



MANAGEMENT DISCUSSION & ANALYSIS 4Q2023 & YE2023

บทสรุปผู้บริหาร

ภาพรวม

ในปี 2566 เป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลง อาทิเช่น วิกฤตสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงขึ้น, ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ หรือ ความขัดแย้งกันระหว่างประเทศ ตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป, ทะเลแดง, สงคราม, ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ที่ทำให้อัตราดอกเบี้ยและเงินเพื่อเปลี่ยนแปลงไปเกือบเดือนเพื่อการขยายตัวอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี AI ที่เกิดขึ้น วิกฤตค่าครองชีพ, การคว่ำบาตร และผลกระทบของสภาพอากาศที่ส่งผลกระทบต่อระบบอาหารของพวกเรา ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการซื้อที่ผันผวนของวัตถุดิบในห่วงโซ่อุปทาน

ตลาดอาหารชาติพันธุ์ (Ethnic Food) ทั่วโลกเติบโตจาก 47.75 พันล้านดอลลาร์ในปี 2565 เป็น 52.56 พันล้านดอลลาร์ในปี 2566 และคาดว่าจะเติบโตที่อัตราการเติบโตต่อปีที่ร้อยละ 10.1 เป็น 96.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2571 (ที่มา: 360 Market updates) ซึ่งขับเคลื่อนโดยการย้ายถิ่นฐาน, โลกาภิวัตน์, การท่องเที่ยว, สื่อสังคม, และ Mega Trend ที่นำไปสู่อาหารเพื่อสุขภาพ

ในกรณีของสหราชอาณาจักร ที่ซึ่งมีการอพยพย้ายถิ่นฐานสูงเป็นประวัติการณ์และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ได้ขับเคลื่อนให้เกิดความต้องการอาหารประจำกลุ่มชาติพันธุ์เป็นอย่างมาก ทำให้บริษัท สามารถขับเคลื่อนกลยุทธ์ในการขยายตลาดโดยอาศัยความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัวของตลาดอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์เมื่อต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ โดยส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มอาหารชาติพันธุ์ สูงสุดเป็นอันดับอาหารอินเดีย จีน ญี่ปุ่น ไทย เกาหลี มังสวิรัติ และกลุ่มอาหารโปรตีนทางเลือก ซึ่งเป็นที่ต้องการสูงและสามารถจัดจำหน่ายได้หลากหลายช่องทาง โดยส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายอยู่ในห้างสรรพสินค้าสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์

บทสรุปปี 2566

รายได้แต่ละระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 2,919 ล้านบาท ในปีงบประมาณ 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 27 มีประเด็นหลักสามประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานประจำปีดังนี้

1. **รายได้พุ่งทะลุเป้า:** รายได้ก่อนหักจะน้อยกว่าเป้าหมายการเติบโตที่บริษัท กำหนดไว้ที่ร้อยละ 30 ซึ่งได้แรงหนุนจากการเติบโตตามกลยุทธ์ปี 2566 ของ NRF ในการสร้าง portfolio ของสินค้าที่ผลิตด้วย NRF (ซึ่งรวมถึงอาหารสัตว์เลี้ยง) และขยายไปสู่ช่องทางการค้าปลีกปลายน้ำในเอเชียด้วยการซื้อกิจการ Chuang Lee Cash และ Carry ในสหราชอาณาจักร ในเดือนสิงหาคม 2566 แม้จะมีการเติบโตนี้ แต่เป้าหมายของบริษัทที่ร้อยละ 30 ก็ผิดจากคาดการณ์ไปอย่างหวุดหวิด เนื่องจากมีสินค้าคงคลังล้นสต็อกในช่วงครึ่งปีแรก ซึ่งได้มีการระบายสินค้าพร้อมกับการเติบโตที่กลับมาสู่ภาวะปกติในช่วงครึ่งปีหลัง อัตรากำไรขั้นต้นลดลงเล็กน้อยจาก 1,012 ล้านบาท เหลืออยู่ที่ 984 ล้านบาท เนื่องจากร้อยละรายได้จากอาหารสัตว์เลี้ยงและซูเปอร์มาร์เก็ตที่เพิ่มขึ้นซึ่งมีแนวโน้มว่าจะมีรายได้สูงขึ้นแต่อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับการผลิต บริษัทฯ พึ่งพอใจกับผลลัพธ์ที่ได้เนื่องจากกลยุทธ์การจัดการต้นทุนที่ดีซึ่งช่วยลดผลกระทบอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมที่เงินเฟ้อสูงและต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นทั่วทั้งอุตสาหกรรม
2. **DeSpac and Impairment:** EBITDA สำหรับปี 2566 ลดลงเหลือ 327 ล้านบาท เทียบกับปี 2565 ที่ 589 ล้านบาท เนื่องจากต้นทุนขายที่สูงขึ้น ค่าใช้จ่ายขายและบริหารที่เพิ่มขึ้น 100 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2565 สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อกิจการตลอดทั้งปี การเตรียมการสำหรับการจดทะเบียน Bamboo Mart ใน NASDAQ ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ NRF ที่ถือหุ้นทั้งหมด และปรับสินค้าคงคลังจำนวน 311,000 ดอลลาร์บนแพลตฟอร์มการค้าปลีกของ Amazon ของบริษัท ซึ่งอาจย้อนกลับในปี 2567 โดยในปี 2566 การชะลอตัวทั่วโลกของการบริโภคเนื้อสัตว์จากพืชเนื่องจากรายได้จากการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ลดลง ส่งผลกระทบต่อการลงทุนในสหราชอาณาจักร และมีการบันทึก one-time impairment (non-cash item) ของเงินลงทุนในบริษัทย่อยประมาณ 78 ล้านบาท ในเดือนธันวาคม หลังจากการเป็นหุ้นส่วนเป็นระยะเวลาสามปี บริษัทฯ ได้ตัดสินใจที่จะฟื้นสภาพการเป็นหุ้นส่วนกับ Fluid Energy Group และหาการเยียวยาทางกฎหมาย สำหรับการละเมิดข้อตกลงในการร่วมลงทุนในประเทศแคนาดา เมื่อคำนวณ **Normalized basis EBITDA** สำหรับปี 2566 จะอยู่ที่ 433 ล้านบาท เทียบกับ 386 ล้านบาทในปี 2565 ความสามารถในการทำกำไรสุทธิลดลงเหลือ 54.3

ข้อมูลหลักทรัพย์

ราคาหุ้น (27/02/2567)

ข้อมูลย้อนหลังในรอบ 52 สัปดาห์

ราคาปิดสูงสุด	6.20 บาท
ราคาปิดต่ำสุด	4.40 บาท
จำนวนหุ้นจดทะเบียน	1,417.6 ล้านหุ้น
ราคาพาร์	1.00 บาท
มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด	7,372 ล้านบาท
มูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน (YTD)	31.1 ล้านบาท

ผู้ถือหุ้น (27/12/2566)

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่	64.25 %
ผู้ถือหุ้นรายย่อย	35.75 %

เหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

NRF เป็นผู้ผลิตอาหารที่ผลิตอย่างยั่งยืนชั้นนำระดับโลกที่มุ่งเน้นด้านความยั่งยืนและจัดจำหน่ายอาหารชาติพันธุ์ (Ethnic) และอาหารเพื่อสุขภาพทั่วโลก กลยุทธ์การขยายธุรกิจในแนวคิดของ NRF จากโรงงานในประเทศไทยที่นำเสนอการผลิตแบบ OEM ในขณะที่เป็นเจ้าของแบรนด์ชั้นนำไปจนถึงซูเปอร์มาร์เก็ตของเอเชียแบบหลายช่องทางในสหราชอาณาจักร ทำให้เกิดแพลตฟอร์มสำหรับการเติบโตที่ยั่งยืนในระยะยาว ความมุ่งมั่นขององค์กรของเราที่จะเป็นบริษัทอาหารแห่งแรกที่บรรลุเป้าหมาย Net Zero และให้ความสำคัญของความเป็นอยู่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเรา ภายใต้แนวคิด "อิมพอร์ตออย มอบคุณความสุขชุมชน หรือ Food for Generations"

ล้านบาทในปีนี้เป็นเนื่องจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นและต้นทุนทางการเงิน แม้จะมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวในปี 2566 ฝ่ายบริหารเชื่อว่าจะเป็นเพียงการปูเส้นทางสำหรับปี 2567 ที่แข็งแกร่งที่จะจะมีการหารือในส่วนมุมมองในอนาคตต่อไป

3. **Unlocking value:** ปี 2566 บริษัทฯ มีต้นทุนค่าใช้จ่ายเพื่อปรับโครงสร้างของกลุ่มเพื่อเตรียมการนำธุรกิจ Direct to Consumer ของบริษัทฯ เข้าสู่ตลาดในสหรัฐอเมริกา

