



# BETAGRO

เอกสารนำเสนอการเสนอขายหุ้นสามัญ (IPO)  
บริษัท เบตาโกร จำกัด (มหาชน)  
“BTG”



ที่ปรึกษาทางการเงินและผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่าย



ทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไขผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน

Sustainable *growth* Sustainable *life*

เอกสารฉบับนี้ซึ่งเผยแพร่บนเว็บไซต์โดย บริษัท เบตาโกร จำกัด (มหาชน) (“**บริษัท**”) ด้วยความสุจริตและมีจุดประสงค์เพื่อให้เป็นข้อมูลเท่านั้น การจัดทำข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ไม่ถือเป็นการเสนอขายหรือการชักชวนเพื่อเสนอให้ซื้อหลักทรัพย์ใด ๆ ของบริษัทฯ นอกจากนี้ การกระทำความดังกล่าวไม่ถือเป็นการให้คำแนะนำโดยบริษัทฯ หรือบุคคลอื่นใดในการขายหรือซื้อหลักทรัพย์ใด ๆ ของบริษัทฯ

เอกสารฉบับนี้ไม่ใช้การเสนอขายหลักทรัพย์ในประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ จะไม่มีการเสนอขายหลักทรัพย์ที่อ้างถึงในเอกสารนี้ในประเทศสหรัฐอเมริกา เว้นแต่หลักทรัพย์นั้นจดทะเบียนหรือเป็นไปตามข้อกำหนดจากการจดทะเบียนที่กำหนดในกฎหมายหลักทรัพย์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ค.ศ. 1933 (ตามที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม) บริษัทฯ ไม่ได้มีแผนที่จะดำเนินการจดทะเบียนการเสนอขายไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดในประเทศสหรัฐอเมริกา และจะไม่มีการเสนอขายหลักทรัพย์แก่ประชาชนเป็นการทั่วไปในประเทศสหรัฐอเมริกา อนึ่ง การเสนอขายหลักทรัพย์ต่อประชาชนเป็นการทั่วไปในประเทศสหรัฐอเมริกาต้องกระทำด้วยวิธีการส่งหนังสือชี้ชวนสำหรับการเสนอขายหลักทรัพย์ในประเทศสหรัฐอเมริกา และมีการระบุข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผู้ออกหลักทรัพย์และผู้บริหาร ของผู้ออกหลักทรัพย์ รวมถึงงบการเงิน ทั้งนี้ ไม่อนุญาตให้มีการเผยแพร่ เปิดเผย หรือ แจกจ่ายเป็นการทั่วไป ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วน และไม่สามารถส่งตรงไปยังหรือเข้าถึงโดยบุคคลที่อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกาหรือส่งสำเนาของเอกสารฉบับนี้ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาหรือประเทศอื่นใดที่การแจกจ่ายหรือเข้าถึงดังกล่าวไม่ชอบด้วยกฎหมาย

เว้นแต่จะมีการกำหนดเป็นอย่างอื่นโดยบริษัทฯ และได้รับอนุญาตโดยกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง เอกสารไม่ถือเป็นการก่อให้เกิดการเสนอขายหรือชักชวนให้ซื้อหรือจองซื้อหลักทรัพย์ใด ๆ ของบริษัทฯ หรือคู่สัญญาอื่นใดที่เกิดขึ้นในประเทศซึ่งไม่มีคุณสมบัติ หรือต่อบุคคลใดซึ่งการเสนอขายหรือจำหน่ายนั้นมีชอบด้วยกฎหมายก่อนการจดทะเบียนหรือการผ่านคุณสมบัติภายใต้กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ของประเทศที่บุคคลดังกล่าวมีถิ่นที่อยู่หรือสถานที่ตั้งอยู่ ณ ปัจจุบัน

การเสนอขายหลักทรัพย์จะกระทำได้อีกต่อไปเมื่อแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์และร่างหนังสือชี้ชวนที่ได้ยื่นต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์มีผลใช้บังคับแล้ว และจะกระทำโดยการส่งหรือแจกจ่ายหนังสือชี้ชวนให้แก่ผู้ลงทุน บุคคลทั่วไปสามารถขอตรวจสอบหรือขอสำเนาแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์และร่างหนังสือชี้ชวนได้ที่ศูนย์สารสนเทศตลาดทุน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“**สำนักงาน ก.ล.ต.**”) เลขที่ 333/3 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 ในวันและเวลาดำเนินการของสำนักงาน ก.ล.ต. หรือทาง <http://www.sec.or.th>

การลงทุนมีความเสี่ยง และก่อนตัดสินใจจองซื้อหุ้น ผู้จองซื้อควรอ่านหนังสือชี้ชวน หรือข้อมูลที่มีสาระตรงตามข้อมูลสรุปสาระสำคัญของหลักทรัพย์ (Executive Summary) อย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจจองซื้อหุ้น

เอกสารฉบับนี้ไม่ใช่หนังสือชี้ชวนสำหรับการเสนอขายหลักทรัพย์แต่จัดทำเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ เพื่อให้ผู้ลงทุนมีระยะเวลาพอสมควรในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ดังกล่าวก่อนการตัดสินใจลงทุน โดยข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไม่แตกต่างและเกินไปกว่าข้อมูลที่ปรากฏในร่างหนังสือชี้ชวนที่ได้ยื่นต่อสำนักงาน ก.ล.ต

