังมีปัจจัยกดดันจากการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตามแนวโน้มการกลับมาของนักท่องเที่ยวจีนแบบกรู๊ปทัวร์ที่ยังไม่กลับมา รวมถึงความเปราะบางของเศรษฐกิจไทยยังส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย โดยเกือบครึ่งมีการลดหรืองดการท่องเที่ยวในประเทศเมื่อมีภาระค่าใช้จ่ายโดยรวมเพิ่มขึ้น

สินเชื่ออุปโภคบริโภคมีแนวโน้มชะลอตัวลงต่อเนื่อง ตามคุณภาพของสินเชื่อที่ยังน่ากังวล โดยผลสำรวจภาวะและแนวโน้มการปล่อยสินเชื่อในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 จากธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า สถาบันการเงินมีมาตรฐานการปล่อยสินเชื่อครัวเรือนทุกประเภทเข้มงวดขึ้น เนื่องจากมีความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจ และความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ เห็นได้จากสัดส่วน NPL ที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความเปราะบางของภาคครัวเรือนที่เผชิญปัญหารายได้ฟื้นตัวช้า ท่ามกลางค่าครองชีพที่สูงขึ้นเร็ว รวมไปถึงภาระหนี้สูง และมีแนวโน้มจะกลายเป็นปัญหาหนี้สะสมในระยะยาว จากผลสำรวจ SCB EIC Consumer Survey 2567 พบว่า โดยเฉลี่ยของกลุ่มคนในทุกระดับรายได้เกือบ 40% มีปัญหาในการจ่ายหนี้ และสัดส่วนคนมีปัญหานี้จะเพิ่มขึ้นในกลุ่มคนที่มีรายได้ลดลง โดยจะค้างชำระหนี้บ่อยครั้งหรือบางครั้ง และแม้ว่าจะชำระหนี้สม่ำเสมอแต่เป็นการชำระหนี้แบบขั้นต่ำ ส่งผลให้หนี้สินเพิ่มจากภาระหนี้ที่เกิดขึ้นจากการชำระหนี้ไม่เต็มจำนวน ในระยะข้างหน้า สถาบันการเงินจึงมีแนวโน้มที่จะเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้นอีก และจะกลายเป็นแรงกดดันสำคัญต่อการบริโภค แม้ว่าจะมีปัจจัยบวกจากการปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายในเดือน ต.ค. ลง 0.25% เพื่อช่วยบรรเทาภาระหนี้ของลูกหนี้ (ที่มา <https://www.scbeic.com/th/detail/product/private-consumption-201124>)

แนวโน้มการบริโภคภายในประเทศในปี 2567 คาดว่าจะขยายตัวราวร้อยละ 2.8 – 3.0 แม้ว่าผู้บริโภคจะยังเติบโตได้แต่ยังอยู่บนความท้าทายหลายด้านซึ่งสอดคล้องไปกับทิศทางของเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภค โดยการขยายตัวของการบริโภคภายในประเทศมีปัจจัยมาจาก 1. การกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนราว 13 – 20 ล้านคน 2. กิจกรรมเศรษฐกิจในประเทศที่ขับเคลื่อนได้ตามปกติจากการที่ผู้บริโภคกลับมาใช้ชีวิตแบบปกติอีกครั้ง 3. ผลของมาตรการส่งเสริมของภาครัฐ และ 4. การใช้จ่ายที่อาจเพิ่มขึ้นในช่วงการเลือกตั้งที่คาดว่าจะมีขึ้นในช่วงไตรมาส 2 ของปี 2566 ซึ่งปัจจัยที่ได้กล่าวไปข้างต้นจะเป็นปัจจัยหนุนให้ภาพรวมการบริโภคภายในประเทศยังคงขยายตัวได้โดยเฉพาะช่วงครึ่งปีแรกของปี 2566

อย่างไรก็ดีในช่วงครึ่งปีหลัง ยังคงต้องรอดูติดตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ รวมถึงนโยบายของรัฐบาลชุดใหม่ ท่ามกลางสถานการณ์ค่าครองชีพที่ยังอยู่ระดับสูง ประกอบกับกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังฟื้นตัวไม่ทั่วถึง ส่งผลให้การเติบโตของการบริโภคภายในประเทศในปี 2567 แม้จะให้ภาพที่ขยายตัวต่อเนื่อง แต่คงเป็นไปด้วยความระมัดระวังและยังเผชิญกับโจทย์ท้าทายรอบด้าน ซึ่งจะมีผลต่อการฟื้นตัวของบริโภคในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน (ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

ภาพรวมและแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหาร Ethnic Food (อาหารท้องถิ่น) และอาหาร Specialty

ขนาดตลาดอาหารท้องถิ่นทั่วโลก มีมูลค่าอยู่ที่ 86.90 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2567 และคาดว่าจะเติบโตจาก 92.76 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2568 เป็น 153.21 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2575 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อยู่ที่ 7.43% ในช่วงระยะเวลาคาดการณ์ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ครองส่วนแบ่งตลาดอาหารชาติพันธุ์มากที่สุด 47.15% ในปี 2567

อาหารท้องถิ่น หมายถึง อาหารที่มีต้นกำเนิดจากมรดกทางวัฒนธรรมของกลุ่มท้องถิ่น ซึ่งใช้ความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบท้องถิ่นจากพืชและสัตว์ในการประกอบอาหาร การพัฒนาด้านนวัตกรรมในภาคส่วนอาหารแปรรูป และอาหารแช่แข็งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในตลาดยังมุ่งเน้นไปที่การขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ของตนในทุกภูมิภาค โดยการเปิดตัวผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในตลาดต่างประเทศ

โมเดลธุรกิจใหม่และแนวทางสร้างสรรค์ กำลังถูกนำมาใช้เพื่อรับมือกับปัญหาที่ผู้ผลิตต้องเผชิญอันเป็นผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 นอกจากนี้ กลยุทธ์ทางการตลาดที่เป็นนวัตกรรม คาดว่าจะช่วยขยายขอบเขตของผู้ผลิตไปสู่ระดับโลก และสร้างโอกาสทางธุรกิจที่น่าสนใจสำหรับวิธีการนำเสนอและจำหน่ายอาหารท้องถิ่นในอนาคต

อีกทั้ง แนวโน้มการเดินทางที่เพิ่มขึ้น ทั่วโลกจะช่วยกระตุ้นการเติบโตของตลาด เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้สัมผัสและนำวัฒนธรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นจากท้องถิ่นไปเผยแพร่ต่อไปในระดับสากล (ที่มา: <https://www.fortunebusinessinsights.com/ethnic-foods-market-102264>)

แนวโน้มและปัจจัยขับเคลื่อนตลาดในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้เล่นสำคัญของตลาดอาหารท้องถิ่นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เนื่องจากอาหารไทยได้รับความนิยมอย่างสูงในตลาดต่างประเทศ รวมถึงการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปและอาหารแช่แข็ง ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเติบโตของตลาดในประเทศไทย ได้แก่:

(1) ความนิยมของอาหารไทยในตลาดโลก

อาหารไทย เช่น ต้มยำกุ้ง ผัดไทย และแกงเขียวหวาน เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้ผลิตไทยสามารถขยายตลาดไปยังภูมิภาคอื่นได้ง่าย

(2) การเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปและอาหารแช่แข็ง

การพัฒนาอาหารไทยสำเร็จรูป เช่น อาหารแช่แข็ง อาหารพร้อมรับประทาน และซอสปรุงรส ช่วยให้สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น

(3) การท่องเที่ยวและวัฒนธรรมอาหาร

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทยมักนำวัฒนธรรมการบริโภคอาหารไทยกลับไปยังประเทศของตน ส่งผลให้ความต้องการอาหารไทยในตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น

(4) การสนับสนุนจากภาครัฐและนโยบายส่งเสริมการส่งออก

รัฐบาลไทยมีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหาร เช่น การส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร และโครงการ "ครัวไทยสู่ครัวโลก"

(5) ความต้องการอาหารท้องถิ่นในประเทศที่เพิ่มขึ้น

คนไทยเริ่มให้ความสนใจกับอาหารท้องถิ่นจากประเทศอื่นมากขึ้น เช่น อาหารญี่ปุ่น เกาหลี และเม็กซิกัน ทำให้ตลาดอาหารนำเข้าขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

- โอกาสทางธุรกิจสำหรับประเทศไทย
- การพัฒนาอาหารไทยสำเร็จรูปและอาหารแช่แข็งเพื่อส่งออก
- การสร้างแบรนด์อาหารไทยในตลาดต่างประเทศ
- การลงทุนในเทคโนโลยีการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
- การขยายช่องทางการจำหน่ายผ่าน E-commerce และแพลตฟอร์มดิจิทัล

ตลาดอาหารท้องถิ่นในประเทศไทยยังคงมีศักยภาพสูง เนื่องจากอาหารไทยได้รับความนิยมในระดับสากล และอุตสาหกรรมอาหารของไทยมีความแข็งแกร่ง ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อขยายตลาดในอนาคต

อาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่แล้วจะเป็นอาหารของชาวต่างชาติซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคสหรัฐฯ หันมาให้ความสนใจอาหารของชาวต่างชาติมากขึ้น เช่น อาหารของคนเอเชีย อาหารเมดิเตอร์เรเนียน อาหารฮิสแปนิกและมีการดัดแปลงมาผสมผสานกับอาหารท้องถิ่น โดยตลาดอุตสาหกรรมอาหารท้องถิ่นมีส่วนแบ่งตลาดตามทวีปสามารถแบ่งออกเป็นร้อยละ 31.9 เป็นทวีปยุโรป ร้อยละ 27.8 เป็นทวีปอเมริกา ร้อยละ 26.0 เป็นทวีปเอเชีย และอื่น ๆ อีกร้อยละ 14.3 โดยเหตุผลหลักที่ทำให้ตลาดอุตสาหกรรมอาหารท้องถิ่นเติบโตขึ้นเนื่องมาจากอัตราการย้ายถิ่นฐานที่เพิ่มขึ้น ซึ่งการย้ายถิ่นฐานเพิ่มขึ้นเนื่องจากสาเหตุหลายประการ เช่น โอกาสในการหางาน ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม วัตถุประสงค์ด้านการศึกษา เป็นต้น ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีความต้องการอาหารท้องถิ่นคือการเข้าถึงผู้บริโภคที่มากขึ้นของซูเปอร์มาร์เก็ตที่เน้นขายสินค้าเฉพาะกลุ่ม Ethnic Food (specialized ethnic food supermarket chains) ในขณะเดียวกันผู้ผลิตอาหารท้องถิ่นก็ให้ความสำคัญกับพัฒนาผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันด้านความสะดวก คุณภาพของอาหาร รูปแบบอาหาร และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ โดย Mordor Intelligence

คาดการณ์ว่า ตลาดอุตสาหกรรมอาหาร Ethnic Food จะเติบโตขึ้นสูงถึง 62.1 พันล้านเหรียญสหรัฐภายใน 5 ปี ข้างหน้า โดยจะเป็นการเติบโตแบบถ่วงเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 8.3 ต่อปีจากมูลค่าตลาด 38.7 พันล้านเหรียญสหรัฐในปัจจุบัน เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารท้องถิ่นทั่วโลกและความนิยมของอาหารไทย สามารถสรุปผลกระทบทางเศรษฐกิจของอาหารท้องถิ่นในประเทศไทยสำหรับปี 2566 และ 2567 ได้ดังนี้

การบริโภคอาหารท้องถิ่นภายในประเทศคงมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยได้รับแรงหนุนจากความนิยมในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ความต้องการความสะดวกสบาย และความภาคภูมิใจในอาหารท้องถิ่น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ผลิตอาหาร ร้านอาหาร และร้านค้าปลีกอาหารไทยมีรายได้เพิ่มขึ้นการส่งออกอาหารและวัตถุดิบอาหารไทยยังคงขยายตัว เนื่องจากความนิยมของอาหารไทยในตลาดโลก รายได้จากการส่งออกจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอาหารและภาคเกษตรของประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศ ทำรายได้ให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม บริการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ระดับการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลก นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมอาหารไทย นวัตกรรมด้านอาหาร และการตลาด อาจช่วยสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมผ่านการลงทุน การส่งออก และแคมเปญท่องเที่ยวต่างๆ