บทสรุป ไตรมาส 4 ปี 2566

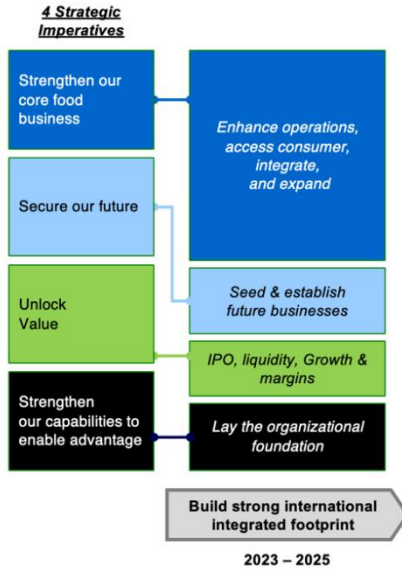
NRF มีรายได้จากการดำเนินงานไตรมาสที่ 4 สูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 1,028 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 81.8 YoY และร้อยละ 31.3 QoQ โดยได้แรงหนุนจากความต้องการผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ NRF ที่เติบโต รวมถึง Botany Petcare (การผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง) บรรลุการผลิตใน Phase 1 เกือบ 100% การใช้กำลังการผลิตและการควบรวมกิจการของ Bamboo Mart (ซูเปอร์มาร์เก็ตเอเชียในสหราชอาณาจักร) อย่างเต็มรูปแบบ การเพิ่มขึ้นขององค์ประกอบรายได้ของการค้าปลีกและอาหารสัตว์เลี้ยงส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทเปลี่ยนไปเป็นร้อยละ 30 ในไตรมาสที่ 4 สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) ตามที่กล่าวไว้ข้างต้น ในสรุปประจำปีงบประมาณ และการบันทึก one-time impairment (non-cash item) จากการประเมินมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ที่ได้มา EBITDA ลดลงเหลือ 34 ล้านบาท และกำไรสุทธิลดลงเหลือ 79.3 ล้านบาท ในสหรัฐอเมริกา ผู้ตรวจสอบบัญชีของบริษัทฯ ได้ทำการปรับปรุงการบัญชีและสินค้าคงคลังเพียงครั้งเดียวเป็นมูลค่า 313,000 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าจะฟื้นตัวได้ในปี 2567 แม้ว่าผลลัพธ์จะได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวเป็นส่วนใหญ่ แต่ประสิทธิภาพโดยรวมในกลุ่มธุรกิจของบริษัทฯ 1) อาหารชาติพันธุ์และสัตว์เลี้ยง 2) Direct to consumer 3) Climate action ก้าวหน้าไปมากโดยความคาดหวังของรายได้จะยังคงเติบโตตามปกติในปี 2567 เนื่องจากการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการ

การดำเนินการเชิงกลยุทธ์ในปี 2566

ด้วยการร่วมมือกับบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำในปี 2566 บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการตามความจำเป็นเชิงกลยุทธ์ 4 ประการ

1. **Strengthen our core food business** โดยใช้ประโยชน์จากแบรนด์ที่เป็นที่ยอมรับของบริษัทฯ และการดำเนินงานในระดับสากล สิ่งนี้แสดงให้เห็นว่ารายได้ของแบรนด์เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 35 ของรายได้จากที่น้อยกว่าร้อยละ 30 ในปีก่อนหน้า
2. **Secure our future** บริษัทฯ ลงทุนในส่วนปลายน้ำของห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ หรือซูเปอร์มาร์เก็ตในเอเชียในสหราชอาณาจักร เพื่อทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มสำหรับแบรนด์และพันธมิตร NRF ตลอดจนทำหน้าที่เป็นตัวเร่งให้เกิดการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพด้านเงินทุนในระดับสูง บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการสร้างซูเปอร์มาร์เก็ตในเอเชียในสหราชอาณาจักรซึ่งปัจจุบันมีรายได้ร้อยละ 16
3. **Unlock Value** บริษัทฯ ได้ใช้เวลาตลอดทั้งปีในการเตรียมวางแผนการลงทุนที่บริษัทฯ ทำไว้ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา ในด้าน Direct to Consumer และอาหารจากพืช โดยการจัดตั้งบริษัท Bamboo Mart Limited และในเดือนกันยายนที่ผ่านมา ได้ลงนามในข้อตกลงการรวมธุรกิจเพื่อระดมทุนผ่านการเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกหรือการเสนอขายหุ้น IPO ในตลาดหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา (NASDAQ) ในปี 2567 นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เพิ่มการดำเนินการที่อาจจะมีผลต่อเงินสดจำนวนมากโดยการขายเงินลงทุนซึ่งจะรับรู้ในปี 2567 ด้วยกำไร
4. **เสริมสร้างความสามารถของบริษัทฯ** เพื่อสร้างความได้เปรียบ ในปี 2566 NRF ได้ลงทุนในการสร้างกลุ่มผู้มีความสามารถ โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที การกำกับดูแลกิจการ และองค์กร เพื่อให้เราเติบโตอย่างรวดเร็วในปี 2567 และอนาคต

มุมมองในอนาคต



ด้วยความท้าทายที่บริษัทฯ ได้เผชิญ บริษัทฯ จึงระคอบ ในปี 2567 ที่จะมเ้าแนวโน้มสดใสจากการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ที่ดำเนินการในปี 2566 บริษัทฯ พยายามที่จะกลับคืนสู่ความสามารถในการทำกำไรตามปกติของบริษัทฯ ในปี 2567 ด้วยการเติบโตของรายได้เป้าหมายที่ร้อยละ 30 พร้อมทั้งเสริมสร้างงบแสดงฐานะทางการเงินของธุรกิจ ด้วยการปลดลือกด้วยคุณค่า

1. เสริมสร้างธุรกิจอาหารหลักของบริษัทฯ มุ่งเน้นไปที่การเติบโตจากภายใน (Organic growth) และอัตรากำไรขั้นต้นที่ดีขึ้น โดยได้รับแรงหนุนจากปัจจัยหลักสามประการ: การจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบรนด์ของบริษัทฯ, โรงงานซอสแห่งใหม่จะเริ่มดำเนินการในเดือนกุมภาพันธ์ และ การเตรียมพร้อมการส่งออกในเดือนเมษายน โดยจะทำให้ความสามารถของบริษัทฯ ในการผลิตซอสปรับขนาดพร้อมอัตรากำไรที่ดีขึ้น และสายการผลิตPhaseที่ 2 ของ Botany petcare จะเริ่มดำเนินการในไตรมาสที่ 2 เพิ่มกำลังการผลิตจาก 1,800 ตันต่อเดือน เป็น 4,800 ตันต่อเดือน ในระดับที่ความสามารถในการทำกำไรแต่ละระดับร้อยละ 10

2. เสริมความปลอดภัยบนผลิตภัณฑ์ ขับเคลื่อนการเติบโตของรายได้และยอดขายแบรนด์ของบริษัทฯ เป้าหมายของบริษัทฯ คือการเป็นร้านขายของชำเอเชียที่ใหญ่ที่สุดในลอนดอนภายในปี 2567 โดยทำหน้าที่เป็น

แพลตฟอร์มหลักในการขับเคลื่อนการเติบโต บริษัทฯ หวังว่าจะขยายขีดความสามารถในการผลิตของบริษัทฯ ไปยังอาหารแช่แข็งซึ่งมีอัตราการเติบโตสูงสุดในร้านขายของชำในปัจจุบัน

3. **Unlock value** เพิ่มเงินสด เพิ่มสินทรัพย์สุทธิ และส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้น สิ่งสำคัญที่สุดคือการขายธุรกิจเสริมบางส่วนด้วยกำไรที่อยู่ในการเจรจาภาระหนี้หนึ่งแล้ว และ IPO Bamboo Mart ซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจ Direct-to-consumer เพื่อสร้างเงินสดจำนวนมากให้กับ NRF ตลอดจน ทำให้เกิดเป็นมูลค่าที่แท้จริงของการลงทุนของบริษัทฯ โดย NASDAQ จะอยู่ที่ระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ บริษัทฯ จึงมีทัศนคติเชิงบวกต่อการประเมินมูลค่าในปัจจุบัน

บทสรุปผลการดำเนินงานทางการเงิน

ถึงแม้จะเป็นปีแห่งการเติบโตของรายได้ การบันทึก one-time impairment (non-cash item) และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร การปลดลือกข้อจำกัดต่างๆ และดึงศักยภาพที่ซ่อนอยู่ในแต่ละธุรกิจออกมา เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ที่จะนำไปสู่การเติบโตของแต่ละธุรกิจ บริษัทฯ คาดว่าการปรับปรุงทางบัญชีในปี 2566 จะเสร็จสมบูรณ์และหวังว่าจะสามารถกลับมาทำกำไรได้ตามปกติในปี 2567

สรุปผลการดำเนินงาน	Q4/65	Q3/66	Q4/66	เปลี่ยนแปลง		2565	2566	เปลี่ยนแปลง
				+/-	+/-			
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขาย	565.4	782.9	1,028.0	81.8	31.3	2,294.4	2,919.9	27
กำไรขั้นต้น	229.7	275.6	312.4	36.0	13.4	1,012.6	984.0	(3)
EBITDA	119.1	126.0	34.2	(71.2)	(72.7)	589.9	327.3	(45)
กำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ	32.3	30.4	(79.3)	(345.9)	(360.9)	267.6	(54.3)	(120)
การแบ่งปันกำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	38.5	30.0	(76.1)			285.2	(56.6)	(120)
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	40	35	30	(25.2)	(13.7)	44	34	(23)
EBITDA margin (%)	18	15	3	(81.8)	(78.2)	25	11	(56)
Net profit margin (%)	5	4	(8)	(255.7)	(308.6)	11	(2)	(118)