1. Betagro at a Glance

2. ภาพรวมกลุ่มธุรกิจของเบทาโกร

3. จุดเด่นในการลงทุน

4. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

5.สรุปข้อมูลการเสนอขาย



## 1. BETAGRO at a Glance

Sustainable *growth* Sustainable *life*

## ที่ประกอบธุรกิจแบบครบวงจร

ประเทศไทย



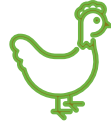
### อาหารสัตว์



กำลังการผลิต **4.0** ล้านตันต่อปี<sup>(1)</sup>

โรงงานอาหารสัตว์ **10** แห่ง

### ไก่เนื้อ



กำลังการผลิต **183** ล้านตัวต่อปี

ฟาร์มไก่เนื้อ **8** แห่ง

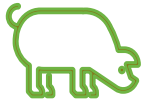
### ไข่ไก่



กำลังการผลิต **1,500** ล้านฟองต่อปี

โรงคัดแยกไข่ไก่ **16** แห่ง

### สุกร



กำลังการผลิต **2.6** ล้านตัวต่อปี

ฟาร์มสุกรพ่อแม่พันธุ์ประมาณ **400** แห่ง

### อาหารแปรรูปและไส้กรอก



กำลังการผลิตอาหารแปรรูป **93,200** ตันต่อปี

กำลังการผลิตไส้กรอก **43,100** ตันต่อปี

### อาหารสัตว์เลี้ยง



กำลังการผลิต **47,000** ตันต่อปี

โรงงานอาหารสัตว์เลี้ยง และขนมอบเคี้ยวสัตว์เลี้ยง **1** แห่ง

### ช่องทางจัดจำหน่ายของบริษัทฯ

**96** สาขาเบทาโกร

**208** ร้านเบทาโกรซื้อป

**31** ร้านเบทาโกรเดลิ

**739** ร้านเนื้อสัตว์อนามัย

ประเทศกัมพูชา



ประเทศลาว



ประเทศเมียนมา



ประเทศส่งออก 20+ แห่ง



และประเทศอื่นๆ

# วัตถุประสงค์ ความเชื่อ ค่านิยม และความเป็นมาของเบทาโกร



## วัตถุประสงค์

ช่วยให้ประชาชนและชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น  
ด้วยอาหารที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยที่มากขึ้น ในราคาที่ เป็นธรรม

## ความเชื่อ

เบทาโกรเชื่อว่าประชาชนต้องมีทางเลือก และสามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยที่มากขึ้น ในราคาที่ เป็นธรรม เพราะสิ่งนี้เป็นปัจจัยสำคัญของชีวิต และเป็นรากฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน เบทาโกรจึงต้องทำงานร่วมกันอย่างหนัก เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของเบทาโกร

## ค่านิยม – PIPIQ



Professional  
รู้จริง



Innovation  
คิดใหม่



Integrity  
ซื่อสัตย์



Quality  
ไม่คุณภาพ



People Centric  
ใส่ใจ

### ระยะที่ 1 ก่อตั้ง

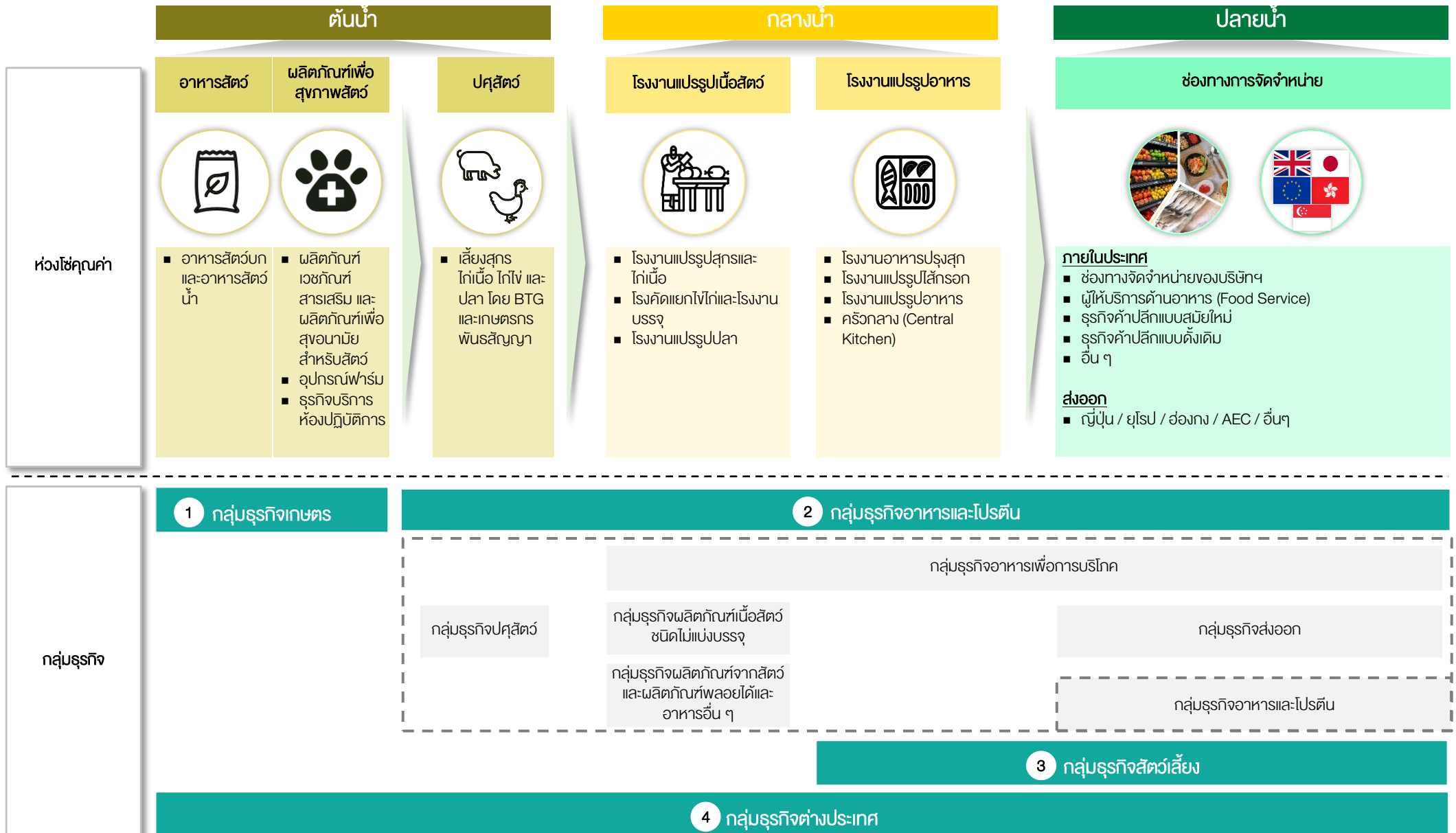
### ระยะที่ 2

เติบโตอย่างมีศักยภาพ

### ระยะที่ 3

มุ่งเน้นยกระดับอุตสาหกรรมอาหาร



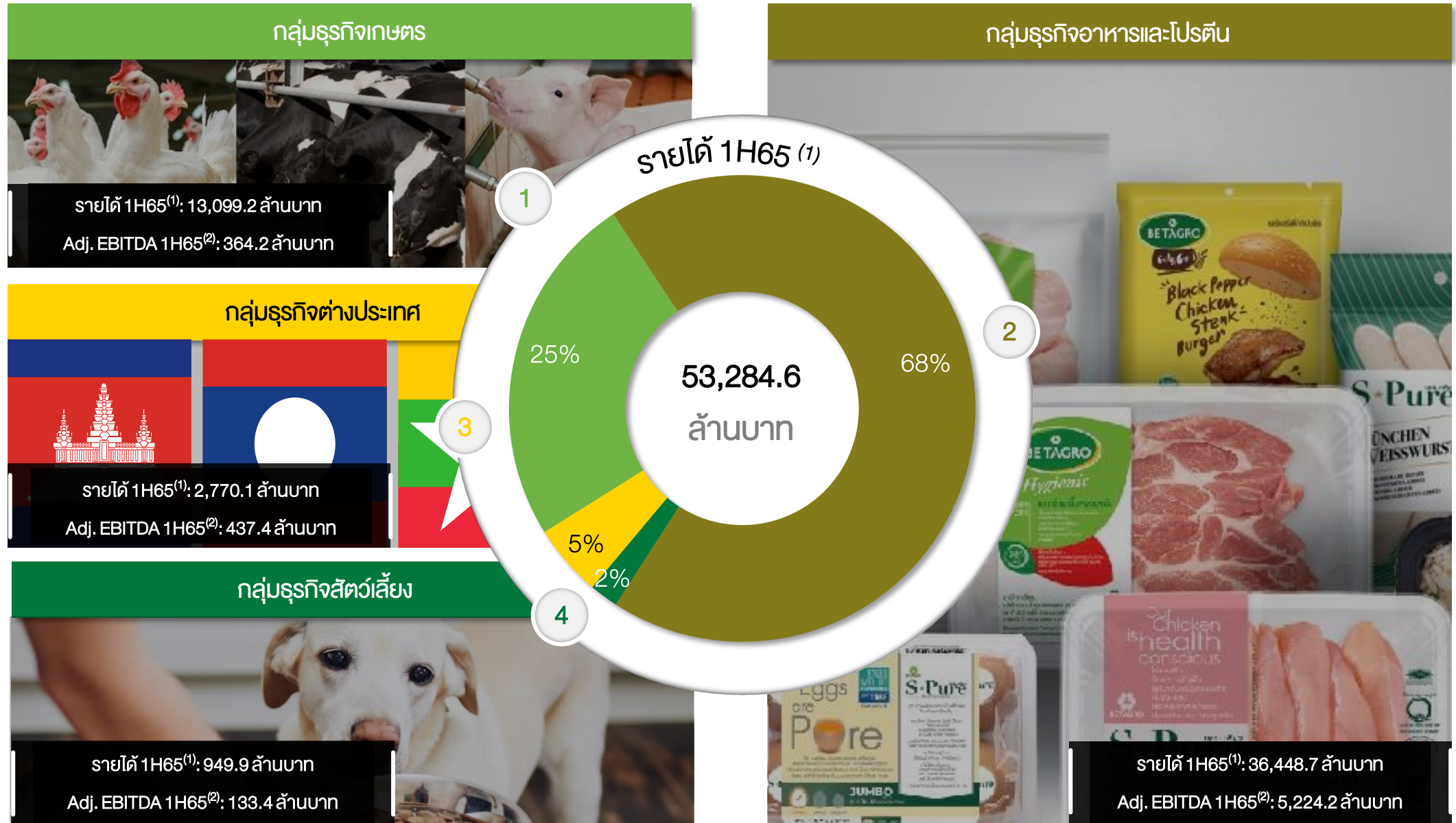




## 2. ภาพรวมกลุ่มธุรกิจของเบทาโกร

Sustainable *growth* Sustainable *life*





(1) รายได้ = รายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการ

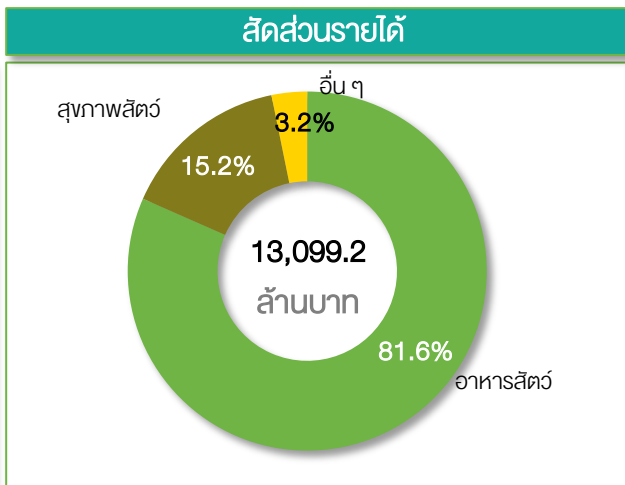
(2) กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ ซึ่งคำนวณจากกำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานขงด้วยค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ

# 1 กลุ่มธุรกิจเกษตร

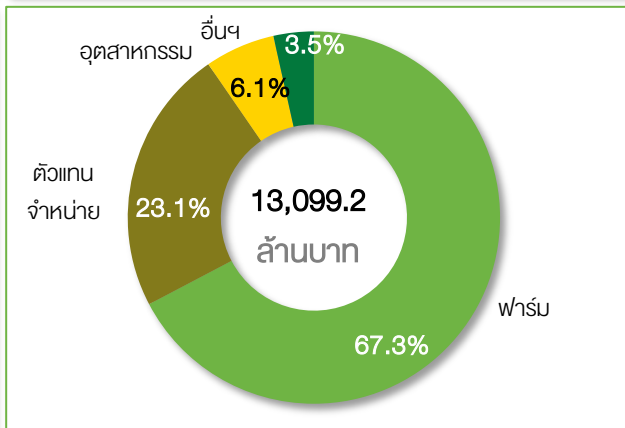


	ปี2564	1H65
รายได้	24,795.1 ล้านบาท <i>29.0% ของรายได้รวม</i>	13,099.2 ล้านบาท <i>24.6% ของรายได้รวม</i>
Adj. EBITDA (1)	1,337.1 ล้านบาท <i>อัตรากำไรจากการดำเนินงาน : 5.4%</i>	364.2 ล้านบาท <i>อัตรากำไรจากการดำเนินงาน : 2.8%</i>

**รายได้จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ**  
(สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565)



**รายได้จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย**  
(สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565)