แนวโน้มการบริโภคเช่น ความใส่ใจสุขภาพ การทดลองผสมผสานอาหารไทยกับอาหารนานาชาติ และความต้องการอาหารสำเร็จรูปที่สะดวก ส่งผลต่อรูปแบบการผลิตและบริโภคอาหารเอธิกภายในประเทศ เพื่อประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจที่แน่นอน จำเป็นต้องวิเคราะห์ข้อมูลการใช้จ่ายของผู้บริโภค มูลค่าการส่งออก รายได้จากการท่องเที่ยว และผลลัพธ์จากนโยบายต่างๆ ในปี 2566 และ 2567 อย่างละเอียด แต่โดยรวมแล้ว อุตสาหกรรมอาหารเอธิกของไทยน่าจะยังคงเติบโตและมีส่วนสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจในช่วงเวลาดังกล่าว อันเนื่องมาจากความนิยมของอาหารไทยในระดับสากล (ที่มา:กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ภาพรวมและแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยง

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยปี 2567 -2568 มีการเติบโตในระดับปานกลาง เนื่องจากปัจจัยต่างๆ เช่น ความต้องการของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นตัวเลือกที่คุ้มค่าและการตระหนักถึงสุขภาพของสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การเติบโตของตลาดยังคงถูกกระทบจากความท้าทายทางเศรษฐกิจและการแข่งขันจากผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์แบบดั้งเดิม

ความต้องการของลูกค้า

เนื่องจากอัตราการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความต้องการอาหารสัตว์ระดับพรีเมียมและผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติสูงมากขึ้น แนวโน้มนี้เกิดจากการที่ผู้บริโภคตระหนักถึงความสำคัญของโภชนาการสำหรับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น รวมถึงต้องการมอบการดูแลที่ดีที่สุดให้กับสัตว์เลี้ยงที่เปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัวของพวกเขา นอกจากนี้ การที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงต้องทำงานเป็นเวลานานหรือเดินทางบ่อย ทำให้มีความต้องการเพิ่มขึ้นสำหรับอาหารสัตว์ที่สะดวกและพร้อมรับประทาน แนวโน้มการให้ความสำคัญกับสุขภาพและความสะดวกสบายในตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงนี้ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมที่มองว่าสัตว์เลี้ยงเป็นส่วนสำคัญของครอบครัว

แนวโน้มในตลาด

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติและออร์แกนิกมากขึ้น โดยมีแรงขับเคลื่อนจากความตระหนักที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ต่อสุขภาพของอาหารสัตว์ประเภทนี้ ส่งผลให้เกิดความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับแบรนด์อาหารสัตว์ระดับพรีเมียมที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ

คุณภาพสูง คาดว่าแนวโน้มนี้จะดำเนินต่อไปในอนาคต ทำให้ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเปิดโอกาสให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมในการตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของเจ้าของสัตว์เลี้ยงผ่านผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม นอกจากนี้ แนวโน้มนี้ยังอาจส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์เลี้ยงโดยรวมในประเทศไทย

ปัจจัยเฉพาะในประเทศ

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยยังคงเติบโตต่อเนื่องจากการขยายตัวของเมืองและอัตราการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการอาหารสัตว์ระดับพรีเมียมและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ กฎระเบียบที่เข้มงวดเกี่ยวกับการนำเข้าอาหารสัตว์ของประเทศไทยยังสร้างโอกาสให้กับผู้ผลิตในประเทศในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของสัตว์เลี้ยงไทย อีกทั้งวัฒนธรรมของไทยที่ให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงทำให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงเต็มใจที่จะใช้จ่ายมากขึ้นกับอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพสูง

ปัจจัยมหภาคที่เกี่ยวข้อง

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยมหภาค เช่น กำลังซื้อของผู้บริโภค นโยบายภาครัฐ และสภาพเศรษฐกิจโดยรวม การเติบโตของชนชั้นกลางและรายได้ที่เพิ่มขึ้นนำไปสู่การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงที่มากขึ้น ซึ่งช่วยผลักดันความต้องการอาหารสัตว์พรีเมียมและผลิตภัณฑ์เฉพาะทาง นอกจากนี้ นโยบายของภาครัฐที่เอื้อประโยชน์และการลงทุนในภาคเกษตรกรรมช่วยสนับสนุนการผลิตวัตถุดิบคุณภาพสูงสำหรับอาหารสัตว์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยขับเคลื่อนตลาด อย่างไรก็ตาม ความผันผวนของราคาสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลกและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคและประสิทธิภาพโดยรวมของตลาด (ที่มา <https://www.fortunebusinessinsights.com/ethnic-foods-market-102264>)

การส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของประเทศไทยในปี 2566 มีการขยายตัวอีกครั้งในช่วงปลายปี 2566 หลังจากที่มีการหดตัวมาตลอดตั้งแต่ต้นปี ซึ่งในเดือนพฤศจิกายน 2566 มีมูลค่าการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของประเทศไทยมีมูลค่า 222 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 3% เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีตลาดส่งออกสำคัญคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น มาเลเซีย อิตาลี และออสเตรเลีย ในปี 2565 ไทยเป็นผู้ส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงอันดับ 6 ของโลก มีมูลค่าการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยง 2,803 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเป็นสัดส่วน 3.36% ของการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงของโลก ขยายตัว 16.46% เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2564 โดยมีประเทศที่ส่งออกอันดับ 5 แรกของโลกได้แก่ เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และจีน เฉพาะในส่วนของการส่งออกสุนัขและแมว ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 3 ของโลก รองจากเยอรมนี และสหรัฐอเมริกา โดยมียอดการส่งออก 2,434 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 19.33% เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2564 หรือเป็นสัดส่วน 5.51% ของการส่งออกสินค้าอาหารสุนัขและแมวทั่วโลก

จากการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคทั่วโลกปี 2566 ของ Euromonitor International Voice of the Consumer: Digital Consumer Survey พบว่า มีแนวโน้มสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกซื้ออาหาร และผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

- (1) การเน้นความสำคัญของสัตว์เลี้ยงเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว (Pet Humanization)
- (2) การให้ความสำคัญกับสุขภาพของสัตว์เลี้ยงเหมือนกับสุขภาพของผู้เลี้ยง
- (3) การจัดจำหน่ายอาหารและผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยงผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ควบคู่กัน (Omni Channel)

- (4) การให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน ใช้บรรทัดฐานที่คำนึงถึงความยั่งยืน ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ที่มา อินโฟเควสท์ 12 ม.ค. 67, Frost & Sullivan, SCB EIC)

ภาพรวมและแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารโปรตีนทางเลือก (Alternative protein)

คนไทยกว่า 7.2 ล้านคน ไม่บริโภคเนื้อสัตว์ และกว่า 50% กระจายอยู่ในพื้นที่ภาคกลางและกรุงเทพฯ ผู้บริโภคคุ้นเคยกับโปรตีนทางเลือกจากนวัตกรรมอาหารใหม่ มากขึ้น หลังจากทำตลาดในไทยมากกว่า 5 ปี ปัจจุบันผู้บริโภคกว่า 7.2 ล้านคน ไม่บริโภคเนื้อสัตว์ และกว่า 50% ของกลุ่มดังกล่าว อยู่ในพื้นที่ภาคกลางและกรุงเทพฯ ส่งผลให้คาดว่าจะยังเป็นพื้นที่ศักยภาพในการขยายตลาด เนื่องจากมีกำลังซื้อสูงกว่าภูมิภาคอื่น

ปี 2567 คาดมูลค่าตลาดโปรตีนทางเลือกจากนวัตกรรมอาหารใหม่อยู่ที่ 9,700 ล้านบาท โต 3.2% จากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และจำนวนผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น

การตอบรับโปรตีนทางเลือกจากนวัตกรรมอาหารใหม่ที่มีมากขึ้น ทำให้จำนวนผลิตภัณฑ์และช่องทางการขายเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจึงเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคมังสวิรัตแบบยืดหยุ่น หรือ Flexitarian และกลุ่ม Vegan ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า มูลค่าตลาดโปรตีนทางเลือกจากนวัตกรรมอาหารใหม่ปี 2567 จะอยู่ที่ 9,700 ล้านบาท ขยายตัว 3.2% โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลกินเจที่ผู้ประกอบการจะเพิ่มกำลังการผลิตกว่า 30% (ตลอดช่วงกินเจ 10 วัน) และคาดว่าจะสามารถเพิ่มยอดขายได้ราว 30% เทียบกับช่วงปกติ กลุ่มเครื่องดื่มแมมมี ส่วนแบ่งตลาดเพียง 39% แต่ยังโตสูงกว่ากลุ่มอาหาร จากราคาต่อหน่วยที่เข้าถึงง่ายและมีสินค้าหลากหลายแบรนด์ให้เลือก

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ปี 2567 - 2568 ตลาดโปรตีนทางเลือกจากนวัตกรรมอาหารใหม่กลุ่มเครื่องดื่มแมมมีสัดส่วนเพียง 39% แต่มีแนวโน้มเติบโต 6.1% จากราคาต่อหน่วยที่เข้าถึงง่ายและความนิยมในการประยุกต์เป็นส่วนผสมของเมนูเครื่องดื่มสำหรับคนรักสุขภาพ รวมถึงผู้แพ้นมวัว นมถั่วเหลือง เป็นต้น

ขณะที่กลุ่มอาหารในปีนี้อาจโตเพียง 1.4% แม้ผู้ประกอบการจะพยายามทำให้ระดับราคาต่อหน่วยไม่แตกต่างกันนักจากอาหารทั่วไป เช่น อาหารสำเร็จรูปที่ขายในร้านสะดวกซื้อ แต่มีหลายรายการที่ราคาต่อหน่วยยังสูง เช่น กลุ่มวัตถุดิบ (เนื้อมะเขือเทศ) อาหารพร้อมทาน (หมูบึ่งจากพืช) จึงทำให้ผู้บริโภคอาจไม่ได้เลือกซื้อในความถี่ที่มาก ธุรกิจยังมีความเสี่ยงจากการแข่งขันรุนแรงทั้งจากสินค้าที่ผลิตในประเทศและสินค้านำเข้า รวมถึงต้นทุนวัตถุดิบที่ผันผวน การแข่งขันรุนแรงจากกลุ่มอาหารโปรตีนทางเลือกด้วยตนเอง ทั้งที่ผลิตได้ในประเทศและนำเข้าที่เข้ามาทำตลาดในไทยมากขึ้น อาทิ สิงคโปร์ จีน สหรัฐฯ โดยเฉพาะกลุ่มเครื่องดื่ม ส่งผลให้มีสินค้าในตลาดมากกว่า 100 แบรินด์ และกลุ่มอาหารทั่วไปที่มีหลากหลาย ทั้งระดับราคา ประเภทอาหารและแหล่งเลือกซื้อ ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถปรับพฤติกรรมการบริโภคไปตามกำลังซื้อที่มีอยู่ในแต่ละช่วงเวลา โดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ-ปานกลาง ต้นทุนวัตถุดิบที่ยังผันผวนและมีแนวโน้มจะขยับสูงขึ้น โดยต้นทุนวัตถุดิบมีสัดส่วนราว 40-50% ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ด้วยสภาพอากาศที่แปรปรวนอาจกระทบกับผลผลิตและราคา โดยเฉพาะถั่วเหลืองที่ส่วนใหญ่ยังพึ่งพาการนำเข้าเกือบทั้งหมด รวมถึงวัตถุดิบที่ผลิตได้ในประเทศยังไม่เพียงพอ อาทิ ถั่วเขียว เห็ดแครง (ที่มา: <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Alt-Proteins-CIS3520-FB-27-09-24.aspx>)

ตลอดช่วงเวลาระหว่างปี 2566 ถึง 2573 ตลาดโปรตีนทางเลือกแสดงให้เห็นถึงทิศทางการเติบโตที่ต่อเนื่องและเชิงบวก เป็นสัญญาณที่ดีสำหรับอุตสาหกรรม ปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดนี้ รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น การก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงในการตัดสินใจของผู้บริโภค