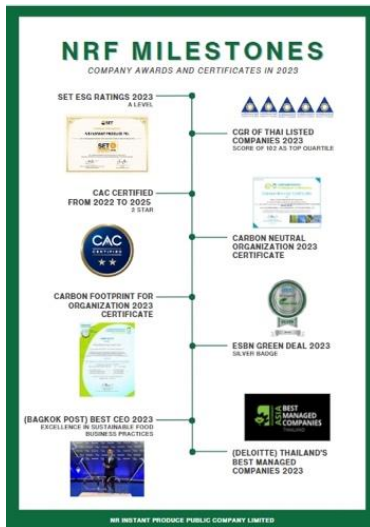
ปัญหาสำคัญที่ต้องเผชิญในปี 2023 ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงาน

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2566 ตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรปเผชิญกับการเกินดุลสินค้าคงคลังจาก COVID ในตลาดหลัก ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของ OEM อย่างไรก็ดี ในช่วงครึ่งหลังของปีมีการฟื้นตัวอย่างสมบูรณ์ ซึ่งนำไปสู่การเติบโตในปีนี้ ในด้านอาหารชาติพันธุ์ ทีมผู้บริหารติดตามราคาวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง มีปัจจัยหลายประการที่อาจส่งผลกระทบต่อ การเติบโต ทั้งการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน ความเสี่ยงที่จะถดถอยในยุโรป สภาพภัยแล้งหรือปรากฏการณ์ El Nino ความไม่สงบในหลายภูมิภาคที่ส่งผลกระทบต่อภาคการค้า และวิกฤตพลังงาน การแข่งขันทางเศรษฐกิจซึ่งนำโดยสหรัฐฯและจีน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก และอาจก่อให้เกิดโลกาภิวัตน์ที่กระจัดกระจายเพื่อสร้างผลกระทบต่อ การค้าและการลงทุนทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ฝ่ายบริหารสามารถบริหารควบคุมอัตราเงินเฟ้อของต้นทุนและอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นทั่วทั้งกลุ่ม

รายได้จากการดำเนินงานแยกตามส่วนงาน

การขยาย หน่วย: ล้านบาท	ปี 2565	ปี 2566	
ผลิตภัณฑ์อาหารชาติพันธุ์ (Ethnic food)	1,394.06	1,375.72	ครึ่งปีแรก เผชิญกับการเกินดุลสินค้าคงคลังของสหรัฐฯ ร้อยละ 30 และฟื้นตัวในครึ่งปีหลัง
ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง	127.52	474.38	บรรลุเป้าหมายการใช้งานเกือบร้อยละ 100 ของบรรทัดที่ 1
ธุรกิจขายตรงถึงผู้บริโภค (Direct to Consumer)	547.05	855.89	รวมไตรมาสที่ 4 ของซูเปอร์มาร์เก็ตเอเชีย และการเติบโตของ Amazon
ธุรกิจ Climate Action	225.76	213.91	อุปสงค์จากอาหารจากพืชยังคงทรงตัว
รวม	2,294.39	2,919.90	

รางวัลและความสำเร็จของบริษัท



1. SET ESG Ratings ประจำปี 2566 – อยู่ในระดับ 'A'
2. การสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2566 (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2023 : CGR) – ได้รับคะแนนการประเมินสูงถึง 102%
3. ได้รับใบประกาศนียบัตรรับรองสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทยในระดับ 2 ดาว ในปี 2565-2568
4. ได้รับการรับรอง Carbon Neutral Organization Certificate ปี 2566
5. ได้รับการรับรองรายงานคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร ในปี 2566
6. ตราสัญลักษณ์ ESNB Asia-Pacific Green Deal Badge ระดับสีเงิน
7. ได้รับรางวัล BEST CEO EXCELLENCE IN SUSTAINABLEFOOD BUSINESS PRACTICES จัดโดยหนังสือพิมพ์ Bangkok Post สื่อหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษชั้นนำของไทย
8. ได้รับรางวัล Thailand's Best Managed Companies 2566 จาก Deloitte ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 พร้อมยกระดับการขับเคลื่อนอาหารแห่งอนาคต ความยั่งยืนและการบริหารในทุกมิติ

เหตุการณ์สำคัญและพัฒนาการที่สำคัญในปี 2566

มกราคม	โรงงานของบริษัท Botany Petcare เริ่มเปิดการทำงานเต็มรูปแบบและเริ่มส่งออกสินค้าไปยังตลาดภูมิภาค
มีนาคม	NRF ประกาศยุทธศาสตร์ประจำปี
เมษายน	Botany ได้เริ่มการผลิตที่สองเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตจาก 1,800 ตัน/เดือน เป็น 4,800 ตัน/เดือน
มิถุนายน	การซื้อบริษัทและทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท Very Good Food ในราคา 60,000 ดอลลาร์ ซึ่งเคยเป็นบริษัทผลิตอาหาร Plant-based ชั้นนำในแคนาดา มูลค่า 300 ล้านดอลลาร์ เหตุการณ์นี้เกิดขึ้นพร้อมกับการลดมูลค่าของการลงทุนในธุรกิจอาหาร Plant-based ในสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการปรับโครงสร้าง Nove Foods เพื่อเตรียมการรวมธุรกิจและ การเสนอขาย IPO
กรกฎาคม	เข้าซื้อกิจการร้อยละ 90 ของ Chuang Lee cash and carry และการลงทุนในบริษัท Kairous Asia Limited ประกอบธุรกิจบริหารและจัดการ ("Sponsor") ของบริษัท Kairous Acquisition Corp. Limited ("KACL") ซึ่งเป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อระดมทุนผ่านการ IPO บนตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq
กันยายน	Bamboo Mart Limited was incorporated as a holding company for NRF's New economy business which includes Omni-channel Asian grocery, Amazon eCommerce business and Plant based. On September 30, 2023 Bamboo Mart signed an agreement with KACL and filed with the US SEC for an IPO in 2024. Botany achieves key milestone of reaching 92% of production utilization. Bamboo Mart Limited ก่อตั้งขึ้นในฐานะบริษัทโฮลดิ้งสำหรับธุรกิจใหม่ของ NRF ซึ่งรวมถึงร้านค้าของชำในเอเชียแบบ Omni-channel, ธุรกิจ E-Commerce ของ Amazon และ อาหารจากพืช เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2023 บริษัท Bamboo Mart Limited ("BAMBOO") ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทที่ถือหุ้นร้อยละ 100 ได้ลงนามในข้อตกลงการรวมธุรกิจ (BCA) กับ Kairous Acquisition Corp. Limited ("KACL") ซึ่งเป็นบริษัทที่ถูกก่อตั้งขึ้นเพื่อระดมทุนผ่านการเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกหรือการเสนอขายหุ้น IPO ในตลาดหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา (NASDAQ) ในปี 2567, Botany บรรลุเป้าหมายสำคัญในผลิตถึงร้อยละ 92 ของกำลังการผลิต
พฤศจิกายน	- ประกาศร่วมกับ ดร.แสงสุข เปิดตัวแบรนด์ โอชาซอสพริกศรีราชา ที่เจาะตลาดกลุ่มสหรัฐฯ ทั้งนี้ ดร.แสงสุข เป็นผู้ก่อตั้ง DENTISTE' ซึ่งเป็นหนึ่งในแบรนด์ไทยที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในโลก - รองนายกรัฐมนตรีมาเลเซียพร้อมคณะทำงาน เดินทางเข้าพบปะกับที่ผู้บริหารร้าน ชุง ลี (Chuang Lee) โดยมีจุดประสงค์เพื่อร่วมกันผลักดันสินค้าประจำชาติมาเลเซีย พร้อมนำเสนอและยกระดับคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในระดับสากล การร่วมมือกันในครั้งนี้จะเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจของมาเลเซีย ตลอดจนเสริมสร้างความเข้มแข็งในการค้าขายระหว่างประเทศ อีกทั้ง Chuang Lee อาจได้รับงบประมาณส่งเสริมการขายจากรัฐบาลในปี 2567
ธันวาคม	บริษัท แพลนท์ แอนด์ บีน ประเทศไทย (Plant & Bean (Thailand)) ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารโปรตีนจากพืช (Plant-Based food) ภายใต้บริษัท นิวทรา รีเจนเนอเรทีฟ โปรตีน จำกัด (Nutra Regenerative Protein Co.,Ltd : NRPT) บริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท อินโนบิก (เอเชีย) จำกัด (อินโนบิก) (บริษัทย่อยที่ ปตท. ถือหุ้น 100%) และ บริษัท โนฟ ฟู้ดส์ จำกัด (บริษัทย่อยของบริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนท์ โปรตีน จำกัด (มหาชน): NRF) ได้ผ่านการประเมินมาตรฐานความปลอดภัยอาหารสากล "BRC Global Food Safety Standard (Issue 9): BRC" ในระดับ Grade A และได้รับการรับรองมาตรฐาน BRCGS Plant-Based ด้านการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชเป็นบริษัทแรกในภูมิภาคอาเซียน

การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

- NRF ได้มีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กรในพื้นที่โรงงานและสำนักงานของ NRF และบริษัท ซิตีฟู้ด จำกัด โดยผ่านการทวนสอบและรับรองความถูกต้องจากหน่วยงานภายนอก ในปี 2566 บริษัทมีปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 และ 2 รวมทั้งสิ้น 5,541 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- NRF ดำเนินงานตามแผนการลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากโครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน โดยในปี 2566 บริษัทได้มีการติดตั้ง Solar PV Rooftop ในพื้นที่โรงงานของบริษัท NRF โดยมีกำลังการผลิตรวมอยู่ที่ 749.73 kWp สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานทดแทนได้ทั้งสิ้น 911,257.21 kWh ต่อปี ซึ่งสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ได้กว่า 456 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี
- NRF มีแผนในการชดเชยคาร์บอนเครดิต เพื่อขอการรับรองความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เพื่อมุ่งสู่การเป็น Carbon Neutral Organization เป็นปีที่ 5 และปีที่ 2 ติดต่อกัน ตามลำดับ
- NRF มุ่งมั่นในการบริหารจัดการของเสียในองค์กรและมุ่งสู่การดำเนินงานตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน จากการดำเนินโครงการเพื่อเพิ่มอัตราการใช้เคลือบของเสียในองค์กรผ่านโครงการต่างๆ อาทิ เช่น โครงการ Waste Bank โดยความร่วมมือกับ รพ.พญาไท ในการรวบรวมขวดพลาสติก PET จากพื้นที่ของบริษัท นำกลับไปรีไซเคิลเพื่อผลิตเป็นขวด PPE ที่เนื้อผ้าผลิตจากพลาสติก upcycling แจกจ่ายให้กับบุคลากรทางการแพทย์ ในปี 2566 บริษัทได้ส่งมอบขวด PPE ได้จำนวน 677 ชุด
- NRF มุ่งมั่นในการบริหารจัดการขยะอาหารที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต โดยการนำกลับมาใช้ประโยชน์เพื่อลดปริมาณของเสียไปยังหลุมฝังกลบให้น้อยที่สุดผ่านโครงการ “ตะไคร้จ้า พี่เอามาทำปุ๋ยแล้ว” โดยการนำเศษวัตถุดิบทางการเกษตรกลุ่มเศษพืชผักที่จากกระบวนการตัดแต่ง เช่น เศษตะไคร้ เศษหอมแขก นำมาผลิตเป็นปุ๋ยหมักร่วมกับกลุ่มเกษตรกรจากสถาบันพัฒนาเกษตรกร

ด้านสังคม

- NRF ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยได้มีการทบทวนนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนให้สอดคล้องตามหลักสากล มีการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRDD) และจัดให้มีการตรวจประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทานเป็นครั้งแรก ซึ่งในปี 2566 ไม่พบเหตุการณ์การละเมิดสิทธิมนุษยชนเกิดขึ้นในบริษัท
- NRF มุ่งมั่นในการส่งเสริมความหลากหลายและเท่าเทียมในองค์กร การไม่ปิดกั้นโอกาสในการจ้างงาน รวมถึงส่งเสริมการทำงานในกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ในปี 2566 บริษัทมีสัดส่วนการจ้างงานเพศชายต่อเพศหญิง อยู่ที่ 0.39: 0.61 รวมถึงมีการจ้างงานผู้ทุพพลภาพจำนวน 9 ราย
- NRF ร่วมมือกับมูลนิธิ Scholar of Sustenance (SOS) บริจาคอาหารให้กับกลุ่มเปราะบาง ผ่านโครงการ “NRF ปันสุข ชุมชนยิ้มได้” โดยการร่วมบริจาคผลิตภัณฑ์ของ NRF เพื่อเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารพร้อมรับประทานให้กับชุมชนเขตคลองเตยและชุมชนริมคลองพระโขนง โดยโครงการนี้สามารถส่งมอบอาหารได้กว่า 16,549 มื้อ และช่วยเหลือผู้เปราะบางรวม 73,102 ราย นอกจากนี้ บริษัทยังบริจาคผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทานของ NRF ให้กับเจ้าหน้าที่พิทักษ์ป่าในอุทยานแห่งชาติทั่วประเทศ รวมทั้งบริจาคข้าวให้กับมูลนิธิ Grow Home ที่ดูแลเด็กกำพร้าที่ถูกทอดทิ้ง โดยสนับสนุนอาหารกว่า 174,622 มื้อ และช่วยเหลือผู้เปราะบางรวม 72,073 ราย
- NRF จัดกิจกรรมร่วมแบ่งปันน้ำใจให้แก่กักตุนสถานหญิงชลบุรี เพื่อสร้างกำลังใจให้ผู้ต้องขังหญิงจำนวนกว่า 1,500 คน โดยมีตัวแทนพนักงานบริษัทฯ เดินทางเข้ามอบผลิตภัณฑ์ “แซ่บซู” และผลิตภัณฑ์อื่นๆในเครือ เพื่อให้ผู้ต้องขังนำไปประกอบอาหาร และสร้างสรรค์มื้ออาหารให้อร่อยยิ่งขึ้น
- NRF เข้าร่วมกิจกรรมการบริจาคโลหิตให้แก่คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีจำนวนโลหิตรวมถึง 28,800 ซีซี เพื่อนำไปช่วยเหลือผู้ป่วยในโรงพยาบาลต่างๆ ตลอดจนใช้รักษาผู้ป่วยที่จำเป็นต้องได้รับเม็ดเลือดแดงและส่วนประกอบของเลือดทั่วประเทศ

ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

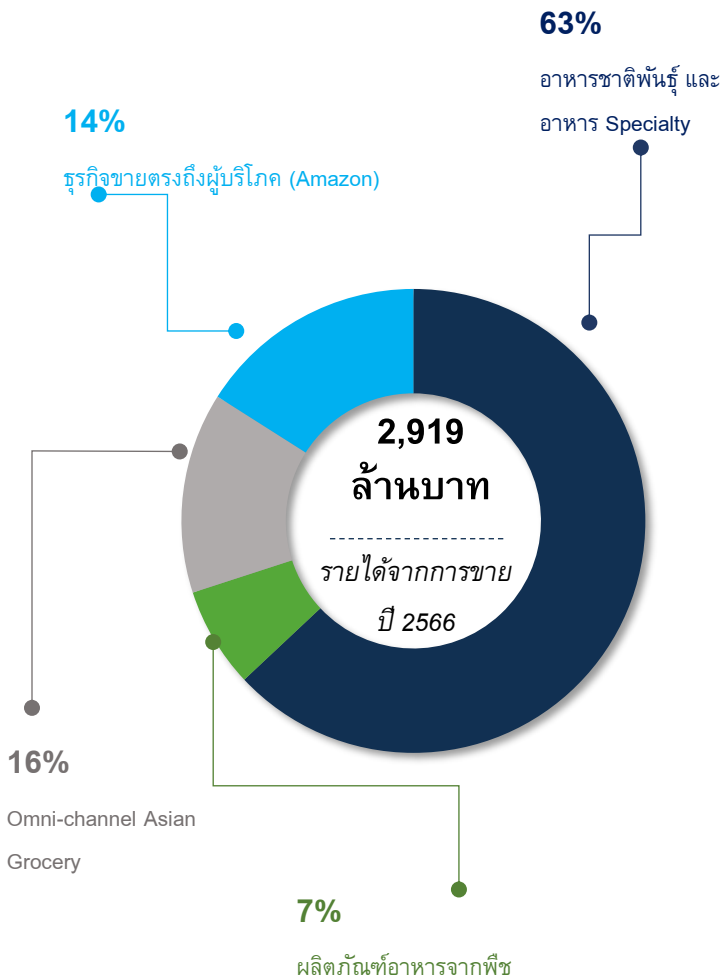
- NRF ได้เผยแพร่ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตลอดปี 2566 ผ่านรายงานประจำปีตามแบบ 56-1 One Report ที่ครอบคลุม กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- NRF ได้รับผลประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2566 หรือ Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2023: CGR 2023 ในระดับดีเลิศ (Excellent CG Scoring) หรือ 5 ดาว จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors : IOD) ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) สะท้อนการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง และตอกย้ำผลงานการประเมินตามโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2566
- NRF ได้รับผลประเมิน 5 เหยี่ยว (AGM Checklist 2566) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
- ปี 2566 ผลประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings อยู่ในระดับ A จาก BBB
- NRF ให้ความสำคัญกับการผลักดันและขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยในปี 2566 ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้รับเลือกให้เป็นคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (TCNN) โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ติดต่อกันเป็นปีที่ 2 นอกจากนี้ บริษัทยังได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กร UN Global Compact (UNGC) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3

ผลการดำเนินงาน

สรุปผลการดำเนินงาน	Q4/65	Q3/66	Q4/66	เปลี่ยนแปลง		2565	2566	เปลี่ยนแปลง
				+/-				
หน่วย: ล้านบาท				%QoQ	%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	565.4	782.9	1,028.0	31	82	2,294.4	2,919.9	27
ต้นทุนขาย	(335.7)	(507.3)	(715.6)	41	113	(1,281.7)	(1,935.8)	51
กำไรขั้นต้น	229.7	275.6	312.4	13	36	1,012.6	984.0	(3)
รายได้อื่น	73.5	33.5	9.7	(71)	36	121.7	124.4	2
กำไรจากการเปลี่ยนมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงินที่กำหนดให้วัดมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน	(9.7)	3.3	(1.7)	(153)	(87)	68.0	(0.9)	(101)
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(81.3)	(79.4)	(80.1)	1	(1.5)	(387.6)	(306.1)	(21)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(137.8)	(166.3)	(233.1)	40.2	68.7	(490.8)	(627.6)	28
รายได้ทางการเงิน	14.9	16.7	8.3	(50)	(44)	35.2	76.3	117
ต้นทุนทางการเงิน	(38.2)	(37.7)	(41.1)	9	8	(95.6)	(158.5)	66
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	14.7	-	(13.4)	100	(191)	(5.4)	34.4	(737)
ขาดทุนจากการด้อยค่าความนิยม	-	-	(17.1)	100	100	-	(17.1)	100
ขาดทุนจากการขายเงินลงทุน	-	-	-	-	-	-	10.2	100
ขาดทุนจากการด้อยค่า	-	-	-	-	-	-	(78.3)	100
กำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วม	(27.3)	(5.6)	(5.7)	2	(79)	(72.6)	(28.4)	(61)
EBT	38.5	42.8	(61.9)	(245)	(261)	321.0	(8.2)	(103)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(6.2)	(12.3)	(17.4)	41	(181)	(53.5)	(46.1)	(14)
กำไรสุทธิ	32.3	30.4	(79.3)	(361)	(346)	267.6	(54.3)	(120)
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	38.5	178.3	(76.1)	(143)	(298)	285.2	(56.6)	(119)