**แบรนด์ของบริษัทฯ**

พรีเมียม  
★★★★★  
etagro, P-LAC W-แลค, BE-LAC

มาตรฐาน  
★★★★★  
Balance, FARM

คุ้มค่า  
★★★  
MASTER, Amina

**BETTER PHARMA**  
**NEXGEN**

**อาหารสัตว์**

- จำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก และใช้ ในการเลี้ยง ปศุสัตว์และปลาในฟาร์มของบริษัทฯ ในสัดส่วนแบ่ง ประมาณ ~40%/60% ตามลำดับ
- โรงงานอาหารสัตว์ 10 แห่ง

ปริมาณการผลิตของโรงงานอาหารสัตว์ (ล้านตัน/ปี)

ปี	ปริมาณการผลิต (ล้านตัน/ปี)
2562	3.2
2563	3.4
2564	3.7
1H64	1.8
1H65	1.8

**ผลิตภัณฑ์เพื่อสุนัขแมวสัตว์**

- ผลิต นำเข้า จำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่าย เวชภัณฑ์ สารเสริม และผลิตภัณฑ์เพื่อสุนัขนามัย สำหรับการเลี้ยงสัตว์
- ปัจจุบันมี โรงงานผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์และสารเสริม สำหรับสัตว์ 1 แห่งในจังหวัดลพบุรี

**อื่นๆ**


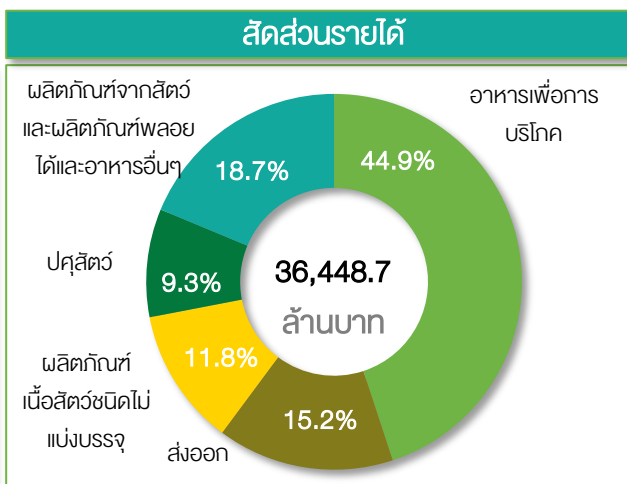
- อุปกรณ์ฟาร์มเช่น ระบบระบายอากาศ ระบบให้อาหาร ระบบน้ำ
- ให้บริการห้องปฏิบัติการเช่น การทดสอบเพื่อรับรองความปลอดภัยของอาหาร และการควบคุมติดตามสุขภาพสัตว์เพื่อการบริหารจัดการฟาร์มและการผลิตปศุสัตว์
- ศูนย์วิทยาศาสตร์เบตาโกร (Betagro Science Center) 3 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ จังหวัดลพบุรี และจังหวัดพิจิตร

(1) กำไรจากการดำเนินงานข้อยอมจากกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ

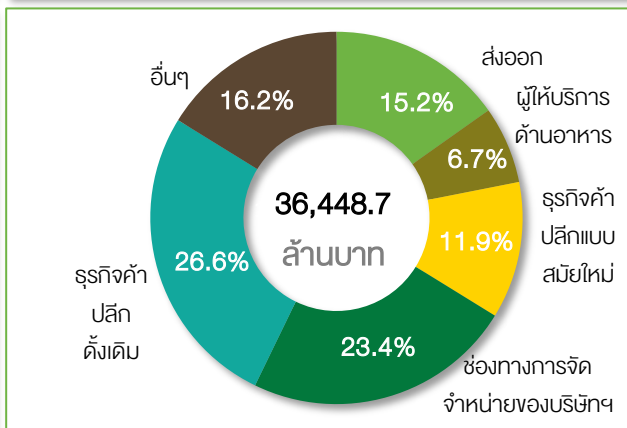
## 2 กลุ่มธุรกิจอาหารและโปรตีน

	ปี2564	1H65
รายได้	54,171.4 ล้านบาท <i>63.4% ของรายได้รวม</i>	36,448.7 ล้านบาท <i>68.3% ของรายได้รวม</i>
Adj. EBITDA <sup>(1)</sup>	2,237.2 ล้านบาท <i>อัตรากำไรจากการดำเนินงาน : 4.1%</i>	5,224.2 ล้านบาท <i>อัตรากำไรจากการดำเนินงาน : 14.3%</i>

**รายได้จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ**  
(สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565)

**รายได้จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย**  
(สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565)

กลุ่มธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์	สินค้าตัวอย่าง
อาหารเพื่อการบริโภค	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตและจำหน่ายเนื้อหมู เนื้อไก่สดและเนื้อไก่แช่แข็ง ปลา ไก่ อาหารแปรรูป และเนื้อสัตว์แปรรูปในบรรจุภัณฑ์</li> <li>ส่วนใหญ่จำหน่ายภายใต้แบรนด์ "BETAGRO" และ "S-Pure" บางส่วนในรูปแบบการให้บริการจากการรับจ้างผลิต (OEM)</li> </ul>	
ส่งออก	<ul style="list-style-type: none"> <li>เนื้อหมู เนื้อไก่ ไก่ อาหารแปรรูป และเนื้อสัตว์แปรรูปเกรดพรีเมียม</li> <li>ตลาดส่งออกหลักของบริษัทฯ ได้แก่ สหราชอาณาจักร สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และจีน</li> <li>จำหน่ายภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ และในรูปแบบการรับจ้างผลิต (OEM)</li> </ul>	
ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชนิดไม่แบ่งบรรจุ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตภัณฑ์เนื้อหมู และเนื้อไก่สดชนิดไม่แบ่งบรรจุ (ขนาดน้ำหนักมากกว่าสองกิโลกรัม)</li> </ul>	
ผลิตภัณฑ์จากสัตว์และผลิตภัณฑ์พลอยได้และอาหารอื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ชิ้นส่วนสัตว์เช่น เครื่องใน หน่อไก่ และหัวไก่</li> <li>โปรตีนทางเลือก</li> </ul>	
ปศุสัตว์	<ul style="list-style-type: none"> <li>สุกร ไก่ และปลาที่ยังมีชีวิต ซึ่งไม่ได้นำไปใช้แปรรูปหรือ สร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงจำหน่ายพ่อแม่พันธุ์ปลากระว้าง</li> </ul>	

(1) กำไรจากการดำเนินงานย้อนมาจากกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าจัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ

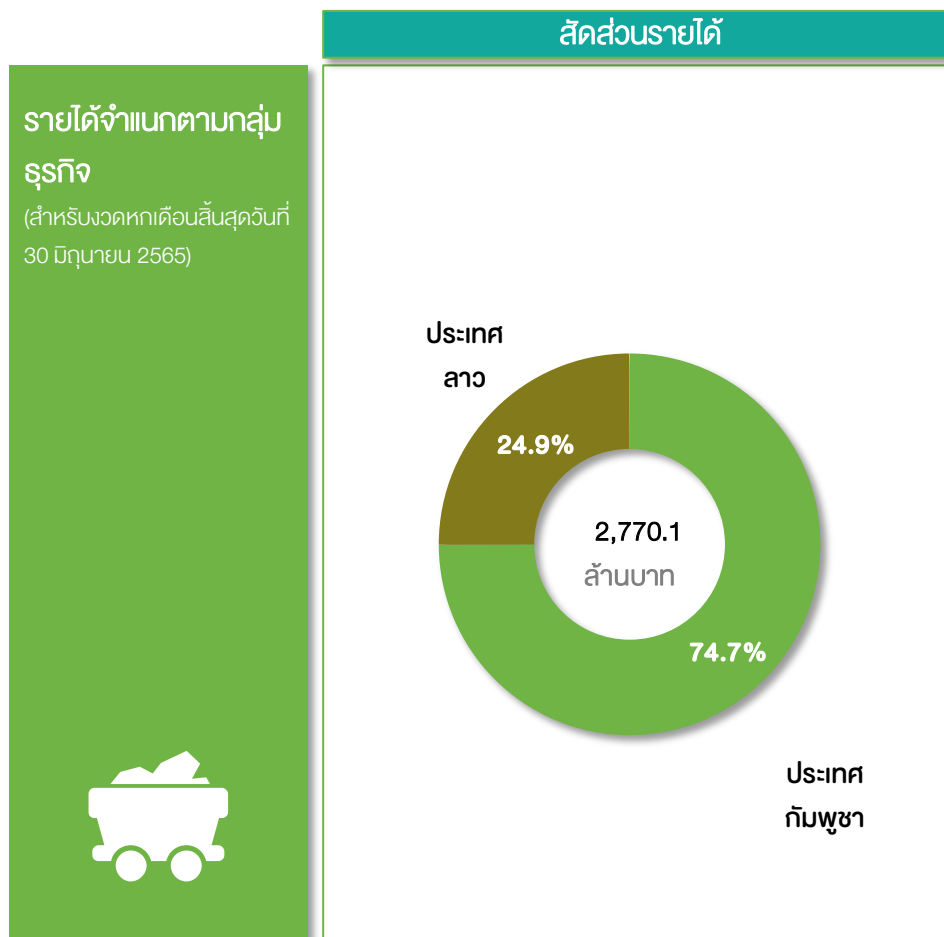
## 2 กลุ่มธุรกิจอาหารและโปรตีน (ต่อ)

แต่ละแบรนด์ของบริษัทฯ มีจุดขายที่แตกต่างกัน และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม

กลุ่มตลาด	แบรนด์ที่ใช้	จุดขายที่เป็นเอกลักษณ์	ตัวอย่างสินค้า
<p>พรีเมียม</p> <p>★★★★★</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>S-Pure:</b> ผลิตกันชนเนื้อไก่ เนื้อหมู และไข่ไก่ ที่ผ่านการเลี้ยงโดยไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ</li> <li>■ ได้รับการรับรอง “การเลี้ยงโดยไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ” โดย NSF</li> <li>■ ไม่ใช้สารเร่งการเจริญเติบโต</li> <li>■ ไม่ใช้สารเร่งเนื้อแดง</li> </ul>  	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ เนื้อสด</li> <li>■ เนื้อสัตว์แปรรูป</li> <li>■ อาหารแปรรูป</li> </ul> 
<p>พรีเมียม</p> <p>★★★★★</p>		<p>Itoham แบนด์ร่วมค้า กับ ITOHAM JAPAN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ผลิตจากเนื้อสัตว์เกรดพรีเมียม</li> <li>■ ได้มาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัย</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ไส้กรอกเกรดพรีเมียม</li> </ul> 
<p>มาตรฐาน</p> <p>★★★★★</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Betagro:</b> ไข่ไก่สด เนื้อไก่และเนื้อหมูอนามัย ไส้กรอก อาหารแปรรูป รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุง ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน และซूप</li> <li>■ “มาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัย”</li> <li>■ มาตรฐานสากล</li> <li>■ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ เนื้อสด</li> <li>■ เนื้อสัตว์แปรรูป</li> <li>■ อาหารแปรรูป</li> </ul> 
<p>คุ้มค่า</p> <p>★★★★</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>กระติก:</b> เนื้อสด และเนื้อสัตว์แปรรูป สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความคุ้มค่า</li> <li>■ <b>ซี-ฟู้ดส์, ซี-วัน:</b> เนื้อสัตว์แปรรูป สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความคุ้มค่า</li> <li>■ “ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัย ในราคาที่สามารถจับต้องได้”</li> <li>■ ราคาที่ดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความคุ้มค่า</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ เนื้อไก่สด</li> <li>■ เนื้อสัตว์แปรรูป</li> </ul> 

### 3 กลุ่มธุรกิจต่างประเทศ

	ปี2564	1H65
รายได้รวม	4,881.3 ล้านบาท <i>5.7% ของรายได้รวม</i>	2,770.1 ล้านบาท <i>5.2% ของรายได้รวม</i>
Adj. EBITDA <sup>(1)</sup>	457.3 ล้านบาท <i>อัตรากำไรจากการดำเนินงาน : 9.4%</i>	437.4 ล้านบาท <i>อัตรากำไรจากการดำเนินงาน : 15.8%</i>



ธุรกิจต่างประเทศ	สินค้าตัวอย่าง
ประเทศกัมพูชา	<ul style="list-style-type: none"> <li> โรงงานอาหารสัตว์ (1)</li> <li> ฟาร์มปศุสัตว์และฟาร์มแม่พันธุ์สุกร (4)</li> <li> ฟาร์มสุกรขุน (3)</li> <li> ฟาร์มไก่ไข่ (1)</li> <li> สาขาเบทาโกร (5) <i>ฟาร์มเกษตรกรพันธสัญญา 323 แห่ง</i></li> </ul>
ประเทศลาว	<ul style="list-style-type: none"> <li> ฟาร์มปศุสัตว์และฟาร์มแม่พันธุ์สุกร (3)</li> <li> โรงงานแปรรูปไก่เนื้อ (1)</li> <li> ร้านเบทาโกรซ็อป (5) <i>ฟาร์มเกษตรกรพันธสัญญา 131 แห่ง</i></li> </ul>
ประเทศเมียนมา	<ul style="list-style-type: none"> <li> ธุรกิจการค้าเกี่ยวกับฟาร์มแม่พันธุ์สุกร</li> </ul>