ปัจจัยที่สำคัญที่ขับเคลื่อนตลาดโปรตีนทางเลือกคือการเพิ่มความตระหนักของผู้บริโภคในเรื่องสุขภาพ และสุขภาพอนามัย การตระหนักที่สูงขึ้นนี้ได้ผลลัพธ์ในการเพิ่มความต้องการของผลิตภัณฑ์โปรตีนทางเลือกที่ถูกมองเห็นว่าเป็นทางเลือกที่สุขภาพดีและเป็นธรรมชาติมากขึ้น นอกจากนี้ การก้าวหน้าทางเทคโนโลยีภายในอุตสาหกรรมโปรตีนทางเลือกได้นำไปสู่การเกิดขึ้นของวิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากขึ้น ทำให้เพิ่มการเติบโตของตลาดเป็นอย่างมาก อีกทั้ง ผู้เล่นรุ่นใหม่ในอุตสาหกรรมกำลังลงทุนอย่างมากที่คาดว่าจะเป็นตัวขับเคลื่อนนวัตกรรมและกระตุ้นการขยายตัวของตลาด การลงทุนเหล่านี้มุ่งหน้าไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการขยายเครือข่ายการกระจายสินค้า ซึ่งในท้ายที่สุดจะกระตุ้นความต้องการในอนาคต

การมองโลกสำหรับตลาดโปรตีนทางเลือกเป็นเชิงบวก ด้วยการเติบโตที่เร่งรีบที่คาดหวังไว้ในอนาคต ความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอุตสาหกรรมอาหารโปรตีนทางเลือกในสหรัฐอเมริกามีการเติบโตที่ชะลอตัวลงในปี 2565 เนื่องจากภาวะเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูง ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจรวมถึงกำลังซื้อของผู้บริโภค ทำให้อุตสาหกรรมเนื้อที่ทำจากพืช (Plant-based meat) มีการเติบโตลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.4 เนื่องจากราคาของเนื้อที่ทำจากพืชสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับเนื้อสัตว์ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์นมที่ทำจากพืช (Plant-based dairy) ยังคงเติบโตได้ดีโดยขยายตัวร้อยละ 12.0 ในภาพของการเติบโตในระยะยาวอุตสาหกรรมโปรตีนทางเลือกยังมีโอกาสเติบโตอีกมาก โดยในปี 2563 อาหารโปรตีนทางเลือกคิดเป็นร้อยละ 2.0 ของการบริโภคโปรตีนทั้งหมดหรือราว 13 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ Boston Consulting Group ได้มีการประเมินว่า สัดส่วนโปรตีนทางเลือกจะปรับตัวสูงขึ้นเป็นร้อยละ 8.0 หรือมูลค่าอุตสาหกรรม 97 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2573 โดยเหตุผล 3 ด้านหลักที่ทำให้อุตสาหกรรมอาหารทางเลือกมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมต่อเนื่องและอาจขยายตัวได้ในระยะต่อไป คือ

1. สิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน อุตสาหกรรมเกษตรปศุสัตว์เป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักที่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม โดยกว่า 1 ใน 4 ของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลกมาจากการผลิตอาหารและเกษตรกรรมโดยเฉพาะในการทำปศุสัตว์โคเนื้อที่มีการปล่อยก๊าซมีเทนจำนวนมากจากกระบวนการย่อยอาหารของวัว
2. สุขภาพและวิถีชีวิตยุคใหม่ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารประกอบกับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์สุขภาพได้สร้างความตื่นตัวและทำให้คนจำนวนมากเริ่มหัน มาใส่ใจดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น
3. เทคโนโลยีพัฒนาการด้านเทคโนโลยีโดยเฉพาะในสาขาเทคโนโลยีชีวภาพด้านอาหาร (food biotechnology) นวัตกรรมอาหาร (food innovation) รวมถึงเทคโนโลยีด้านการเกษตรสมัยใหม่ (smart farming) ทำให้การคิดค้นอาหารทางเลือกเพื่อมาทดแทนกระบวนการผลิตเนื้อสัตว์แบบดั้งเดิมเป็นจริงได้มากขึ้น

สำหรับอุตสาหกรรมอาหารโปรตีนจากพืชในประเทศ ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรรมไทยระบุว่า ในปี 2565 มูลค่าตลาดโปรตีนทางเลือกที่มาจากนวัตกรรมอาหารใหม่ น่าจะอยู่ที่ 4,100 ล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 5.1 ซึ่งน้อยกว่าที่เคยคาดไว้เดิม เป็นผลมาจากปัจจัยความท้าทาย ทั้งในเรื่องของค่าครองชีพ ภาวะเงินเฟ้อที่เร่งตัวขึ้น ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ประกอบกับการแข่งขันกับอาหารโปรตีนทั่วไปที่มีหลากหลายระดับราคาและช่องทางการจำหน่าย ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์โปรตีนทางเลือกที่มาจากนวัตกรรมอาหารใหม่ อาจยังเผชิญความท้าทายในการเพิ่มปริมาณการบริโภคเพื่อเสริม หรือทดแทนมื้ออาหารหลักในกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ นอกจากประเด็นเรื่องกำลังซื้อผู้บริโภคและการแข่งขันกับอาหารโปรตีนทั่วไปแล้ว การดำเนินธุรกิจโปรตีน ทางเลือกที่มาจากนวัตกรรมอาหารใหม่ในปี 2565 ยังมีความท้าทายสำคัญจากการแข่งขันที่เริ่มรุนแรง การรุกเข้าสู่ตลาดน้อย

จริงจังของผู้ประกอบการจำนวนมากขึ้น ประกอบกับความเสี่ยงจากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ภายใต้สถานการณ์
โรคระบาดทั่วโลก ราคาพลังงาน และค่าขนส่งที่ยังมีแนวโน้มขยับขึ้นได้อีกในช่วงที่เหลือของปี 2565

แต่อย่างไรก็ตาม หากไม่มีผลของภาวะเศรษฐกิจค่าครองชีพ และต้นทุนการผลิตที่เร่งตัวสูงจากภาวะเงิน
เฟ้อ ในปี 2565 ตลาดโปรตีนทางเลือกที่มาจากนวัตกรรมอาหารใหม่อาจเติบโตได้ราวร้อยละ 7.0 จากปีก่อน ด้วย
ศักยภาพของสินค้าที่ตอบโจทย์เทรนด์บริโภคเรื่องสุขภาพ-สิ่งแวดล้อม ประกอบกับการเข้าสู่ตลาดได้อย่างจริงจัง
ของผู้ประกอบการหลายราย น่าจะทำให้เกิดการลงทุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้นตามมา
จึงคาดว่ามีโอกาสที่อัตราการบริโภคสินค้ากลุ่มนี้จะยังขยายตัวต่อไป ขณะที่ช่องว่างทางการตลาดสำหรับตลาด
โปรตีนทางเลือกที่มาจากนวัตกรรมอาหารใหม่ในไทยยังมีอีกมาก เพราะมูลค่าตลาดของอาหารกลุ่มนี้ยังมีสัดส่วน
เพียงร้อยละ 0.6 เมื่อเทียบกับตลาดอาหารในกลุ่มโปรตีนทั้งหมดในไทยที่คาดว่าจะในปี 2565 จะมีมูลค่ากว่า 7.16
แสนล้านบาท (ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, ธนาคารเกียรตินาคินภัทร, Boston Consulting Group
,marketreportsworld)

ภาพรวมและแนวโน้มอุตสาหกรรมตลาด Omni-channel Asian Grocery

ธุรกิจค้าปลีกกลุ่ม CVS (Convenience Store), Supermarket และ Hypermarket และกลุ่มธุรกิจ Health &
Beauty ยังเติบโตได้ดี กลุ่มที่เติบโตได้ดีต่อเนื่อง ยังคงเป็นหมวดร้านค้าสินค้าจำเป็น เช่น CVS, Supermarket
และ Hypermarket ซึ่งมียอดขายที่เติบโตรวมถึงมีการขยายสาขาเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น อีกทั้ง ยังได้รับ
อานิสงส์จากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ขณะที่กลุ่มที่ตอบโจทย์เทรนด์ต่าง ๆ ก็ยังเติบโตต่อเนื่องเช่นกัน อาทิ ธุรกิจ
Health & Beauty โดยได้รับแรงหนุนจากกระแสสุขภาพเชิงป้องกัน และกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวที่นิยมซื้อ
สินค้าประเภทนี้ สำหรับกลุ่มที่เติบโตแต่ยังมีข้อจำกัด ได้แก่ กลุ่ม Department store เนื่องจากต้องเผชิญกับการ
แข่งขันที่รุนแรง และกำลังซื้อที่เปราะบาง ร้านค้าเฉพาะทางที่มีความหลากหลาย รวมถึงช่องทางออนไลน์ที่มีผู้เล่น
รายใหม่ ๆ ขณะที่กลุ่มที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป ได้แก่ สินค้าแฟชั่น เนื่องจากเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย
และสินค้า Home & Garden จากการชะลอตัวของตลาดที่อยู่อาศัย

กลุ่ม Modern grocery : ยอดขายของทุกกลุ่ม (CVS, Supermarket, Hypermarket) กลับไปอยู่สูงกว่าช่วง
Pre-COVID แล้ว โดยแม้ว่าการฟื้นตัวของกำลังซื้อของผู้บริโภคยังเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่ความต้องการ
ในหมวดสินค้าจำเป็นยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง อีกทั้ง หากภาครัฐมีการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ จะเป็นปัจจัย
บวกที่ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคทยอยปรับตัวดีขึ้น

กลุ่ม Department store : ในสถานการณ์กำลังซื้อที่ยังฟื้นตัวอย่างจำกัด อาจส่งผลต่อแนวโน้มการใช้จ่าย
ในกลุ่มสินค้าไม่จำเป็น อย่างไรก็ดี กลุ่ม Department store ยังได้แรงหนุนของภาคท่องเที่ยว โดยคาดว่าจะจำนวน
นักท่องเที่ยวต่างชาติจะกลับมาสู่ระดับก่อนการระบาดของโควิด ในปี 2568 ซึ่งการกลับมาของนักท่องเที่ยว
ดังกล่าวจะช่วยเพิ่มการใช้จ่ายภายในห้างสรรพสินค้าและส่งผลให้ยอดขายเติบโตดีขึ้น อีกทั้ง ยังได้ปัจจัยสนับสนุน
จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศและนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจภาครัฐ

ธุรกิจค้าปลีกไทยเริ่มวางเป้าหมายและดำเนินงานตามแนวทาง ESG ผู้ประกอบการค้าปลีกในไทยมีการ
ตั้งเป้าหมายและแผนการดำเนินงานด้าน ESG โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ ขณะที่ผู้บริโภค
เองก็มีความตระหนักรู้ถึงปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น อย่างไรก็ดี อุปสรรค
สำคัญในการสนับสนุนสินค้าที่มีความยั่งยืน (Sustainable products) คือ ปัจจัยด้านราคาที่สูงกว่าสินค้าทั่วไปและ
ตัวเลือกที่น้อย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและราคา เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภค
ได้หลากหลายกลุ่มมากขึ้น สำหรับในด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนนั้น พบว่าร้านค้าขนาดใหญ่สามารถปรับตัว
ได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากกว่าร้านค้าขนาดเล็ก เนื่องจากมีเงินทุนมากกว่า ขณะที่ร้านค้าขนาดเล็กอาจเริ่ม

จากการให้ความรู้และเริ่มวางจำหน่ายสินค้าที่มีความยั่งยืนให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ที่มา : <https://www.scbeic.com/th/detail/product/9651>)

ภาวะการแข่งขัน

การแข่งขันของบริษัทเกิดจากผู้ประกอบการในต่างประเทศคู่แข่งที่สำคัญของบริษัทในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสและเครื่องประกอบอาหารจากต่างประเทศ ได้แก่ผู้ประกอบการจากประเทศสหรัฐอเมริกา เวียดนาม สาธารณรัฐประชาชนจีน สิงคโปร์ และมาเลเซีย