1. รายได้จากการขาย

โครงสร้างของรายได้จากการขาย ปี 2566



อาหารชาติพันธุ์ และ อาหาร Specialty

กว่า 2,000 SKU และ 500 สูตรอาหาร ของทั้งสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท และบริษัท ซิตีฟู้ด จำกัด และสินค้ารับจ้างผลิต (OEM)

- สินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ได้แก่ Por Kwan, Sabzu, Lee brand, Thai Delight, Shanggie DeDe และ Classic Thai ซึ่งเป็นตราสินค้าของบริษัท ซิตีฟู้ด จำกัด
- สินค้ารับจ้างผลิต (OEM) การผลิตอาหารตามความต้องการของลูกค้า 8 ประเภท ได้แก่ อาหารพร้อมทาน ซอส เครื่องปรุงรส เครื่องดื่ม และเส้นอุด้ง
- Botany Petcare: ผลิต ทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์อาหารจากพืช

- กลุ่มลูกค้ารับจ้างผลิต (OEM): ส่วนใหญ่ประกอบด้วยเครื่องปรุงรสน้ำมันมะพร้าวและผลิตภัณฑ์บุก ไม่รวมผลประกอบการจากการร่วมทุน NRPT

ธุรกิจขายตรงถึงผู้บริโภค (Amazon)

- รายได้รวมจาก BOSTED NRF Corp. ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การสร้างแพลตฟอร์ม E-Commerce และการได้มาซึ่งผู้นำหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ใน Amazon และการขายผลิตภัณฑ์ผ่านหลายช่องทาง

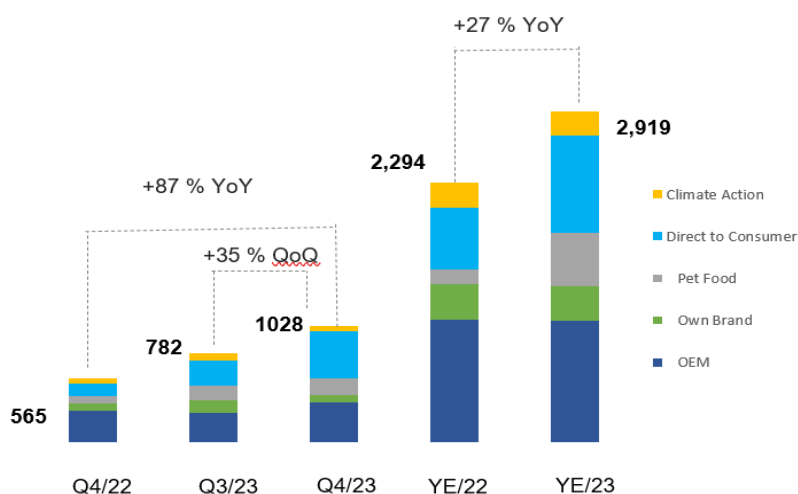
ร้านค้าปลีกและคำสั่งอาหารเอเชียต่อผู้บริโภคโดยตรงผ่านหลายช่องทาง (Omni-channel Asian Grocery)

- รายได้รวมจาก Bamboo Mart Limited ซึ่งเป็นผู้ค้าส่งแบบหลายช่องทาง ซูเปอร์มาร์เก็ต และแพลตฟอร์มการจัดส่งตรงไปยังผู้บริโภค ที่เน้นที่สหราชอาณาจักรเป็นหลัก

รายได้จากการขายแบ่งตามกลุ่มธุรกิจ

รายได้	Q4/65	Q3/66	Q4/66	เปลี่ยนแปลง		2565	2566	เปลี่ยนแปลง +/-
				%YoY	%QoQ			
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
ผลิตภัณฑ์อาหารไทยและอาหารท้องถิ่น								
สินค้ารับจ้างผลิต	272.9	256.3	347.5	27	36	1,083.2	1,076.5	(0.6)
สินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ	65.9	108.7	69.9	6	(36)	310.8	299.2	(3.7)
ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง	63.4	129.4	143.6	126	11	127.5	474.4	272.0
ธุรกิจขายตรงถึงผู้บริโภค	112.1	95.9	417.5	297	95	547.1	883.8	56.5
ธุรกิจ Climate Action	51.1	60.4	49.6	(3)	(18)	225.8	213.9	(5.2)
รวมรายได้จากการขาย	565.4	782.9	1,028.0	87	35	2,294.4	2,919.8	27.3

หน่วย: ล้านบาท, %



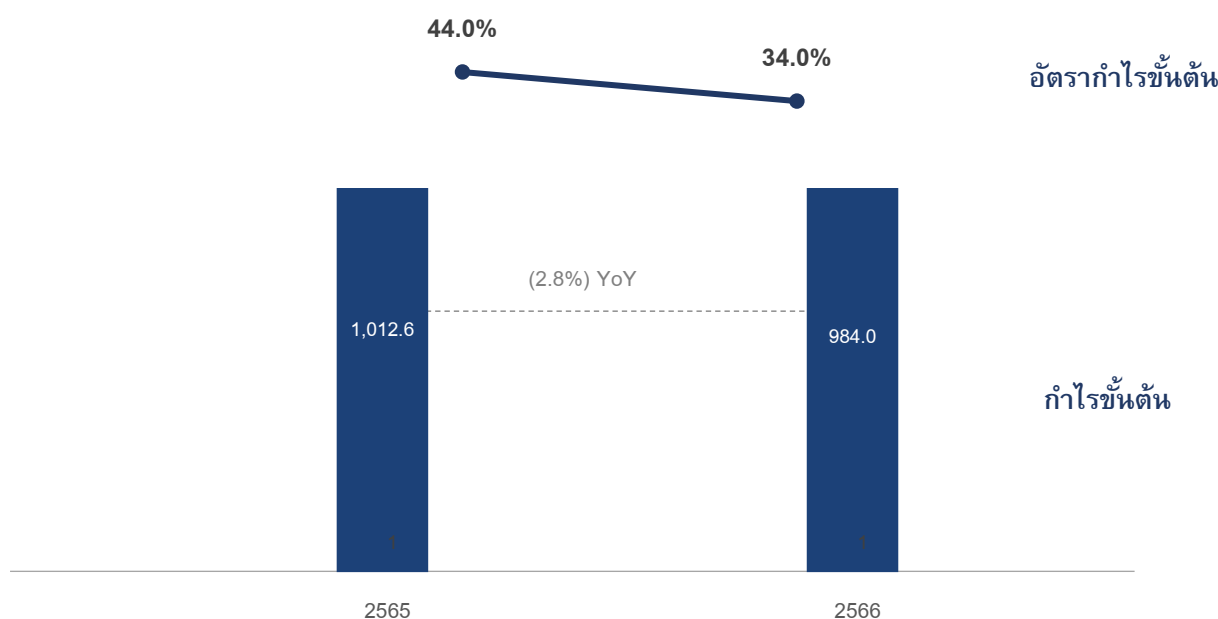
YoY: 2566 vs 2565 รายได้จากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจาก 2,294 ล้านบาทในปี 2565 เป็น 2,920 ล้านบาทในปี 2566 สะท้อนการเติบโตประมาณ 27%

- ผลิตภัณฑ์อาหารชาติพันธุ์ และอาหาร Specialty:** ในปี 2565 รายได้จากการขายของกลุ่มชาติพันธุ์และอาหารสัตว์เลี้ยงมีจำนวน 1,394.1 ล้านบาท ในทางตรงกันข้าม รายได้จากการขายในกลุ่มเดียวกันลดลงเป็น 1,375.7 ล้านบาทในปี 2566 ซึ่งลดลงร้อยละ 1.3 โดย NRF's brand และ Own brand มีส่วนสนับสนุนในด้านอาหารชาติพันธุ์จำนวน 399 ล้านบาท จาก 1,394 ล้านบาทในปี 2566 หรือ ร้อยละ 22 ในปี 2566 ในขณะที่ปี 2565 NRF's brand and Own brand มีส่วนในสัดส่วนเดียวกันคือร้อยละ 22 คิดเป็นมูลค่า 311 ล้านบาท จาก 1,394 ล้านบาท
- ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์:** ในปี 2566 รายได้จากการขายอาหารสัตว์เลี้ยงซึ่งจัดอยู่ในหมวดอาหาร Specialty มีจำนวน 474 ล้านบาท ในขณะที่ปี 2565 อยู่ที่ 127 ล้านบาท โดยเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของรายได้จากการขายตั้งแต่ปี 2565 ถึง 2566 อยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 273.23 สิ่งนี้บ่งชี้ถึงรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นอย่างมากจากอาหารสัตว์เลี้ยง โดยเน้นการเติบโตที่สำคัญภายในกลุ่มอาหาร Specialty ภายในประเทศ