(1) กำไรจากการดำเนินงานข้อยอมมาจากกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ

# 4 กลุ่มธุรกิจสัตว์เลี้ยง

	ปี2564	1H65
รายได้รวม	1,491.3 ล้านบาท <i>1.7% ของรายได้รวม</i>	949.9 ล้านบาท <i>1.8% ของรายได้รวม</i>
Adj. EBITDA <sup>(1)</sup>	223.4 ล้านบาท <i>อัตรากำไรจากการดำเนินงาน : 15.0%</i>	133.4 ล้านบาท <i>อัตรากำไรจากการดำเนินงาน : 14.0%</i>

## รายละเอียดที่สำคัญ

โรงงานอาหารและนมผงสัตว์เลี้ยง  
1 แห่ง  
(กำลังการผลิต = 47,040 ตันต่อปี)

ได้รับการรับรองต่างๆ ทั้งในระดับประเทศ  
และนานาชาติ



TTM



## แบรนด์ของบริษัทฯ

กลุ่มเป้าหมาย	แบรนด์	ผลิตภัณฑ์	ประเทศที่จัดจำหน่าย
พรีเมียม ★★★★★		อาหารแห้งชนิดเม็ด สำหรับสุนัขและแมว	ประเทศไทย
มาตรฐาน ★★★★★		อาหารแห้งชนิดเม็ด อาหารเปียก และนมผง นมสำหรับสุนัข	ประเทศไทย
มาตรฐาน ★★★★★		อาหารแห้งชนิดเม็ด อาหารเปียก และนมผง นมสำหรับแมว	ประเทศไทย
คุ้มค่า ★★★★		อาหารแห้งชนิดเม็ดและ นมผงสำหรับ สุนัขและแมว	ประเทศไทย

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงไปยัง  
ประเทศฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ญี่ปุ่น และอินเดีย

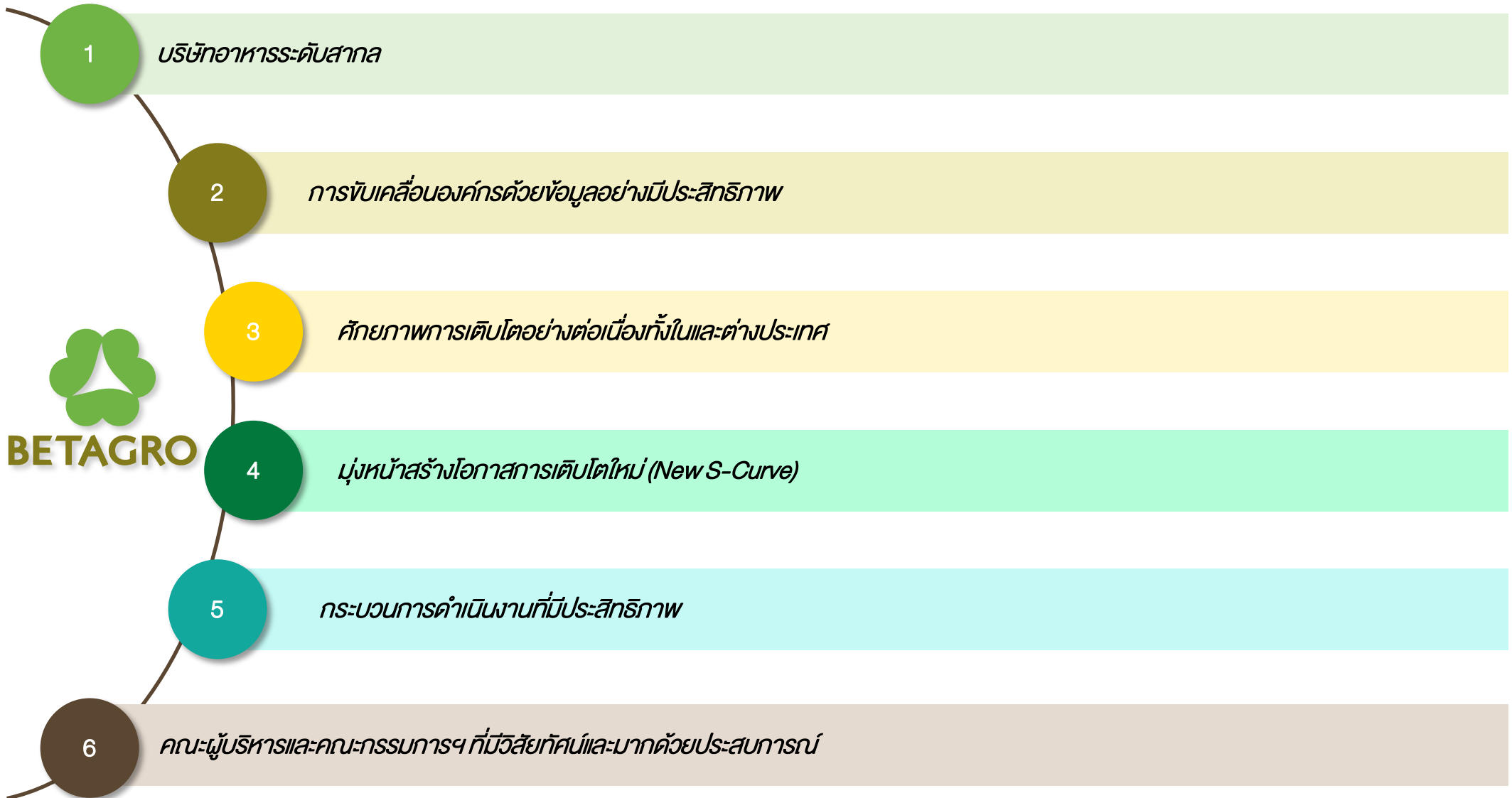
ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565

(1) กำไรจากการดำเนินงานก่อนมาจากกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ



### 3. จุดเด่นในการลงทุน

Sustainable *growth* Sustainable *life*





# 1 บริษัทอาหารระดับสากล

มีแบรนด์หลากหลายอันเป็นที่รู้จัก ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้นำในเรื่องความปลอดภัยผ่านความร่วมมือพันธมิตรชั้นนำ