การแข่งขันในตลาดรับจ้างผลิต ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ในอุตสาหกรรมการผลิตอาหาร คือ ราคาจำหน่ายสินค้า และราคาต้นทุนของวัตถุดิบที่มีความผันผวนไปตามราคาตลาดซึ่งเป็นปัจจัยที่บริษัทผู้ผลิตไม่สามารถควบคุมได้ โดยลูกค้าสามารถเปลี่ยนผู้รับจ้างผลิตอาหารรายอื่นแทนบริษัท หากลูกค้าได้รับการเสนอราคาที่พอใจกว่า ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันในตลาดรับจ้างผลิตที่อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรของบริษัทในอนาคต อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงผู้ผลิตสำหรับลูกค้าที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่อาจมีต้นทุนที่สูงและใช้เวลานานในการที่จะทำการตรวจสอบมาตรฐานการผลิตของผู้ผลิตรายใหม่ (High switching cost) นอกจากนี้ บริษัทเชื่อมั่นว่าข้อได้เปรียบทางการแข่งขันดังต่อไปนี้จะทำให้บริษัทเป็นตัวเลือกแรก ๆ ในการผลิตสินค้าให้กับบริษัทชั้นนำระดับโลก (1) การที่บริษัทมุ่งเน้นการดำเนินกิจการอย่างยั่งยืน (2) การเตรียมพร้อมในการก้าวเข้าสู่ตลาดผลิตภัณฑ์อาหารแห่งอนาคต ทั้งในด้านการผลิตและการเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ในด้านอาหาร (Platform for the Future of Food) (3) การมีสูตรผสมอาหารและบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย (4) การมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั่วโลก (5) การมีสายการผลิตที่มีความยืดหยุ่นสามารถรองรับการผลิตขนาดเล็กได้ (Small batch and lean production) (6) คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากลด้านความปลอดภัยด้านอาหาร และเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั่วโลก

3. การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	รายละเอียด
2534	• ก่อตั้งในชื่อ “บริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนท์ โปรดิวซ์ จำกัด”
2539	• ส่งออกผลิตภัณฑ์ OEM ไปยังสหรัฐอเมริกา
2544	• ส่งออกผลิตภัณฑ์ OEM ไปยังสหราชอาณาจักร, เปิดตัวและส่งออกสินค้าแบรนด์ “ฟอชัวญ”
2546 - 2549	• ขยายการส่งออกไปมากกว่า 25 ประเทศ, ได้รับการรับรองจาก BRC
2560	• ตั้งเป้าหมายในการบรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืนกับสหประชาชาติ • แอตตัน แคปปิตอล (ประเทศไทย) จำกัด นำโดยคุณแดน ปรุมาณิชย์ ได้เข้าซื้อกิจการบริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนท์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน) • ร่วมเป็นสมาชิกสมาคม Plantbased Food Association
2561	• ร่วมมือเข้าเป็นหุ้นส่วนกับมหาวิทยาลัยมหิดลด้านอาหารแห่งความปลอดภัย • ดุสิตธานีเข้าเป็นผู้ถือหุ้นเชิงกลยุทธ์
2562	• สนับสนุนกลุ่มโปรตีนทางเลือก สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจSME ด้วยทุนจดทะเบียน 50,000,000 เหรียญสหรัฐ

ปี	รายละเอียด
	ขยายธุรกิจโดยการซื้อเทคโนโลยีผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (V-shapes)
2563	- ได้รับการรับรองในการเป็นคาร์บอนติดลบรายแรกในประเทศไทย - ขยายช่องทางธุรกิจ E-commerce ด้วย BOOSTED - ขยายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (V-shapes) ในอเมริกาเหนือ และตะวันออกกลางกับ Fluid Energy - บริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand - SET) เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม - เริ่มลงทุนในธุรกิจ Phuture Meat - เข้าซื้อและลงทุนในบริษัท ซีดี ฟู้ด จำกัด - ลงทุน 25% ใน Plant and Bean ในสหราชอาณาจักร เพื่อสร้างแพลตฟอร์มผลิตและจำหน่ายอาหารที่ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์หรือผลผลิตจากสัตว์
2564	- จัดตั้งบริษัท นิวทรา รีเจนเนอเรทีฟ โปรตีน จำกัด ("NRPT") ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนกับกลุ่ม ปตท. เพื่อบุกตลาด plant-based ในภูมิภาค - การลงทุนในบริษัท โบทานี เพ็ทแคร์ จำกัด ("BOTANY") - จัดตั้งบริษัท รีเจนเนอเรชั่น แคปปิตอล จำกัด เพื่อบริหารและจัดการการลงทุนของบริษัท
2565	- ได้ลงทุนในหุ้นสามัญของ บริษัท อีโกลด์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 60 เพื่อประกอบธุรกิจจุดเหมือง Cryptocurrency โดยใช้พลังงานสะอาด (Clean Cryptocurrency Mining) จากโรงไฟฟ้าชีวมวลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามบริษัทได้จำหน่ายเงินลงทุนนี้ไปในไตรมาส 4 ปี 2565 เนื่องจากธุรกิจนี้ไม่ได้เป็นธุรกิจหลักหรือสามารถต่อยอดให้กับบริษัทได้ - บริษัท เอ็นอาร์เอฟ คอนซูเมอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัท อินดีม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพื่อบริหารธุรกิจระบบการขายตรง (Omni Chanel) - จัดตั้งบริษัท รีเจนเนอเรชั่น โฮลดิ้ง (สิงคโปร์) จำกัด ซึ่งจัดตั้งเพื่อบริหารการลงทุนในต่างประเทศ - จัดตั้งบริษัท รีเจนเนอเรชั่น แคปปิตอล (เคย์แมน) จำกัด ซึ่งจัดตั้งในเพื่อบริหารและจัดการการลงทุนในต่างประเทศ - ลงทุนในบริษัท Frontline จำกัด ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นบริษัทวิศวกรรมการออกแบบและสร้างระบบการกำจัดขยะชีวมวล (Biomass) โดยใช้เทคโนโลยีเฉพาะทาง เพื่อผลิตก๊าซธรรมชาติทดแทน (renewable natural gas) โดยไม่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการผลิตและดักจับคาร์บอนเป็น Biocha ซึ่งสามารถนำ Biocha ผังลงดินเพื่อฟื้นฟูหน้าดินให้อุดมสมบูรณ์และสามารถอุ้มน้ำได้ดี

ปี	รายละเอียด
2566	- ลงทุนใน บริษัท Galalane ซึ่งเป็นบริษัท Holding โดยมีบริษัทลูก 2 บริษัท คือ Chuanglee Limited และ Chuanglee Cash & Carry Limited ซึ่งประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกและค้าส่งอาหารเอเชียในสหราชอาณาจักรอังกฤษ - อนุมัติการลงทุนในบริษัท Kairous Asia Limited ซึ่งบริษัท Kairous Asia Limited ประกอบธุรกิจบริหารและจัดการ ("Sponsor") ของบริษัท Kairous Acquisition Corp. Limited ("KACL") ซึ่งเป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อระดมทุนผ่านการ IPO บนตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq เพื่อมีวัตถุประสงค์ในการควบรวมกับกิจการอื่นๆ หรือที่เรียกว่า Special Purpose Acquisition Company ("SPAC") - จัดตั้งบริษัทย่อย ได้แก่ Bamboo Mart Limited ในหมู่เกาะเคย์แมน เพื่อเป็นการปรับโครงสร้างทางธุรกิจ รองรับการค้าเงินลงทุนในการควบรวมกับกิจการอื่นๆ หรือที่เรียกว่า Special Purpose Acquisition Company ("SPAC")

4. ทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อยที่สำคัญ

เงินลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร อาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุง อาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ทั้งนี้ จากงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยเท่ากับ 2,190.5 ล้านบาท

บริษัทย่อย	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าเงินลงทุนสุทธิที่แสดงในงบการเงินเฉพาะกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
บริษัท โนฟ ฟู้ดส์ จำกัด	จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์หรือผลผลิตจากสัตว์	100	1,169.2	1,169.2
บริษัท เอ็นอาร์เอฟ คอนซูเมอร์ จำกัด	ลงทุนในธุรกิจ Ecommerce และจำหน่ายสินค้าผ่านระบบ Ecommerce	100	961.8	704.0
บริษัท ซีดีฟู้ด จำกัด	ผลิต นำเข้าและส่งออกอาหารสำเร็จรูป	100	128.0	200.0
บริษัท 350 จำกัด	ลงทุนในธุรกิจ Decarbonization	100	2.1	-
บริษัท รีเจนเนอเรชั่น แคปปิตอล จำกัด	บริหารและจัดการการลงทุน	100	115.5	115.5
Bamboo Mart Limited	บริหารและจัดการการลงทุน	0.27	1.8	1.8
รวมเงินลงทุนสุทธิ				2,190.5

เงินลงทุนในบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทร่วมรวม 17.7 ล้านบาท มีรายละเอียดดังนี้

บริษัทร่วม	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชีตามวิธีส่วนได้เสีย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
บริษัท อัลฟ่า ออแกนิค จำกัด	ขายสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านระบบสมาชิก	38	36.3	17.7
รวมเงินลงทุนสุทธิ				17.7

เงินลงทุนในบริษัทร่วมค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทร่วมค้ารวม 86.4 ล้านบาท มีรายละเอียดดังนี้

บริษัทร่วมค้า	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชีตามวิธีส่วนได้เสีย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
บริษัท นิวทรา รีเจนเนอเรทีฟโปรดัก จำกัด	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร	50	169.1	86.4
รวมเงินลงทุนสุทธิ				86.4

สินทรัพย์ถาวร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 สินทรัพย์ถาวรที่สำคัญที่ใช้ในการประกอบธุรกิจหลักของบริษัทฯ และบริษัทย่อย โดยมีสินทรัพย์ถาวรรวม 1,132 ล้านบาท มีรายละเอียดดังนี้

ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน

สถานที่ตั้ง	พื้นที่			วัตถุประสงค์การใช้งาน	ลักษณะการถือครอง	ภาระผูกพัน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
	ไร่	งาน	ตารางวา				
1) ตำบลแคราย อำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัด สมุทรสาคร (เลขโฉนด 22931)	1	2	36	โรงงานผลิตซอส	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	8.3
2) ตำบลแคราย อำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัด สมุทรสาคร	-	2	60	โรงงานผลิตเส้น	กรรมสิทธิ์	จำนอง	3.2

สถานที่ตั้ง	พื้นที่			วัตถุประสงค์การถือครอง	ลักษณะการถือครอง	ภาระผูกพัน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
	ไร่	งาน	ตารางวา				
(เลขโฉนด 22942)							
3) ตำบลแคราย อำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัด สมุทรสาคร (เลขโฉนด 22943)	-	2	59	โรงงาน ผลิตเส้น	กรรมสิทธิ์	จำนอง	3.2
4) ตำบลแคราย อำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัด สมุทรสาคร (เลขโฉนด 22944)	-	2	62	โรงงาน ผลิตเส้น	กรรมสิทธิ์	จำนอง	2.2
5) ตำบลแคราย อำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัด สมุทรสาคร (เลขโฉนด 30474)	2	-	46	โรงงาน ผลิตซอส	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	11.0
6) ตำบลแคราย อำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัด สมุทรสาคร (เลขโฉนด 47663)	4	2	63	สำนักงาน และ โรงงาน	กรรมสิทธิ์	จำนอง	21.6
7) ตำบลแคราย (ปลาย คลองกระทุ่มแบน) อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร(เลข โฉนด 7757)	1 0	1	73	สำนักงาน และ โรงงาน	กรรมสิทธิ์	จำนอง	48.4
8) ส่วนปรับปรุงที่ดิน (โฉนดเลขที่ 47663 และ 7757)	-	-	-	สำนักงาน และ โรงงาน	กรรมสิทธิ์	จำนอง	6.5
9) ส่วนปรับปรุงที่ดิน (โฉนดเลขที่ 30474 และ 22931)	-	-	-	โรงงาน ผลิตซอส	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	1.2
10)ตำบลตลาดจินดา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม(เลข โฉนด 93068) (บริษัท ชีดีฟูด จำกัด)	6	-	-	สำนักงาน และ โรงงาน	กรรมสิทธิ์	จำนองเป็น ประกันกับ ธนาคารกรุง ศรีอยุธยา จำกัด	8.5