- **ธุรกิจ Climate Action:** ในปี 2565 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ Climate Action มีจำนวน 225 ล้านบาท แต่ในปี 2566 ลดลงเหลือ 213 ล้านบาท ซึ่งสะท้อนถึงการลดลงประมาณร้อยละ 5.2 ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา
- **ธุรกิจ Direct to Consumer:** รายได้จากการขายของ Direct to Consumer เพิ่มขึ้นจาก 547 ล้านบาทในปี 2565 เป็น 883 ล้านบาทในปี 2566 ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมากประมาณ 61.6% ในช่วงสองปี การเพิ่มขึ้นนี้ได้รับแรงผลักดันหลักจากยอดขายจากร้านค้าปลีกและคำสั่งอาหารเอเชียต่อผู้บริโภคโดยตรง โดยเฉพาะ Chuanglee และ SeeWoo

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: 2566 vs 2565

ในปี 2566 รายได้จากการดำเนินงาน 2,920 ล้านบาท มีกำไรขั้นต้น 984 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 27.45 เมื่อเทียบกับปี 2565 โดยมีรายได้จากการดำเนินงาน 2,294 ล้านบาท และมีกำไรขั้นต้น 1,012 ล้านบาท ซึ่งส่งผลให้กำไรขั้นต้นลดลงเล็กน้อยประมาณร้อยละ 2.8 ในช่วงปี 2565 ถึง 2566

3. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน

YoY: 2566 vs 2565

กำไรเพิ่มขึ้น 34.4 ล้านบาทในปี 2566 ตรงกันข้ามกับการขาดทุน 5.4 ล้านบาทในปี 2565 โดยเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของกำไรระหว่างปี 2565 ถึง 2566 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 737 การพลิกฟื้นที่สำคัญนี้สามารถนำมาประกอบกับการเพิ่มขึ้นของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับแรงหนุนจากการแข็งค่าของเงินปอนด์สเตอร์ลิง การแข็งค่าขึ้นนี้ส่งผลให้มูลค่าเงินบาทของสินทรัพย์ทางการเงินของบริษัทที่ได้รับการเสนอซื้อเป็นสกุลเงินปอนด์เพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อประเมินเป็นเงินบาท

อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยทางบัญชี	65	66
ดอลลาร์สหรัฐ	34.85	34.91
ยูโร	36.69	37.80
ดอลลาร์สิงคโปร์	25.05	25.52
ปอนด์สเตอร์ลิง	42.21	44.33

4. กำไรจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของสินทรัพย์ทางการเงินที่กำหนดให้วัดมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน

YoY: 2566 vs 2565

กำไรจำนวน 0.9 ล้านบาทในปัจจุบันลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับการเพิ่มขึ้นอย่างมากจำนวน 68 ล้านบาท เนื่องจากในปี 2565 ได้กำไรอย่างมีนัยสำคัญจากมูลค่ายุติธรรมของ Boosted E-Commerce

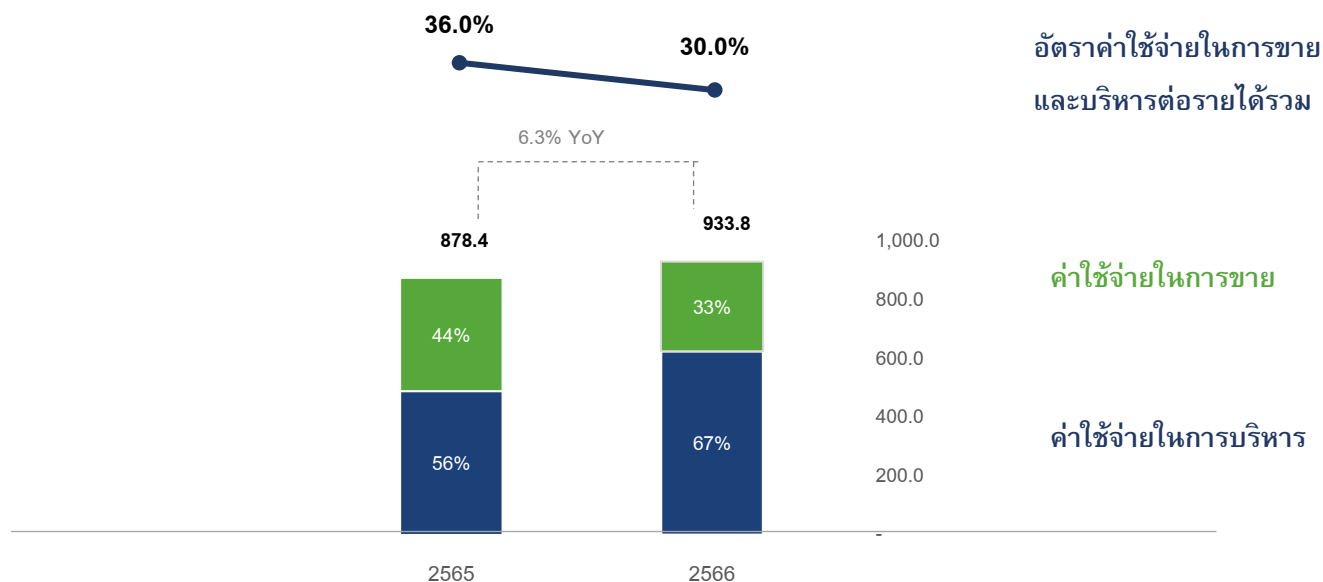
5. รายได้อื่น

YoY: 2566 vs 2565

ร้อยละการเปลี่ยนแปลงบ่งชี้ว่ารายได้อื่นเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2 จาก 121 ล้านบาทเป็น 124 ล้านบาทระหว่างปี 2565 ถึง 2566

6. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: 2566 vs 2565

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายลดลง จาก 387 ล้านบาทในปี 2565 เป็น 306 ล้านบาทในปี 2566 ซึ่งลดลงประมาณร้อยละ 21 ในช่วงสองปี ค่าใช้จ่ายที่ลดลงนี้บ่งชี้ถึงการปรับปรุงที่เป็นไปได้ในกลยุทธ์การจัดการต้นทุนหรือประสิทธิภาพการดำเนินงานที่บริษัทฯ นำมาใช้ในระหว่างช่วงเวลาวิเคราะห์ ในปี 2565 ค่าใช้จ่ายในการบริหารมีจำนวน 490 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 628 ล้านบาทในปี 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 28 ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในปี 2566 มีสาเหตุมาจากค่าใช้จ่ายเงินเดือนที่สูงขึ้นเนื่องจากจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นสำหรับบริการให้คำปรึกษาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนและการระดมทุนผ่านการเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกหรือการเสนอขายหุ้น IPO เพื่อระดมทุนผ่านการเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกหรือการเสนอขายหุ้น IPO และค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากการซื้อธุรกิจ Omni-channel Asian Grocery