บริษัทฯ มีแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักและยอมรับถึงคุณภาพ และมาตรฐานความปลอดภัย

<p>พรีเมียม ★★★★★</p> <p>มาตรฐาน ★★★★</p> <p>คุ้มค่า ★★★</p>	<p><b>กลุ่มธุรกิจเกษตร</b></p>	<p><b>กลุ่มธุรกิจอาหารและโปรตีน</b></p>	<p><b>กลุ่มธุรกิจสัตว์เลี้ยง</b></p>
--	--------------------------------	---	--------------------------------------

เป็นผู้นำในเรื่องความปลอดภัยมีการรับรองตามมาตรฐานระดับสากล

<p><b>Betagro Quality Management (BQM)</b></p>	<p>มาตรฐานการจัดการที่มีคุณภาพด้านความปลอดภัยของอาหาร คุณภาพอาหาร สวัสดิภาพสัตว์ ความเป็นเลิศในการบริการ และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร</p>
<p><b>Geographic Information System (GIS)</b></p>	<p>ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ที่สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงในแต่ละพื้นที่ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สามารถเตรียมพร้อมสำหรับโรคระบาดในสัตว์และบริหารจัดการการระบบขนส่ง ได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องแม่นยำยิ่งขึ้น</p>
<p><b>Betagro Biosecurity Management</b></p>	<p>กระบวนการบริหารจัดการและดำเนินงาน ที่ให้ความสำคัญกับการป้องกันการนำโรคเข้าสู่ฟาร์ม และการจำกัดการแพร่กระจายของโรคติดต่อตลอดทั่วห่วงโซ่อุปทาน</p>
<p><b>Betagro E-Traceability</b></p>	<p>แอปพลิเคชันสำหรับตรวจสอบแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์อาหาร</p>



ได้รับความไว้วางใจจากพันธมิตรชั้นนำที่มีชื่อเสียงระดับโลกมาอย่างยาวนาน

**พันธมิตรเชิงกลยุทธ์ที่ร่วมทุนกับเราเกินกว่า 10 ราย**



**ตัวอย่างของความร่วมมือกับพันธมิตรร่วมทุนของบริษัทฯ**

ปี	พาร์ทเนอร์	รายละเอียด
2560	Mitsubishi, ITOHAM	ก่อตั้ง บริษัท เอเชีย เบสท์ ซึคกัน จำกัด ซึ่งเป็นโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ปรุงสุกเพื่อการส่งออก ผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ปรุงสุกไปยังประเทศญี่ปุ่น
2552	ITOHAM	ก่อตั้ง บริษัท อีโตแฮม เบทาโกร ฟู้ดส์ จำกัด และก่อสร้างโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ไส้กรอกสดแช่เย็นแช่แข็งเพื่อส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น
2547	Ajinomoto	ก่อตั้ง บริษัท อายโนโมะโตะ-โตะ เบทาโกร สเปเชียลตี้ ฟู้ดส์ จำกัด และก่อสร้างโรงงานผลิตเนื้อหมูปรุงสุกแห่งแรกของบริษัทฯ เพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปรุงสุกสำหรับส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น
2538	Ajinomoto	ก่อตั้ง อายโนโมะโตะ-โตะ เบทาโกร โฟรเซน ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งดำเนินการโรงงานผลิตอาหารปรุงสุกจากเนื้อไก่ในจังหวัดลพบุรี
2536	Sumitomo	ก่อตั้งบริษัท ไทย เอส พี เอฟ โปรดักส์ จำกัด ซึ่งดำเนินการฟาร์มผลิตสุกรที่เลี้ยงด้วยเทคนิค Specific Pathogen Free หรือ SPF ในจังหวัดปราจีนบุรี
2533	Mitsubishi	ก่อตั้งบริษัท บี.ฟู้ดส์โปรดักส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และก่อสร้างโรงงานแปรรูปเนื้อไก่เพื่อส่งออกในจังหวัดลพบุรี
2523	Toshoku Corporation	ก่อตั้งบริษัท อาหารเบทาโกร จำกัด และก่อสร้างโรงงานแปรรูปเนื้อไก่ในจังหวัดสมุทรสาคร

# 1 บริษัทอาหารระดับสากล

มุ่งเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีมูลค่าสูง

ช่องทางที่มีมูลค่าสูง



## จุดเด่นที่สำคัญ:

- มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย และครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย
- มุ่งเน้นกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าสูง เพื่อตอบสนองความต้องการซื้อของลูกค้ากลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ ช่องทางผู้ให้บริการด้านอาหาร ช่องทางค้าปลีกแบบสมัยใหม่ และช่องทางการส่งออกไปต่างประเทศ เพื่อจัดจำหน่าย High value added (HVA) products ที่เกาหลี มุ่งเน้น
- ศักยภาพในการสร้างโอกาสเติบโตผ่านการเสนอสินค้ามูลค่าสูงขึ้น ให้กับลูกค้านอกกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

(1) คำนวณจากรายได้จากการขายสินค้าและบริการ การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางของบริษัทฯ ผู้ให้บริการด้านอาหาร ธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ ช่องทางการส่งออกและ ช่องทางอุตสาหกรรมและช่องทางอื่นๆ คิดเป็น 73.4% ของรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการของทุกธุรกิจอาหารและ-เบสตัน ใน 1H65

# 2 การขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ

บริหารช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Management) เพื่อสร้างรายได้สูงสุด



บริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายครอบคลุมพื้นที่ต่างๆทั่วประเทศ

96 สาขาเขตภาคเหนือ  
31 ร้านเขตภาคเหนือ  
208 ร้านเขตภาคกลาง  
739 ร้านเนื้อสัตว์อเนกประสงค์

พร้อมทีมงานด้านการขายที่มีความรู้ความเข้าใจในด้านการตลาด

- ให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าด้วยการให้บริการอย่างครบวงจร ซึ่งแตกต่างและโดดเด่นกว่าคู่แข่ง
- สร้างและพัฒนาความเชี่ยวชาญมาหลายทศวรรษ ทำให้มีข้อได้เปรียบ