สถานที่ตั้ง	พื้นที่			วัตถุประสงค์การถือครอง	ลักษณะการถือครอง	ภาระผูกพัน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
	ไร่	งาน	ตารางวา				
11) ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี(เลข โฉนด 41052) (บริษัท ชิตีฟูด จำกัด)	3	3	17.1	สำนักงาน และ โรงงาน	กรรมสิทธิ์	(มหาชน) วงเงินจำนอง รวม 44 ล้านบาท	24.7 รวม 2 แปลง
12) ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี(เลข โฉนด 41053) (บริษัท ชิตีฟูด จำกัด)	4	3	82.1	สำนักงาน และ โรงงาน	กรรมสิทธิ์		
13) มูลค่าที่ประเมินเพิ่ม สำหรับที่ดินโฉนด เลขที่ 93068 (บริษัท ชิตีฟูด จำกัด)	-	-	-	สำนักงาน และ โรงงาน	กรรมสิทธิ์		20.3
14) มูลค่าที่ประเมินเพิ่ม สำหรับที่ดินโฉนด เลขที่ 41052, 41053 (บริษัท ชิตีฟูด จำกัด)	-	-	-	สำนักงาน และ โรงงาน	กรรมสิทธิ์		10.3
15) มูลค่าที่ประเมินเพิ่ม สำหรับที่ดินโฉนด เลขที่ 47663, 7757 และส่วนปรับปรุงที่ดิน แปลงดังกล่าว ¹	-	-	-	สำนักงาน และ โรงงาน	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	14.1
16) ส่วนปรับปรุงที่ดิน (โฉนดเลขที่ 22942 ถึง 22944)	-	-	-	สำนักงาน และ โรงงาน	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	1.2
รวมที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดินสุทธิ							184.7

¹ เป็นมูลค่าที่ประเมินในปี 2560 เพื่อการบันทึกมูลค่าทางบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการที่บริษัทแพนเธอร่าส์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด เข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัท จากผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งภายหลังในปี 2560 แพนเธอร่าส์มีการควบรวมกิจการกับบริษัท (amalgamation)

อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร

ลำดับ	สถานที่ตั้ง	วัตถุประสงค์ การถือครอง	ลักษณะ การถือ ครอง	ภาระ ผูกพัน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
1.	ตำบลแคราย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร	อาคาร สำนักงาน	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	8.4
2.	ตำบลแคราย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร	อาคารโรงงาน	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	101.6
3.	ตำบลแคราย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร	ส่วนปรับปรุง อาคาร สำนักงาน	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	4.2
4.	ตำบลแคราย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร	ส่วนปรับปรุง อาคารโรงงาน	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	28.3
5.	แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร (บริษัท โนฟ ฟู้ดส์ จำกัด)	ส่วนปรับปรุง อาคาร สำนักงาน	เช่า	ไม่มี	0.4
6.	ตำบลตลาดจินดา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม (บริษัท ชิตีฟู้ด จำกัด)	อาคาร สำนักงานและ โรงงาน	กรรมสิทธิ์	จด จำนอง	20.4
7.	ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี (บริษัท ชิตีฟู้ด จำกัด)	อาคาร สำนักงานและ โรงงาน	กรรมสิทธิ์	จด จำนอง	30.4
8.	มูลค่าที่ประเมินเพิ่มสำหรับอาคารและ ส่วนปรับปรุงอาคาร จังหวัดนครปฐม (บริษัท ชิตีฟู้ด จำกัด)	อาคาร สำนักงานและ โรงงาน	กรรมสิทธิ์	จด จำนอง	12.2
9.	ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี (บริษัท โบทานี เพ็ท แคร์ จำกัด)	อาคารโรงงาน	เช่า	ไม่มี	70.9
10.	ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี (บริษัท โบทานี เพ็ท แคร์ จำกัด)	ส่วนปรับปรุง อาคารโรงงาน	เช่า	ไม่มี	30.1
11.	ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี (บริษัท โบทานี เพ็ท แคร์ จำกัด)	อาคาร สำนักงาน	เช่า	ไม่มี	15.1
12.	ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี (บริษัท โบทานี เพ็ท แคร์ จำกัด)	ส่วนปรับปรุง อาคาร สำนักงาน	เช่า	ไม่มี	1.2

ลำดับ	สถานที่ตั้ง	วัตถุประสงค์ การถือครอง	ลักษณะ การถือ ครอง	ภาระ ผูกพัน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
13.	ระบบสาธารณูปโภค (บริษัท โบทานี เพ็ทแคร์ จำกัด)	โรงงาน	เช่า	ไม่มี	24.9
14.	แขวงคลองเตย เขตคลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร (บริษัท รีเจนเนอ เรชั่น แคปปิตอล จำกัด)	ส่วนปรับปรุง อาคาร สำนักงาน	เช่า	ไม่มี	0.1
15.	แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร (บริษัท เอ็นอาร์เอฟ คอนซูเมอร์ จำกัด)	ส่วนปรับปรุง อาคาร สำนักงาน	เช่า	ไม่มี	0.6
รวมอาคารและส่วนปรับปรุงอาคารสุทธิ					348.8

เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน

ลำดับ	สินทรัพย์	ลักษณะการถือครอง	ภาระ ผูกพัน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
1.	เครื่องจักร	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	31.5
2.	เครื่องมือและอุปกรณ์	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	22.0
3.	เครื่องจักร (บริษัท ซิตีฟูด จำกัด)	กรรมสิทธิ์	จดจำนอง	17.2
	เครื่องจักร (บริษัท ซิตีฟูด จำกัด)	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	11.7
4.	เครื่องมือและอุปกรณ์ (บริษัท ซิตีฟูด จำกัด)	กรรมสิทธิ์	จดจำนอง	0.3
5.	เครื่องมือและอุปกรณ์ (บริษัท โนฟ ฟู้ดส์ จำกัด)	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	1.9
6.	เครื่องจักร (บริษัท โบทานี เพ็ทแคร์ จำกัด)	กรรมสิทธิ์	จดจำนอง	52.5
	เครื่องจักร (บริษัท โบทานี เพ็ทแคร์ จำกัด)	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	236.7
7.	เครื่องมือและอุปกรณ์ (บริษัท โบทานี เพ็ทแคร์ จำกัด)	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	18.9
8.	อุปกรณ์ (Chunglee Cash & Carry limited)	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	2.7
9.	อุปกรณ์ (Chunglee Mini C limited)	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	1.3
10.	อุปกรณ์ (บริษัท เอ็นอาร์เอฟ คอนซูเมอร์ จำกัด)	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	0.6
รวมสุทธิ				397.3

อุปกรณ์สำนักงาน และยานพาหนะ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 อุปกรณ์สำนักงาน และยานพาหนะ ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และ
บริษัทย่อย มีมูลค่าสุทธิตามบัญชีจำนวน 37.3 ล้านบาท ตามที่ปรากฏในงบการเงินรวมของบริษัทฯ ดัง
รายละเอียดต่อไปนี้

ลำดับ	รายการ	ลักษณะการ ถือครอง	ภาระผูกพัน	มูลค่าตามบัญชี สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
1.	เครื่องตกแต่งติดตั้ง และอุปกรณ์สำนักงาน	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	25.8
2.	ยานพาหนะ	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	11.5
รวมสุทธิ				37.3

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญของบริษัทและบริษัทย่อยจำนวน 1,282.1 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ลำดับ	สินทรัพย์	ลักษณะการถือครอง	ภาระ ผูกพัน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
1.	คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	35.7
2.	ความสัมพันธ์กับลูกค้า	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	1,019.2
3.	ชื่อทางการค้า	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	224.0
4.	อื่น ๆ	กรรมสิทธิ์	ไม่มี	3.2
รวมสุทธิ				1,282.1

สินทรัพย์สิทธิการใช้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 สินทรัพย์สิทธิการใช้ที่สำคัญของบริษัทและบริษัทย่อยจำนวน 130.1 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ลำดับ	สินทรัพย์	ภาระ ผูกพัน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 (ล้านบาท)
1.	สัญญาเช่าสำนักงาน	ไม่มี	110.9
2.	ลิขสิทธิ์ยานพาหนะ	ไม่มี	19.2
รวมสุทธิ			130.1

5. โครงสร้างผู้ถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

รายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มผู้ถือหุ้นสูงสุด 10 รายแรก ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดที่มีชื่อปรากฏตามทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 4 สิงหาคม 2568 ตามรายงานจาก บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

รายชื่อผู้ถือหุ้น		จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1.	นาย แดน ปฐมวาณิชย์	247,761,225	17.48
2.	บริษัท เอเชียน ฟู้ด คอร์ปอเรชั่น จำกัด	202,209,380	14.26
3.	นาย อภิรุณ ปัญญาพล	86,967,500	6.13
4.	นาง วรณา จิรกิติ	76,777,400	5.42
5.	นาย จุติพันธ์ บุญสูง	71,160,300	5.02
6.	นาย จุติพัทธ์ บุญสูง	43,681,000	3.08
7.	นาย ญัฐปภัสร เกสรชัยมงคล	29,489,600	2.08
8.	นาย สุรินทร์ หาญถาวรชัย	19,853,970	1.40
9.	นางสาว ปณิศา สิงห์กันต์	17,829,296	1.26
10.	บริษัท ดีแอลเอ็น 2017 จำกัด	17,780,616	1.25

6. ข้อมูลรายชื่อกรรมการ และผู้บริหาร

6.1 คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 4 สิงหาคม 2568 คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 8 ท่าน ดังนี้

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1. ดร. ธรรมศ อุดมธรรมภักดี	ประธานกรรมการ / กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง และการพัฒนาอย่างยั่งยืน / กรรมการตรวจสอบ / กรรมการสรรหา พิจารณา คำตอบแทน และการกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. นายชัน แทน	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ
3. นายชีว ไชย เชียน เฮสเตอร์ อาร์เธอร์	กรรมการ / ประธานกรรมการการลงทุน
4. นาย ไพ ชวน หลิน	กรรมการ / กรรมการการลงทุน
5. นายแดน ปฐมวาณิชย์	กรรมการ / กรรมการบริหารความเสี่ยง และการพัฒนาอย่างยั่งยืน / กรรมการการลงทุน / ประธานกรรมการบริหาร / ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
6. นางสาวเพ็ญอุไร ไชยชัชวาล	กรรมการ / กรรมการบริหารความเสี่ยง และการพัฒนาอย่างยั่งยืน / กรรมการการลงทุน / กรรมการบริหาร / ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินและการลงทุน
7. นายธีระพงษ์ ลอรัชวี	กรรมการ / กรรมการบริหารความเสี่ยง และการพัฒนาอย่างยั่งยืน / กรรมการสรรหา พิจารณา คำตอบแทน และการกำกับดูแลกิจการที่ดี / กรรมการบริหาร / ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ
8. นายเอกศักดิ์ ตั้งสุจริตพันธ์	กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการตรวจสอบ / ประธานกรรมการสรรหา พิจารณา คำตอบแทน และการกำกับดูแลกิจการที่ดี

6.2 ผู้บริหาร

ณ วันที่ 4 สิงหาคม 2568 ผู้บริหารจำนวน 5 ท่าน ดังนี้

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายแดน ปฐมวาณิชย์	กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
2. นายธีระพงษ์ ลอรัชวี	กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ
3. นางสาวเพ็ญอุไร ไชยชัชวาล	กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินและการลงทุน
4. นายประเสริฐศักดิ์ อาภรณ์วิชา นพ	ผู้อำนวยการฝ่ายขายและการตลาด
5. นายวรวิญญู ปิ่นประไพ	ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ

7. ประวัติการเพิ่มทุนและประวัติการจ่ายปันผลในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

7.1 ประวัติการเพิ่มทุน

ปี	ประวัติการเพิ่มทุนของบริษัท
2566	การใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ครั้งที่ 1 (NRF-W1) จำนวน 3,149 หน่วย ในอัตราการใช้สิทธิ 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิต่อ 1 หุ้นสามัญของบริษัท โดยเพิ่มทุนชำระแล้ว จำนวน 3,149 บาท จากทุนชำระแล้วเดิม 1,417,654,142.00 บาท เป็นทุนชำระแล้วใหม่ 1,417,657,291.00 บาท

7.2 ประวัติการจ่ายเงินปันผลในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

บริษัทมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิภายหลังการหักเงินทุนสำรองต่างๆ ตามกฎหมาย และเงินสำรองอื่น (ถ้ามี) อย่างไรก็ตาม การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ โดยจะขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงาน สถานะการเงิน สภาพคล่อง ความจำเป็นในการใช้เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน แผนการลงทุน และการขยายธุรกิจในอนาคต สภาวะตลาด ความเหมาะสม และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน และการบริหารงานของบริษัท