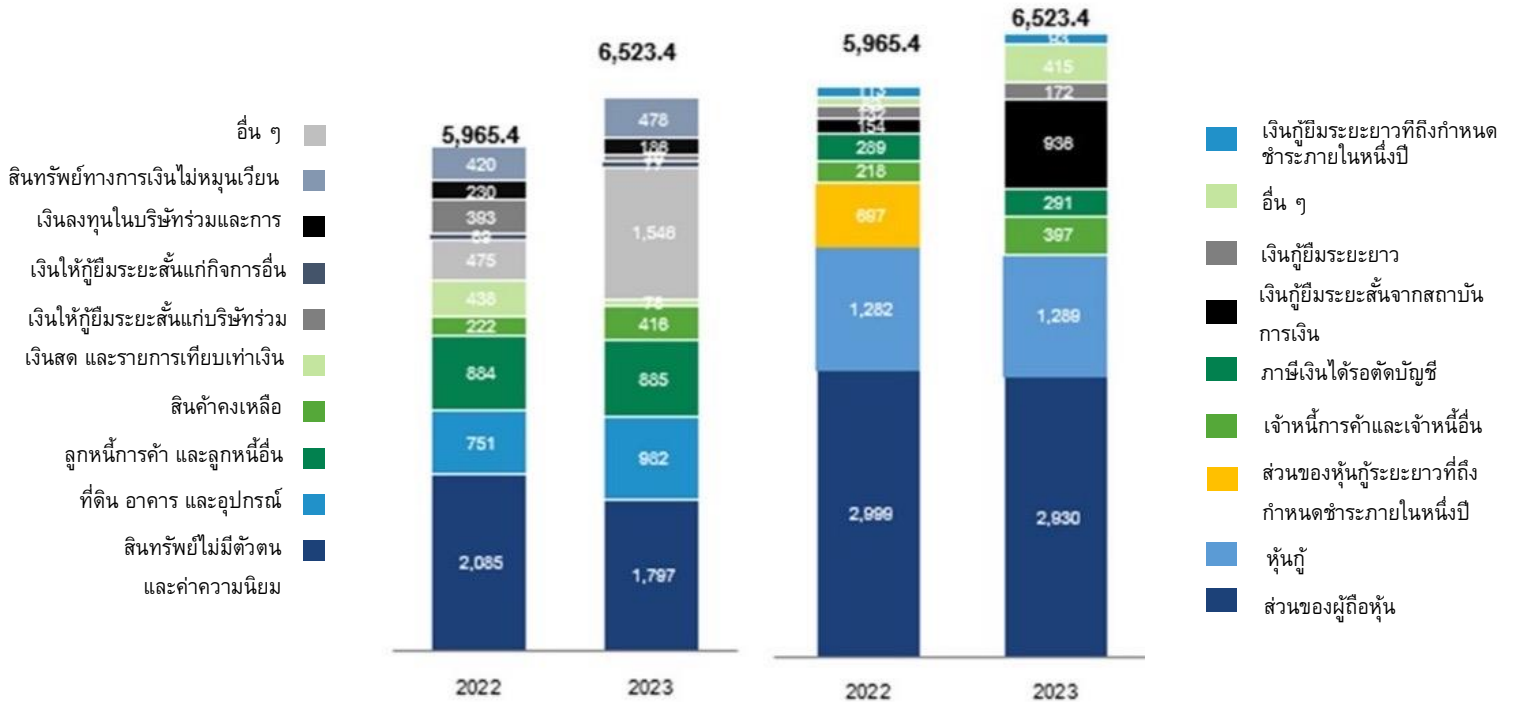
อัตรค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวม: ในปี 2565 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารมีจำนวน 878 ล้านบาท คิดเป็นประมาณร้อยละ 36 ของรายได้รวม ซึ่งเท่ากับ 2,411 ล้านบาท ในทางกลับกัน ในปี 2566 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้นเป็น 934 ล้านบาท คิดเป็นประมาณร้อยละ 30 ของรายได้รวม ซึ่งมีจำนวน 3,079 ล้านบาท สิ่งนี้บ่งชี้ว่าอัตราส่วน SG&A ต่อรายได้รวมลดลงเล็กน้อยในช่วงปี 2565 ถึง 2566 แม้ว่าค่าใช้จ่าย SG&A จะเพิ่มขึ้นก็ตาม แม้ว่าค่าใช้จ่าย SG&A เพิ่มขึ้นในตั้งแต่ปี 2565 ถึง 2566 แต่ก็ถือเป็นสัดส่วนที่เล็กน้อยของรายได้รวมในปี 2566 เมื่อเทียบกับปี 2565

งบแสดงฐานะการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %

สินทรัพย์

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น



สินทรัพย์

ณ สิ้นปี 2566 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 6,523.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 558 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 9.4 จากสินทรัพย์รวมของปีก่อนจำนวน 5,965.4 ล้านบาท โดยรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงสำคัญมีดังนี้

สินทรัพย์หมุนเวียน ลดลงประมาณร้อยละ 22 คิดเป็นจำนวน 460 ล้านบาท จาก 2,104 ล้านบาทในปี 2565 เป็น 1,644 ล้านบาทในปี 2566 โดยหลักมาจาก

- ลูกหนี้การค้า และลูกหนี้อื่น เพิ่มขึ้น 1 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากการค้า AR ที่เพิ่มขึ้น
- เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บริษัทร่วม ลดลง 2.9 ล้านบาท
- สินค้าย่อย เพิ่มขึ้น 193 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 82 ส่วนใหญ่มาจากธุรกิจ Omni-channel Asian Grocery
- สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้น 35 ล้านบาท
- สินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขาย SeeWoo จำนวน 197 ล้านบาท

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน เพิ่มขึ้น 1,018 ล้านบาท หรือร้อยละ 26 สาเหตุหลักมาจาก

- สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียน เพิ่มขึ้น 59 ล้านบาท เนื่องจาก lease of Omni-channel Asian Grocery
- เงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน เพิ่มขึ้น 44.5 ล้านบาท จาก Kairous Ventures Limited
- เงินลงทุนในบริษัทร่วม ลดลง 49.5 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลงทุนเพิ่มเติมหักด้วยขาดทุนจากการต่อยค่า
- เงินลงทุนในการร่วมค้า NRPT จำนวน 6 ล้านบาท
- ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ เพิ่มขึ้น 231 ล้านบาท มีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 30 ส่วนใหญ่มาจากการค่าใช้จ่ายการก่อสร้างโรงงานซอสและอาหารสัตว์เลี้ยง
- สินทรัพย์ไม่มีตัวตนและค่าความนิยม ลดลง 39 ล้านบาท มาจากการค่าตัดจำหน่ายของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัทฯ และ บริษัท Boosted NRF Corp.
- ต้นทุนการซื้อธุรกิจที่ยังไม่ได้ปันส่วน เพิ่มขึ้น 754 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการซื้อธุรกิจใหม่ (Omni channel Asian Grocery)

หนี้สิน

ณ สิ้นปี 2566 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 3,594 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 627 ล้านบาท หรือร้อยละ 22 จากจำนวน 2,966.9 ล้านบาท ในปี 2565 โดยมีรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

หนี้สินหมุนเวียน เพิ่มขึ้น 439 ล้านบาท หรือร้อยละ 36 สาเหตุหลักมาจาก

- เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เพิ่มขึ้น 782 ล้านบาท
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้การค้าอื่น เพิ่มขึ้น 180 ล้านบาท
- ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี ลดลง 21 ล้านบาท
- ส่วนของหุ้นกู้ระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี ลดลง 697 ล้านบาท เนื่องจากการชำระคืนหุ้นกู้ครั้งที่ 1
- ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี เพิ่มขึ้น 31.5 ล้านบาท
- ภาษีเงินได้ค้างจ่าย เพิ่มขึ้น 18 ล้านบาท

หนี้สินไม่หมุนเวียน เพิ่มขึ้น 188 ล้านบาท หรือร้อยละ 11 สาเหตุหลักมาจาก

- เงินกู้ยืมระยะยาว เพิ่มขึ้น 40 ล้านบาท
- หนี้สินตามสัญญาเช่า เพิ่มขึ้น 78 ล้านบาท
- หุ้นกู้ระยะยาว เพิ่มขึ้น 8 ล้านบาท เนื่องจากดอกเบี้ยที่บันทึกไว้
- หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้น 77 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ สิ้นปี 2566 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น 2,930 ล้านบาท ลดลง 68.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 2 จากปี 2565 การลดลงนี้มีสาเหตุหลักมาจากกำไรสะสมลดลง 85 ล้านบาท ในขณะที่องค์ประกอบอื่นๆ ของส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่เงินปันผลลดลงอย่างมากประมาณ 43 ล้านบาท และขาดทุนสุทธิของส่วนของผู้ถือหุ้น 56 ล้านบาท

งบกำไรขาดทุน

สรุปผลการดำเนินงาน	Q4/65	Q3/66	Q4/66	เปลี่ยนแปลง		2565	2566	เปลี่ยนแปลง	
				+/-				+/-	
หน่วย: ล้านบาท				%QoQ	%YoY			%YoY	
รายได้จากการขาย	565.4	782.9	1,028.0	31	82	2,294.4	2,919.9	27	
ต้นทุนขาย	(335.7)	(507.3)	(715.6)	41	113	(1,281.7)	(1,935.8)	51	
กำไรขั้นต้น	229.7	275.6	312.4	13	36	1,012.6	984.0	(3)	
รายได้อื่น	73.5	33.5	9.7	(71)	36	121.7	124.4	2	
กำไรจากการเปลี่ยนมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงินที่กำหนดให้วัดมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน	(9.7)	3.3	(1.7)	(153)	(87)	68.0	(0.9)	(101)	
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(81.3)	(79.4)	(80.1)	1	(1.5)	(387.6)	(306.1)	(21)	
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(137.8)	(166.3)	(233.1)	40.2	68.7	(490.8)	(627.6)	28	
รายได้ทางการเงิน	14.9	16.7	8.3	(50)	(44)	35.2	76.3	117	
ต้นทุนทางการเงิน	(38.2)	(37.7)	(41.1)	9	8	(95.6)	(158.5)	66	
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	14.7	-	(13.4)	100	(191)	(5.4)	34.4	(737)	
ขาดทุนจากการด้อยค่าความนิยม	-	-	(17.1)	100	100	-	(17.1)	100	
ขาดทุนจากการขายเงินลงทุน	-	-	-	-	-	-	10.2	100	
ขาดทุนจากการด้อยค่า	-	-	-	-	-	-	(78.3)	100	
กำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วม	(27.3)	(5.6)	(5.7)	2	(79)	(72.6)	(28.4)	(61)	
EBT	38.5	42.8	(61.9)	(245)	(261)	321.0	(8.2)	(103)	
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(6.2)	(12.3)	(17.4)	41	(181)	(53.5)	(46.1)	(14)	
กำไรสุทธิ	32.3	30.4	(79.3)	(361)	(346)	267.6	(54.3)	(120)	
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	38.5	178.3	(76.1)	(143)	(298)	285.2	(56.6)	(119)	