ระหว่างปี 2565 - 2567 บริษัทมีการจ่ายปันผลดังนี้

- ที่ประชุมมีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจากกำไรสุทธิสำหรับปีสิ้นสุด 2565 จำนวน 0.03 บาทต่อหุ้น เป็นจำนวนเงิน 42,529,624.26 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการจ่ายปันผลร้อยละ 38.31 ของกำไรสุทธิจากการเงินเฉพาะกิจการภายหลังการหักทุนสำรองต่าง ๆ ตามกฎหมาย โดยเงินปันผลจะถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายตามอัตราที่กฎหมายกำหนดไว้
- ที่ประชุมมีมติอนุมัติให้จ่ายปันผล เนื่องจากมีผลขาดทุนสุทธิสำหรับปีสิ้นสุด 2566 โดยผลการประกอบการตามงบการเงินเฉพาะของบริษัทฯ ขาดทุน จำนวน 233.02 ล้านบาทโดยคำนึงถึงผลการดำเนินงาน สถานะการเงิน สภาพคล่อง ความจำเป็นในการใช้เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน แผนการลงทุน และการขยายธุรกิจในอนาคต สภาวะตลาด ความเหมาะสม และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ

ดำเนินงาน และการบริหารงานของบริษัทฯ โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า บริษัทฯ จะต้องมียอดเงินเพียงพอสำหรับการดำเนินธุรกิจ และการดำเนินการดังกล่าวจะต้องก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น

- ที่ประชุมมีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผล เนื่องจากมีผลขาดทุนสุทธิสำหรับปีสิ้นสุด 2567 โดยผลประกอบการตามงบการเงินเฉพาะของบริษัทฯ ขาดทุน จำนวน 32.66 ล้านบาทโดยคำนึงถึงผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน สภาพคล่อง ความจำเป็นในการใช้เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน แผนการลงทุน และการขยายธุรกิจในอนาคต สภาวะตลาด ความเหมาะสม และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน และการบริหารงานของบริษัทฯ โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า บริษัทฯ จะต้องมียอดเงินเพียงพอสำหรับการดำเนินธุรกิจ และการดำเนินการดังกล่าวจะต้องก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น

8. ข้อมูลของบริษัทในเครือ บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 มีดังนี้

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการลงทุนโดยบริษัทย่อย และบริษัทร่วม โดยสรุปดังนี้

ตารางการเปรียบเทียบบริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	อัตราร้อยละของการถือหุ้น	
			2567	2566
			ร้อยละ	ร้อยละ
ถือหุ้นโดยบริษัทฯ				
บริษัท โนฟ ฟู้ดส์ จำกัด	บริหารและจัดการการลงทุน	ไทย	100	100
บริษัท เอ็นอาร์เอฟ คอนซูเมอร์ จำกัด	ลงทุนในธุรกิจ Ecommerce และจำหน่ายสินค้าผ่านระบบ Ecommerce	ไทย	100	100
บริษัท ซีตี้ฟู้ด จำกัด	ผลิต นำเข้าและส่งออกอาหารสำเร็จรูป	ไทย	100	100
บริษัท สามร้อยห้าสิบ จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท ซูเปอร์ แพลนส์ จำกัด”)	ยังไม่ได้เริ่มดำเนินงาน	ไทย	100	100
บริษัท รีเจนเนอเรชั่น แคปปิตอล จำกัด	บริหารและจัดการการลงทุน	ไทย	100	100
Bamboo Mart Limited (บริษัทฯ ถือร้อยละ 0.27 บริษัท โนฟ ฟู้ดส์ จำกัด ถือร้อยละ 71.32 และ บริษัท เอ็นอาร์เอฟ คอนซูเมอร์ จำกัด ถือร้อยละ 27.92)	บริหารและจัดการการลงทุน	หมู่เกาะเคย์แมน	99.51	100
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท				
โนฟ ฟู้ดส์ จำกัด				

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	อัตราร้อยละของการถือ หุ้น	
			2567	2566
			ร้อยละ	ร้อยละ
บริษัท รุท เดอะ ฟิวเจอร์ จำกัด	จัดการด้านเนื้อหา (content) เพื่อสื่อสารกับ กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่บริโภค เนื้อสัตว์และให้ความสนใจ ด้านสิ่งแวดล้อม	ไทย	100	100
Bamboo Mart UK Limited (เดิมชื่อ “PLANT AND BEAN GROUP LTD”)	บริหารและจัดการการลงทุน	สหราชอาณาจักร	-	100
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท				
Bamboo Mart Limited				
Bamboo Mart UK Limited (เดิมชื่อ “PLANT AND BEAN GROUP LTD”)	บริหารและจัดการการลงทุน	สหราชอาณาจักร	100	-
Bamboo Mart London Limited (เดิมชื่อ “NRCONSUMER LIMITED”)	บริหารและจัดการการลงทุน	สหราชอาณาจักร	100	-
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท				
เอ็นอาร์เอฟ คอนซูเมอร์ จำกัด				
Boosted NRF Corp.	ลงทุนในธุรกิจ Ecommerce และจัดจำหน่ายสินค้า ผ่านระบบ Ecommerce	สหรัฐอเมริกา	-	55
Bamboo Mart London Limited (เดิมชื่อ “NRCONSUMER LIMITED”)	บริหารและจัดการการลงทุน	สหราชอาณาจักร	-	100
SEEWOO CHINATOWN LIMITED	เอเชียนซูเปอร์มาร์เก็ต	สหราชอาณาจักร	-	51
Bamboo Mart Limited	บริหารและจัดการการลงทุน	หมู่เกาะ เคย์แมน	28	-
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท ชิตีฟู๊ด				
จำกัด				
บริษัท โบทานี เฟ็ดแคร์ จำกัด	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาหารสัตว์เลี้ยง	ไทย	67	67

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	อัตราร้อยละของการถือ หุ้น	
			2567	2566
			ร้อยละ	ร้อยละ
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท				
รีเจนเนอรัล แคปปิตอล จำกัด				
Regeneration Investment Holdings (Singapore) Limited	บริหารและจัดการการลงทุน	สิงคโปร์	100	100
Regeneration Capital (Cayman) Limited	บริหารและจัดการการลงทุน	หมู่เกาะ เคย์แมน	100	100
บริษัท อัลฟา ออแกนิก จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท อินดิม อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด”)	ขายสินค้าอุปโภคบริโภค ผ่านระบบสมาชิก	ไทย	-	51
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย Regeneration Capital (Cayman) Limited				
Kairous Asia Limited	บริหารและจัดการการลงทุน	หมู่เกาะบริติช เวอร์จิน	100	-
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย Kairous Asia Limited				
Kairous Acquisition Corp. Limited	บริหารและจัดการการลงทุน	หมู่เกาะ เคย์แมน	91.35	-
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย Kairous Acquisition Corp. Limited				
KAC Merger Sub 1	ยังไม่ได้เริ่มดำเนินงาน	หมู่เกาะ เคย์แมน	100	-
KAC Merger Sub 2	ยังไม่ได้เริ่มดำเนินงาน	หมู่เกาะ เคย์แมน	100	-
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท				
Bamboo Mart UK Limited				
Galalane Limited (ถือร้อยละ 25 ถือโดย Bamboo Mart London Limited)	บริหารและจัดการการลงทุน	สหราชอาณาจักร	75	75
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท				
Galalane Limited				
Chuanglee Limited	ขายปลีกอาหารเอเชีย	สหราชอาณาจักร	100	100
Chuanglee Cash & Carry Limited	ขายปลีกอาหารเอเชีย	สหราชอาณาจักร	100	100
Chuanglee MiniC Greenwich Limited	ขายปลีกอาหารเอเชีย	สหราชอาณาจักร	100	-

บริษัทย่อย	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	สัดส่วนการถือ หุ้น (ร้อยละ)	ทุนชำระ แล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ที่แสดงในงบ การเงินเฉพาะ กิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
บริษัท โนฟ ฟู้ดส์ จำกัด	จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่มี ส่วนประกอบของเนื้อสัตว์หรือผลผลิตจาก สัตว์	100	1,169.2	1,169.2
บริษัท เอ็นอาร์เอฟ คอนซู เมอร์ จำกัด	ลงทุนในธุรกิจ Ecommerce และจำหน่าย สินค้าผ่านระบบ Ecommerce	100	961.8	704.0
บริษัท ซิตีฟู้ด จำกัด	ผลิต นำเข้าและส่งออกอาหารสำเร็จรูป	100	128.0	200.0
บริษัท 350 จำกัด	ลงทุนในธุรกิจ Decarbonization	100	2.1	0
บริษัท รีเจนเนอเรชั่น แคปปิตอล จำกัด	บริหารและจัดการการลงทุน	100	115.5	115.5
Bamboo Mart Limited	บริหารและจัดการการลงทุน	0.27	1.8	1.8
รวมเงินลงทุนสุทธิ				2,190.5
บริษัทร่วม	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	สัดส่วนการ ถือหุ้น (ร้อย ละ)	ทุนชำระ แล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี ตามวิธีส่วนได้เสีย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
บริษัท อัลฟ่า ออแกนิก จำกัด	ขายสินค้าอุปโภคบริโภค ผ่านระบบสมาชิก	38	36.3	17.7
รวมเงินลงทุนสุทธิ				17.7
บริษัทร่วมค้า	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	สัดส่วนการ ถือหุ้น (ร้อย ละ)	ทุนชำระ แล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี ตามวิธีส่วนได้เสีย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (ล้านบาท)
บริษัท นิวทรา รีเจนเนอเรทีฟ โปรตีน จำกัด	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาหาร	50	169.1	86.4
รวมเงินลงทุนสุทธิ				86.4

บริษัท		ประเทศ	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว* (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ปีที่จัดตั้ง / ปีที่บริษัทเข้าลงทุน	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
กลุ่มบริษัทที่ลงทุนในหุ้นสามัญ						
1	บริษัท โนฟ ฟู้ดส์ จำกัด	ไทย	1,169.2	100	2561/2561	บริหารและจัดการการลงทุน
2	บริษัท เอ็นอาร์ เอฟ คอนซูเมอร์ จำกัด	ไทย	961.8	100	2560/2560	ลงทุนใน Boosted Ecommerce Inc.สำหรับธุรกิจ E-Commerce และ Bamboo Mart Ltd. สำหรับธุรกิจเอเชียนซูเปอร์มาร์เก็ต และจำหน่ายสินค้าผ่านระบบ Ecommerce
3	บริษัท ชิตีฟู้ด จำกัด	ไทย	128	100	2531/2563	ผลิต นำเข้าและส่งออกอาหารสำเร็จรูป
4	บริษัท รุท เดอะ พิวเจอร์ จำกัด	ไทย	1	100	2563/2563	จัดการด้านเนื้อหา (content) เพื่อสื่อสารกับ กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่บริโภคเนื้อสัตว์และให้ความสนใจด้านสิ่งแวดล้อม
5	บริษัท โนฟ อีทส์ จำกัด	ไทย	180.1	8	2564/2564	จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์หรือผลผลิตจากสัตว์
6	บริษัท 350 จำกัด (โดยเปลี่ยนชื่อมาจาก บริษัท ซูเปอร์ แพลนส์ จำกัด)	ไทย	2.09	100	2564/2564	ยังไม่ได้เริ่มดำเนินงาน
7	บริษัท รีเจนเนอ เรชั่น แคปิตอล จำกัด	ไทย	115.49	100	2564/2564	บริหารและจัดการการลงทุน

บริษัท		ประเทศ	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว* (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ปีที่จัดตั้ง / ปีที่บริษัทเข้าลงทุน	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
8	Bamboo Mart Limited (บริษัทฯ ถือร้อยละ 0.27 บริษัท โนฟ ฟู้ดส์ จำกัด ถือร้อยละ 71.32 และบริษัท เอ็นอาร์เอฟ คอนซูเมอร์ จำกัด ถือร้อยละ 27.92)	หมู่เกาะเคย์แมน	18.96 ดอลลาร์สหรัฐ	99.51	2566/2566	บริหารและจัดการการลงทุน
9	Bamboo Mart UK Limited (เดิมชื่อ “PLANT AND BEAN GROUP LTD”)	สหราชอาณาจักร	10.6 ล้านปอนด์สเตอร์ลิง	99.51	2565/2565	บริหารและจัดการการลงทุน
10	Bamboo Mart London Limited (เดิมชื่อ “NRCONSUMER LIMITED”)	สหราชอาณาจักร	4.1 ล้านปอนด์สเตอร์ลิง	99.51	2566/2566	บริหารและจัดการการลงทุน
11	บริษัท นวัตกรรม เจเนอเรทีฟ โปรตีน จำกัด	ไทย	338.2	50	2564/2564	ร้านอาหารและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์หรือผลผลิตจากสัตว์
12	บริษัท โกลเด้น ไตรแองเกิล เฮลท์ จำกัด	ไทย	78	9.23	2564/2564	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากพืชกัญชา กัญชา
13	บริษัท โบทานี เพ็ทแคร์ จำกัด	ไทย	200	66.67	2564/2564	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง
14	Regeneration Investment	สิงคโปร์	1 ดอลลาร์สหรัฐ	100	2565/2565	บริหารและจัดการการลงทุน