งบแสดงฐานะการเงิน

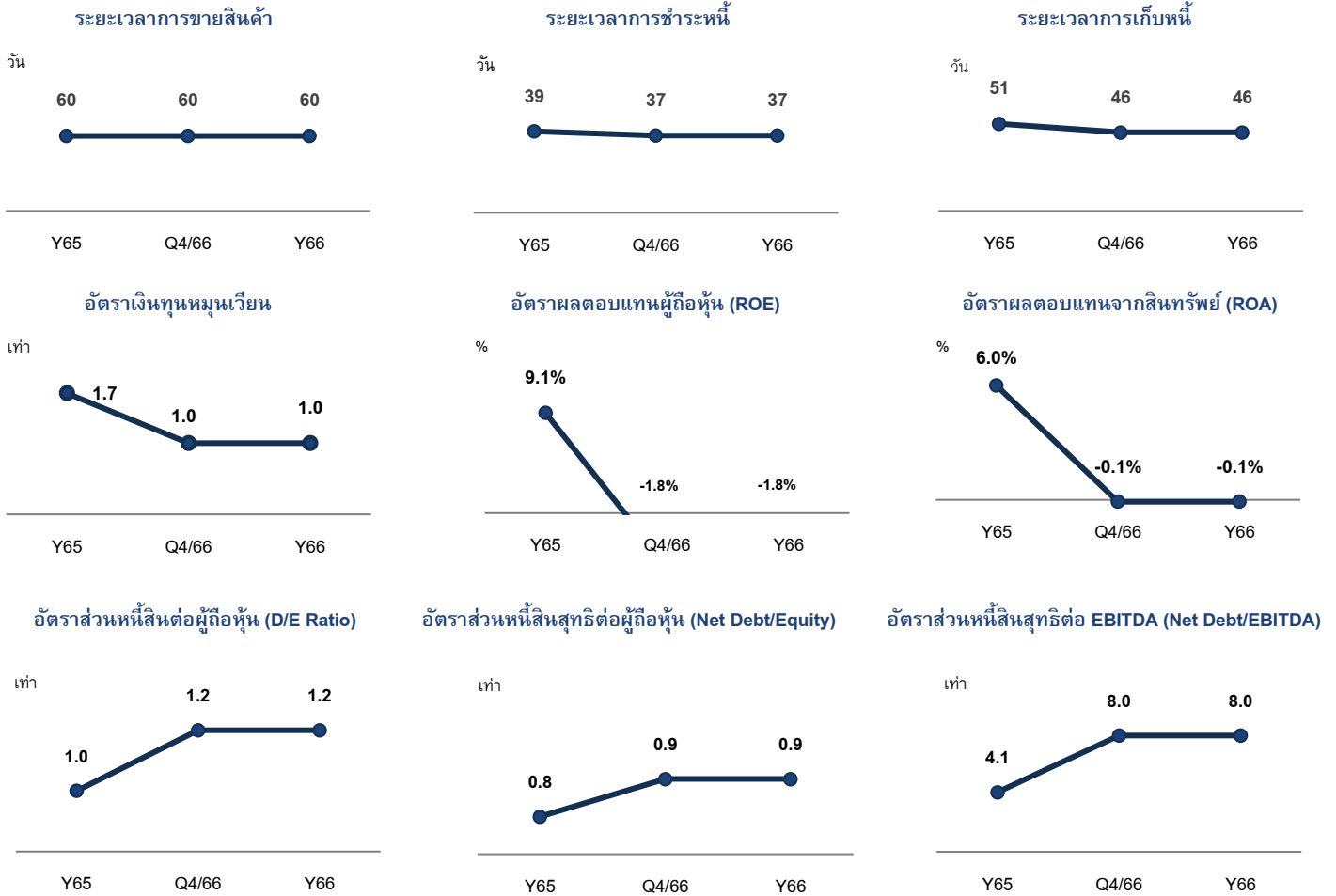
หน่วย: ล้านบาท	31 ธ.ค. 65	ร้อยละต่อ สินทรัพย์รวม	31 ธ.ค. 66	ร้อยละต่อ สินทรัพย์รวม	การเปลี่ยนแปลง (%)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	437.7	7.3	78.2	1.2	(82.1)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	883.8	14.8	884.7	13.5	0.1
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการอื่น	35.6	0.6	32.7	0.5	(8.1)
ส่วนของเงินให้กู้ยืมระยะยาวแก่บริษัทรวมที่ถึงกำหนดรับคืนภายในหนึ่งปี	164.9	2.8	0	0	(100)
สินค้าคงเหลือ	222.1	3.7	415.9	6.4	87.3
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	346.4	5.8	1.3	0	(100)
สินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขาย	0	0	197	3	100
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	14.4	0.2	35.0	0.5	143
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,104.9	35.3	1,644.9	24.5	(22)
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน	34.6	0.6	38.2	0.6	10.3
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	420.3	7.0	478.0	7.3	14.0
เงินให้กู้ยืมระยะยาวแก่กิจการอื่น	33.0	0.6	77.5	1.2	135
เงินให้กู้ยืมระยะยาวแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดรับคืนภายในหนึ่งปี	228.1	3.8	79	1.2	(65.4)
เงินลงทุนในการร่วมค้า	140.0	2.3	146	2.2	4
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	89.6	1.5	40.1	0.6	(55)
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	751.1	12.6	981.8	15.0	31
สินทรัพย์สิทธิการใช้	11.5	0.2	110.1	1.7	857.4
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	1,835.2	30.8	1,796.7	27.5	(2.1)
ค่าความนิยม	249.7	4.2	307	4.7	22
ต้นทุนการซื้อธุรกิจที่ไม่ได้ปันส่วน	0	0	754	11	0
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	60.5	1.0	44.4	0.7	(26.7)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	8.1	0.1	26.3	0.4	224.7
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,860.5	64.7	4,878.6	74.8	26.4
รวมสินทรัพย์	5,965.4	100.0	6,523.4	100.0	9.4
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	154.0	2.6	935.7	14.3	507.6
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	217.6	3.6	397.3	6.1	82.6
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	0	0	2.2	0.0	0.0
ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	113.2	1.9	93.0	1.4	(17.9)
ส่วนของหุ้นกู้ระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	696.9	11.7	0	0.0	(100.0)
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	3.7	0.1	31.5	0.5	751.4
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	24.8	0.4	42.8	0.7	72.6
หนี้สินที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขาย	0	0	145.7	2.2	100
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	17.9	0.3	19.9	0.3	11.2
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,228.2	20.6	1,667.2	25.5	35.8

หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระ	132.3	2.2	172.4	2.6	30.3
หุ้นกู้ระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	1,281.7	21.5	1,289.6	19.7	0.6
หนี้สินตามสัญญาเช่า - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	7.1	0.1	84.9	1.3	1,097.9
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	23.5	0.4	18.1	0.3	(23.1)
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	289.0	4.8	280	4.5	(3)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	5.3	0.1	81.9	1.3	1,445
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	1,738.7	29.1	1,926.9	29.5	10.8
รวมหนี้สิน	2,966.9	49.7	3,594.0	49.7	21.1
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,998.5	50.3	2,929.4	44.8	(2.3)

งบกระแสเงินสด

หน่วย: ล้านบาท	65	66	การเปลี่ยนแปลง %YoY
กำไรก่อนภาษี (EBT)	321.0	(8.2)	(103)
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	173.4	176.9	2
รายการปรับกระทบอื่น	(14.7)	267.8	(1,922)
การเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์และหนี้สินจากการดำเนินงาน	(230.1)	144.9	(163)
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	249.6	292.2	17
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	(95.4)	(154.4)	62
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(101.2)	(42.7)	(58)
เงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	53.1	95.0	79
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมการลงทุน	(1,164.0)	(497.2)	(59)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	1,261	74.8	(94)
ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน	(21.3)	(32.4)	52
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	128.6	(359.9)	(380)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	309.5	437.7	41
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	437.7	78.2	(82)

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ



ระยะเวลาการขาย	= 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ
ระยะเวลาการชำระหนี้	= 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้
ระยะเวลาการเก็บหนี้	= 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้
อัตราเงินทุนหมุนเวียน	= สินทรัพย์หมุนเวียน / หนี้สินหมุนเวียน
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	= กำไรสุทธิ / ส่วนของผู้ถือหุ้น (เฉลี่ย)
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	= กำไรสุทธิ / สินทรัพย์รวม (เฉลี่ย)
อัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)	= หนี้สินรวม / ส่วนของผู้ถือหุ้น
อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อผู้ถือหุ้น (Net Debt/Equity)	= หนี้สินสุทธิ / ส่วนของผู้ถือหุ้น
อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อ EBITDA (Net Debt/EBITDA)	= หนี้สินสุทธิ / EBITDA

Disclaimer:

The information contained herein is intended to represent the Company's operating and financial position at a given point in time and may also contain forward looking information which only reflects expectations based on the prevailing geo-political, economic and non-controllable factors. Such information has been obtained from sources believed to be most reliable and the means in analyzing and preparation of such information for disclosure are based on approve practices and principles in the investment industry. The views are based on assumption subject to various risks and uncertainties and no assurance is made as to whether such future events will occur. No assurance is made as to the accuracy or completeness of information presented in this document.

ติดต่อเรา:

เพ็ญอุไร ไชยชัชวาล

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการเงินและการลงทุน

อีเมล: ir@nrinstant.com

เบอร์โทร: (+66) 65-508-9666

บริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนท์โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน)

สำนักงานใหญ่

99/1 หมู่ 4 ตำบลแคราย อำเภอกระทุ่มแบน

จังหวัดสมุทรสาคร 74110

สำนักงานกรุงเทพฯ

เลขที่ 518/5 อาคารมณีนยาเซ็นเตอร์ ชั้น 6 ถนนเพลินจิต

แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330