บริษัท		ประเทศ	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว* (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ปีที่จัดตั้ง / ปีที่บริษัทเข้าลงทุน	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
	Holdings (Singapore) Limited					
15	Regeneration Capital (Cayman) Limited	หมู่เกาะเคย์แมน	3.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	100	2565/2565	บริหารและจัดการการลงทุน
16	บริษัท อัลฟา ออแกนิค จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท อินติม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด”)	ไทย	104.5	38.27	2564/2564	ขายสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านระบบสมาชิก
17	Galalane Limited	สหราชอาณาจักร	16.09 ล้านดอลลาร์	99.51	2544/2566	บริหารและจัดการการลงทุน
18	Chuanglee Limited	สหราชอาณาจักร	0.43 ปอนด์สเตอร์ลิง	99.51	2537/2566	ขายปลีกอาหารเอเชีย
19	Chuanglee Cash & Carry Limited	สหราชอาณาจักร	118 ปอนด์สเตอร์ลิง	99.51	2555/2566	ขายปลีกอาหารเอเชีย
20	Chuanglee MiniC Greenwich Limited	สหราชอาณาจักร	100 ปอนด์สเตอร์ลิง	99.51	2567/2567	ขายปลีกอาหารเอเชีย
21	Kairous Asia Limited	หมู่เกาะเคย์แมน	100 ดอลลาร์สหรัฐ	100	2564/2566	บริหารและจัดการการลงทุน
22	Kairous Acquisition Corp. Limited	หมู่เกาะเคย์แมน	235 ดอลลาร์สหรัฐ	91.35	2564/2567	บริหารและจัดการการลงทุน
23	KAC Merger Sub 1	หมู่เกาะเคย์แมน	1 ดอลลาร์สหรัฐ	100	2567/2567	ยังไม่ได้เริ่มดำเนินงาน

บริษัท		ประเทศ	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว* (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ปีที่จัดตั้ง / ปีที่บริษัทเข้าลงทุน	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
24	KAC Merger Sub 2	หมู่เกาะเคย์แมน	1 ดอลลาร์สหรัฐ	100	2567/2567	ยังไม่ได้เริ่มดำเนินงาน
25	Frontline Bioenergy LLC	สหรัฐอเมริกา	เงินลงทุน 4.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	6.79	2566/2566	ลงทุนและดำเนินธุรกิจดักเก็บคาร์บอน
26	Boosted Ecommerce, Inc	สหรัฐอเมริกา	เงินลงทุน 12.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	3.80	2562/2563	ประกอบธุรกิจซื้อกิจการที่ขายสินค้าแบรนด์ใน Amazon.com
บริษัทที่เข้าลงทุนในกองทุน						
27	บริษัท บิ๊ก ไอเดีย เวนเจอร์ จำกัด	สหรัฐอเมริกา	เงินลงทุน ประมาณ 0.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	2.16	2562/2562-2563	ประกอบธุรกิจบริหารจัดการกองทุน
28	กองทุนนิวโปรตีน ฟันด์	สหรัฐอเมริกา	เงินลงทุน ประมาณ 0.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	0.4	2562/2562-2563	ประกอบธุรกิจลงทุนในสตาร์ทอัพที่เกี่ยวข้องกับอาหารจากพืช
29	กองทุนยูโนวิส	เนเธอร์แลนด์	เงินลงทุน 3.58 ล้านยูโร	3.41	2564/2564	ประกอบธุรกิจลงทุนในสตาร์ทอัพที่เกี่ยวข้องกับอาหารจากพืช
บริษัทเข้าลงทุนใน SAFE (Simple Agreement for Future Equity)						
30	Phuture Limited	สิงคโปร์	เงินลงทุน 0.025 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	-	2561/2563	ประกอบธุรกิจพัฒนาและจำหน่ายหมูปดเทียม

บริษัท		ประเทศ	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว* (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ปีที่จัดตั้ง / ปีที่บริษัทเข้าลงทุน	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
บริษัทที่เข้าลงทุนในหุ้นบุริมสิทธิ						
31	Wicked Foods, Inc.	สหรัฐอเมริกา	เงินลงทุน 1.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	2.08	2564/2564	จำหน่ายอาหารพร้อมทานที่ไม่มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบ
32	Konscious Foods, Inc.	สหรัฐอเมริกา	เงินลงทุน 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	1.03	2564/2564	ผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลที่ทำมาจากพืช

ส่วนที่ 3

ข้อมูลทางการเงินเปรียบเทียบย้อนหลัง 3 ปี และไตรมาส 1 ปี 2568

1. งบแสดงฐานะการเงิน

งบแสดงฐานะทางการเงิน	ณ 31 ธันวาคม						31 มีนาคม	
							2568	
	2565		2566		2567			
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์								
สินทรัพย์หมุนเวียน								
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	437.7	7.3	78.1	1.2	63.8	1.0	30.2	0.5
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	883.8	14.8	884.7	13.6	384.6	5.9	384.8	6.0
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการอื่น	35.6	0.6	32.7	0.5	-	-	-	-
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บริษัทร่วม	-	-	-	-	-	-	-	-
ส่วนของเงินให้กู้ยืมระยะยาวแก่บริษัทร่วมที่ถึงกำหนด รับคืนภายในหนึ่งปี	164.9	2.8	-	-	-	-	-	-
สินค้างเหลือ	222.1	3.7	415.9	6.4	466.2	7.1	455.4	7.1
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	346.4	5.8	1.3	0.0	0.2	0.0	-	-
สินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขาย	-	-	197.0	3.0	-	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	14.4	0.2	35.0	0.5	20.9	0.3	21.3	0.3
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,104.9	35.3	1,644.9	25.2	935.7	14.3	891.7	13.9
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน								
เงินฝากสถาบันการเงินที่มีภาระค้ำประกัน	34.6	0.6	38.2	0.6	52.3	0.8	51.7	0.8
เงินฝากภายใต้กิจการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการลงทุน เฉพาะ	-	-	-	-	351.4	5.4	359.6	5.6
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	419.2	7.0	478	7.3	936.1	14.3	933.8	14.5
เงินให้กู้ยืมระยะยาวแก่บริษัทร่วม - สุทธิจากส่วนที่ถึง กำหนดรับคืนภายในหนึ่งปี	228.1	3.8	79	1.2	2.5	0.0	2.5	0.0
เงินให้กู้ยืมระยะยาวแก่กิจการอื่น	33.0	0.6	77.5	1.2	203.4	3.1	193.5	3.0
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	89.6	1.5	40.1	0.6	17.7	0.3	16.3	0.3
เงินลงทุนในการร่วมค้า	140.0	36.7	146.0	2.2	86.4	1.3	75.8	1.2
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	751.1	12.6	981.8	15.1	1,131.9	17.3	1,121.2	17.4
สินทรัพย์สิทธิการใช้	11.5	0.2	110.1	1.7	130.1	2.0	119.5	1.9
ต้นทุนการซื้อธุรกิจที่ยังไม่ได้ปันส่วน	-	-	754.0	11.6	419.8	6.4	419.8	13.9

งบแสดงฐานะทางการเงิน	ณ 31 ธันวาคม						31 มีนาคม 2568	
	2565		2566		2567		ล้านบาท	ร้อยละ
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ		
ค่าความนิยม	249.7	4.2	306.5	4.7	894.5	13.7	894.5	6.5
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	1,835.2	30.8	1,796.8	27.5	1,282.1	19.6	1,266.5	19.7
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	60.5	1.0	44.4	0.7	80.2	1.2	77.5	1.2
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	8.0	0.1	26.3	0.4	27.2	0.4	13.2	0.2
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,860.5	64.7	4,878.6	74.8	5,615.7	85.7	5,545.4	86.1
รวมสินทรัพย์	5,965.4	100.0	6,523.4	100.0	6,551.4	100.0	6,437.1	100.0
หนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น								
หนี้สินหมุนเวียน								
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	154.0	2.6	935.7	14.3	445.9	6.8	418.3	6.5
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	217.6	3.6	397.3	6.1	683.1	10.4	644.2	10.0
ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	113.2	1.9	92.1	1.4	117.7	1.8	88.2	1.4
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลและกิจการอื่น	-	-	-	-	57.5	0.9	105.0	1.6
เงินรับล่วงหน้าจากการขายสินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	51.2	0.8	-	0.0
ส่วนของหุ้นกู้ระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	696.9	11.7	-	-	1,297.6	19.8	254.6	4.0
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินที่ถึงกำหนดภายในหนึ่งปี	3.7	0.1	31.5	0.5	48.6	0.7	47.8	0.7
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	24.8	0.4	42.8	0.7	54.8	0.8	58.2	0.9
หนี้สินที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขาย	-	-	145.7	2.2	-	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	17.9	0.3	19.9	0.3	21.5	0.3	21.0	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,228.2	20.6	1,667.2	25.6	2,800.7	42.7	1,842.9	28.6
หนี้สินไม่หมุนเวียน								
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	132.3	2.2	172.4	2.6	103.5	1.6	111.6	1.7
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	7.1	0.1	84.9	1.3	90.4	1.4	79.9	1.2
หุ้นกู้ระยะยาว	1,281.7	21.5	1,289.6	19.8	-	-	1,034.3	16.1
เงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลอื่น	-	-	-	-	31.5	0.5	31.5	0.5
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	23.5	0.4	18.1	0.3	20.7	0.3	21.5	0.3
เงินรับล่วงหน้าภายใต้กิจการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการลงทุนเฉพาะ	-	-	-	-	351.4	5.4	359.6	5.6

งบแสดงฐานะทางการเงิน	ณ 31 ธันวาคม						31 มีนาคม 2568	
	2565		2566		2567		ล้านบาท	ร้อยละ
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ		
หนี้สินภายใต้การดัดบัญชี	289.0	4.8	279.9	4.3	284.4	4.3	281.1	4.4
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	5.3	0.1	81.9	1.3	148.7	2.3	156.3	2.4
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	1,738.7	29.1	1,926.9	29.5	1,030.5	15.7	2,075.9	32.2
รวมหนี้สิน	2,966.9	49.7	3,594.0	55.1	3,831.2	58.47	3,918.7	60.9
ส่วนของผู้ถือหุ้น								
ทุนเรือนหุ้น								
ทุนจดทะเบียน	1,485.4		1,485.4		1,559.4		1,559.4	
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	1,417.7	23.8	1,417.7	21.73	1,417.7	21.6	1,417.7	22.0
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	1,224.8	20.5	1,224.8	18.78	1,224.8	18.7	1,224.8	19.0
ส่วนต่ำกว่าทุนจากการควบรวมกิจการ	(290.8)	(4.5)	(290.8)	(4.9)	(290.8)	(4.4)	(290.8)	(4.5)
ส่วนต่างจากการเปลี่ยนแปลงส่วนได้เสียในบริษัทย่อย โดยไม่สูญเสียการควบคุม	-	-	(70.6)	(2.5)	(62.7)	(2.4)	(62.7)	(1.0)
กำไรสะสม								
จัดสรรแล้ว - สรรองตามกฎหมาย	47.3	0.7	47.3	0.8	47.3	0.8	47.3	0.7
ยังไม่ได้จัดสรร	651.8	8.6	563.29	10.9	610.0	9.3	417.3	6.5
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	(85.6)	(1.4)	(76.7)	(1.2)	(278.8)	(4.3)	(283.9)	(4.4)
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท	2,965.2	49.7	2,815.0	44.3	2,667.5	40.7	2,469.7	38.4
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัท ย่อย	33.3	0.6	114.4	1.7	52.6	0.8	487	9.8
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,998.5	50.3	2,929.4	44.9	2,720.1	41.5	2,518.4	39.1
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	5,965.4	100.0	6,523.4	100.0	6,551.3	100.0	6,437.1	100.0

2. งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	สำหรับงวดปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม						สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม	
	2565		2566		2567		2568	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้								
รายได้จากการขาย	2,294	87.6	2,919.9	94.8	3,835.4	85.5	785.6	98.6
รายได้เงินปันผล	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของสินทรัพย์ ทางการเงินที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่า ยุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน	68.0	2.6	-	-	330.5	7.4	-	-
กำไรจากการขายเงินลงทุน	135.6	5.2	-	-	103.5	2.3	-	-
กำไรจากการเปลี่ยนสถานะเงินลงทุน	-	-	-	-	1.2	0.03	-	-
รายได้อื่น	121.7	4.6	124.3	4.0	200.8	4.5	4.4	0.6
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	-	-	34.4	1.1	14.6	0.3	6.6	0.8
รวมรายได้	2,619.7	100.0	3,078.7	100.0	4,486.2	100.0	796.6	100.0
ค่าใช้จ่าย								
ต้นทุนขาย	1,281.7	48.9	1,935.9	62.9	2,723.8	60.7	604.0	75.8
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	387.6	14.8	306.1	9.9	260.3	5.8	39.1	4.9
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	490.8	18.7	627.6	20.4	998.2	22.3	145.8	18.3
ขาดทุนจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของ สินทรัพย์ทางการเงินที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วย มูลค่ายุติธรรม	-	-	0.9	0.0	-	-	1.6	0.2
ประมาณการผลขาดทุนสำหรับใช้สิทธิขายคืน ตามสัญญา	-	-	-	-	-	-	143.0	18.0
ขาดทุนจากการขายเงินลงทุน	-	-	10.2	0.3	-	-	-	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัท รวม	-	-	78.3	2.5	-	-	-	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าของค่าความนิยม	-	-	-	-	93.3	2.1	-	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าของต้นทุนในการรวม ธุรกิจที่ยังไม่ได้ปันส่วน	-	-	17	0.6	-	-	-	-
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน	5.4	0.2	-	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่าย	2,165.6	82.6	2,976.1	96.7	4,075.7	90.8	933.5	117.2
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่าย ภาษีเงินได้นิติบุคคล	454.1	17.3	102.5	3.3	410.5	9.2	(136.8)	(17.2)

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	สำหรับงวดปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม						สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม	
	2565		2566		2567		2568	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ขาดทุนจากการเปลี่ยนสถานะเงินลงทุน	-	-	-	-	-	-	-	-
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(9.3)	(0.4)	(13.1)	(0.4)	(59.5)	(1.3)	(10.6)	(1.3)
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(63.4)	(2.4)	(15.3)	(0.5)	(58.6)	(1.3)	(1.4)	(0.2)
รายได้ทางการเงิน	35.2	1.3	76.3	2.5	24.9	0.6	2.2	0.3
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(95.6)	(3.7)	(158.6)	(5.2)	(159.6)	(3.6)	(39.5)	(5.0)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	321.0	12.3	(8.2)	(0.3)	157.7	3.5	(186.1)	(23.4)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(53.5)	(2.0)	(46.1)	(1.5)	(78.1)	(1.7)	(5.4)	(0.7)
กำไรสุทธิสำหรับงวด/ปี	267.6	10.2	(54.3)	(1.8)	79.5	1.8	(191.6)	(24.0)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น:								
รายการที่จะถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง								
ส่วนแบ่งกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(5.9)	(0.2)	(0.6)	(0.0)	-	-	-	-
ผลต่างของอัตราแลกเปลี่ยนจากการแปลงค่าบการเงินที่เป็นอัตราต่างประเทศ	(3.0)	(0.1)	13.5	0.4	(57.8)	(1.3)	(4.8)	(0.6)
รายการที่จะไม่ถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง								
กำไรจากเงินลงทุนในตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	-	-	-	-	-	-	-	-
ผลขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย	(0.6)	(0.0)	(7.6)	(0.2)	-	-	-	-
ขาดทุนจากเงินลงทุนในตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	(73.5)	(2.8)	(10.1)	(0.4)	(196.7)	(4.0)	-	-
ผลกระทบของภาษีเงินได้	13.0	0.5	2.1	0.0	39.3	1.0	-	-
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	197.7	7.5	(40.4)	(1.3)	(135.7)	(3.0)	(196.7)	(24.7)

3. งบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568
	2565	2566	2567	
	(ล้านบาท)			
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน				
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษี	321.0	(8.2)	157.7	(186.2)
รายการปรับกระทบยอดกำไรก่อนภาษีเป็นเงินสดรับ (จ่าย)				
ค่าเผื่อผลขาดทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	3.9	44.7	361.7	1.1
ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ (กลับรายการค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ)	-	-	-	-
โอนกลับการด้อยค่าของสินทรัพย์ทางการเงิน	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	173.4	176	211.9	51.1
(กำไร) ขาดทุนจากการจำหน่ายทรัพย์สิน	(0.2)	(0.6)	0.7	-
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	-	-	-	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าอุปกรณ์	-	-	16.6	-
ตัดจำหน่ายลูกหนี้การค้า	-	-	-	-
ตัดจำหน่ายสินค้างเหลือ	-	-	-	-
การปรับลดราคาทุนของสินค้างเหลือให้เป็นมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ (กลับรายการ)	(2.5)	(0.6)	26.6	0.4
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	9.3	13.1	59.5	10.6
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	63.4	15.3	58.6	1.4
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	3.6	5.0	4.3	1.1
ประมาณการผลขาดทุนสำหรับการใช้สิทธิขายคืนตามสัญญา	-	-	-	143.0
(กำไร) ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่เกิดขึ้นจริง	51.0	(10.4)	(14.4)	(1.2)
(กำไร) ขาดทุนจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์	2.0	0.9	3.0	0.9
ขาดทุนจากการปรับมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ทางการเงิน	(70.0)	-	-	-
รายได้เงินปันผล	-	-	-	-
ดอกเบี้ยรับ	(35.2)	(76.3)	(24.8)	(2.2)
กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(135.6)	(10.2)	103.5	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าของค่าความนิยม	-	-	93.4	-
ขาดทุนจากการเปลี่ยนสถานะเงินลงทุน	-	-	-	-
ต้นทุนในการทำรายการที่เกิดจากการออกหุ้น	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	95.6	158.6	159.6	39.5

งบกระแสเงินสด	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568
	2565	2566	2567	
	(ล้านบาท)			
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์ และหนี้สินดำเนินงาน	479.7	436.5	676.3	60.0
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน				
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง				
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	(110.4)	(121.3)	100.5	-
สินค้าคงเหลือ	(23.3)	(87.3)	(110.6)	10.4
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	1.5	(46.8)	9.5	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(4.7)	(19.5)	(4.7)	14.0
หนี้สินดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง				
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	(105.0)	(112.8)	(35.6)	(28.2)
เงินรับล่วงหน้าจากการขายสินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	51.2	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	9.1	1.7	6.8	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	2.6	0.0	(25.4)	7.6
จ่ายผลประโยชน์พนักงาน	-	(0.0)	(1.2)	-
เงินสดได้มาจากการกิจกรรมดำเนินงาน	249.6	292.2	666.7	62.6
จ่ายดอกเบี้ย	(95.4)	(154.5)	(140.7)	(49.4)
จ่ายภาษีเงินได้	(101.2)	(42.7)	(62.5)	(2.7)
เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน	53.1	95.0	463.6	10.5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน				
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกันเพิ่มขึ้น	-	(3.6)	(14.1)	0.6
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น	(350.0)	350	-	-
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น	(222.4)	(71.4)	-	-
เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	24.4	-	-	-
เงินให้กู้ยืมแก่บริษัทร่วมเพิ่มขึ้น	(161.6)	(227.2)	76.5	-
เงินให้กู้ยืมแก่กิจการอื่นเพิ่มขึ้น	(33.4)	(56.3)	33.4	9.2
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุนในบริษัทร่วม	-	(43.5)	-	-
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุนในการร่วมค้า	(112.5)	(19.1)	-	-
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	-	-	-
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุนระยะยาวอื่น	-	-	-	-

งบกระแสเงินสด	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม
	2565	2566	2567	2568
	(ล้านบาท)			
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อที่ดินอาคารและอุปกรณ์	(276.4)	(290.3)	(134.0)	(20.6)
เงินสดรับจากการขายเงินลงทุนในบริษัทย่อย	7.0	(2.5)	42.9	-
เงินสดรับจากการขายเงินลงทุนในบริษัทร่วม	1.0	-	-	-
เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้	-	-	-	0.5
เงินสดรับจากการจำหน่ายอุปกรณ์และยานพาหนะ	2.2	12.2	0.7	-
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(48.3)	(17.5)	(7.9)	(0.4)
ดอกเบี้ยรับ	6.0	13.2	23.3	2.1
เงินปันผลรับ	-	-	-	-
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(975.0)	(497.2)	20.8	(8.6)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน				
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น (ลดลง)	14.0	769.6	(489.8)	(27.5)
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	22.0	2.2	18.0	-
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลและกิจการอื่น	-	-	106.0	50.0
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาว	49.9	123.4	47.4	-
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากกิจการอื่น	-	-	31.5	(2.5)
ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	(66.9)	(107.7)	(85.8)	(20.1)
เงินสดรับจากการออกหุ้นกู้ระยะยาว	1,300.0	-	-	-
ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลและกิจการอื่น	-	-	(48.5)	(9.6)
เงินสดรับจากหุ้นกู้	-	-	8.1	-
ชำระคืนหุ้นกู้	-	(700)	(5.3)	(2.1)
ชำระหนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน	(5.1)	(18.8)	(45.7)	(13.6)
เงินสดรับจากส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	4.9	48.7	-	-
เงินสดรับจากการเพิ่มทุน	-	-	-	-
จ่ายต้นทุนในการทำรายการที่เกิดจากการออกหุ้น	-	-	-	-
จ่ายเงินปันผล	(58.1)	-	-	-
เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	1,260.7	74.8	(464.0)	(26.1)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินเพิ่มขึ้น	(21.3)	(32.4)	(34.8)	(9.3)
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงสำหรับ	(0.3)	0.3	0.0	0.0
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด				

งบกระแสเงินสด	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568
	2565	2566	2567	
	(ล้านบาท)			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น(ลดลง) - สุทธิ	128.2	(359.9)	(14.4)	(33.6)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	309.5	437.7	78.2	63.8
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	437.7	78.2	63.8	30.1

4. อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน	หน่วย	2565	2566	2567	Q1/2568
อัตราส่วนสภาพคล่อง					
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	1.7	1.0	0.3	0.5
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว	เท่า	1.5	0.7	0.2	0.2
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด	เท่า	0.1	0.0	0.2	0.0
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้าลูกค้าทั่วไป	เท่า	7.2	7.2	10.2	9.6
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	49.9	45.3	35.8	38
อัตราหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ	เท่า	6.1	5.4	6.1	6.1
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	วัน	58.8	66.8	60.2	60.0
อัตราหมุนเวียนเจ้าหนี้ผู้ค้าทั่วไป	เท่า	9.4	8.9	7.4	7.1
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	38.2	41.0	49.6	52
วงจรเงินสด	วัน	70.5	71.1	46.4	46
อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร					
อัตรากำไรขั้นต้น	%	44.1	33.7	28.9	26.9
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	%	19.8	1.7	7.1	1.1
อัตรากำไรก่อนหักค่าภาษี ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมและตัดจำหน่าย ²	%	21.2	10.6	11.8	6.0
อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร	%	13.9	93.8	146.1	(7.0)
อัตรากำไรสุทธิ	%	10.2	(1.8)	1.8	(4.2)
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	%	9.2	5.1	11.2	1.7
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน					
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	%	5.0	2.4	4.9	0.7
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร	%	65.9	14.1	27.6	2.7
อัตราการหมุนของสินทรัพย์	เท่า	0.5	0.5	0.7	0.7
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน					
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	1.0	1.2	1.4	1.6
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.8	0.5	0.8	0.9
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย	เท่า	5.8	0.9	2.1	0.3
อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน	เท่า	0.2	0.3	0.3	0.3
อัตราการจ่ายเงินปันผล	%	38.8	-	-	-

² ไม่รวมส่วนแบ่งขาดทุนจากบริษัทร่วม Plant and Bean