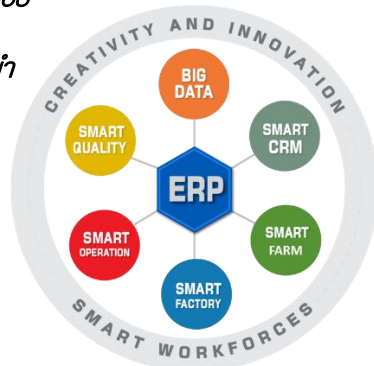
และกระจายผ่านเครือข่ายของพันธมิตรทางธุรกิจต่างๆ

กลุ่มธุรกิจ	ประเภทลูกค้า
<p>กลุ่มธุรกิจเกษตร</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>อาหารปศุสัตว์: เกษตรกรรายย่อย เกษตรกรอิสระ และผู้ประกอบการฟาร์มอุตสาหกรรมรายใหญ่</li> <li>เวชภัณฑ์ สารเสริม และผลิตภัณฑ์เพื่อสุกอนามัยสำหรับการเลี้ยงสัตว์: เกษตรกรรายย่อย เกษตรกรอิสระ ผู้ประกอบการฟาร์มอุตสาหกรรมรายใหญ่</li> </ul>
<p>กลุ่มธุรกิจอาหาร และโปรตีน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้นำเข้าในต่างประเทศ ผู้ประกอบธุรกิจผู้ให้บริการด้านอาหาร ร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ ตลาดสด และลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมในประเทศ</li> </ul>
<p>กลุ่มธุรกิจสัตว์เลี้ยง</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ร้านค้าปลีก คลินิกสัตวแพทย์ ร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ และช่องทางอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) และผู้นำเข้าในต่างประเทศ</li> </ul>

การมีขีดความสามารถทางด้านระบบดิจิทัลที่แข็งแกร่ง

- บริษัทฯ เริ่มใช้ระบบ ERP/SAP นับตั้งแต่ พ.ศ. 2563
- โครงสร้างพื้นฐานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศชั้นนำ

DIGITAL TRANSFORMATION



การตัดสินใจในธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

Price Optimization Model

วิเคราะห์กำไรเพื่อกำหนดการจัดสรรช่องทางและกลยุทธ์การขายที่เหมาะสมที่สุด

Dynamic Pricing Model/  
Least cost simulation

วิเคราะห์ความอ่อนไหวของราคาเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การตั้งราคาขาย

# 3 ศักยภาพการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ

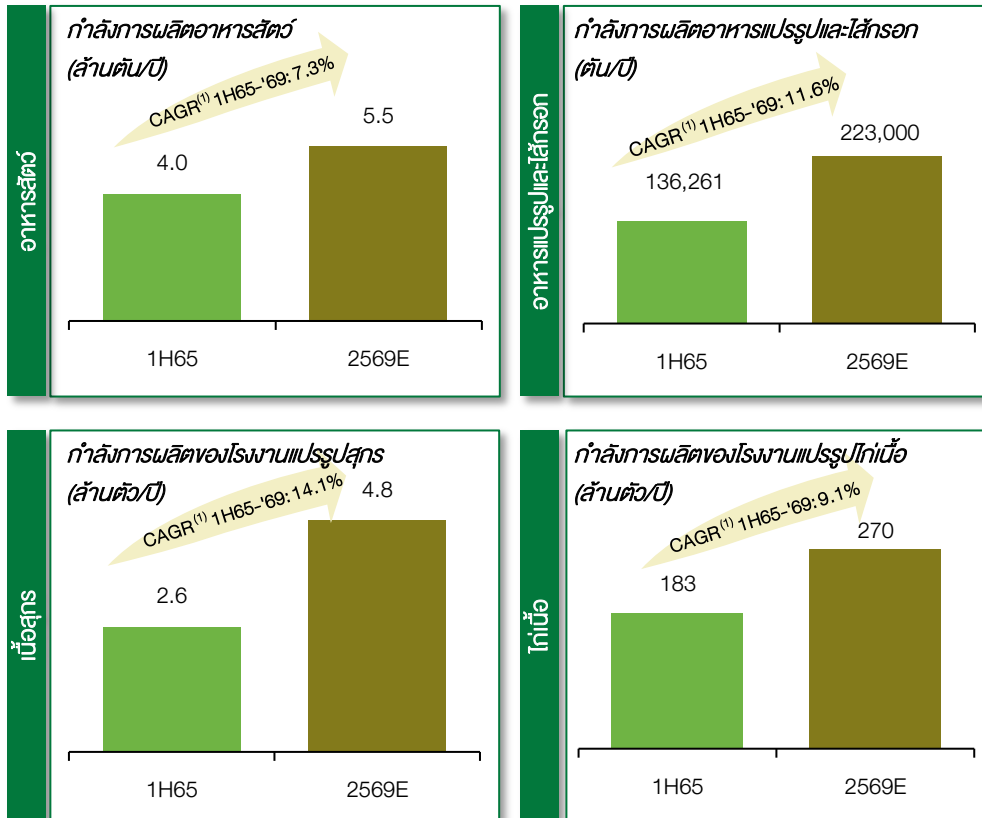
ขยายส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศด้วยการเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่าสูงและการขยายกำลังการผลิต



## ศักยภาพการเติบโตอย่างต่อเนื่องภายในประเทศ

### 1 ขยายกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ เพื่อขับเคลื่อนการเติบโต

■ แผนการขยายกำลังการผลิต ตลอดห่วงโซ่คุณค่า



### 2 การสร้างความแข็งแกร่งให้กับช่องทางจัดจำหน่าย

ขยายสาขาร้านเบทาโกรชีอ็อป และร้านเนื้อสัตว์อานามัย รวมทั้งเพิ่มทีมขายและการสนับสนุนเพื่อการเป็นผู้ให้บริการแบบครบวงจรสำหรับลูกค้ากลุ่ม B2B

ขยายส่วนลูกค้าโดยการเป็นพันธมิตรกับโรงแรม เครื่องใช้ร้านอาหาร คาเฟ่ โรงเรียน และสายการบิน

สร้างความแข็งแกร่งให้กับรูปแบบการจัดจำหน่ายแบบใหม่ของบริษัทฯ ผ่านทาง "Kerry Cool" ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มบริการขนส่งสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ

เพิ่มการจัดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ด้วยการสำรวจโอกาสการเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับแพลตฟอร์มออนไลน์ของซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ เช่น Tops Online Big C Online Lotus's Online และ Happy Fresh และผู้ให้บริการตลาดออนไลน์ เช่น Freshket

### 3 การเน้นผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง

ขยายธุรกิจกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุง และผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากปลา ผลิตภัณฑ์ไข่แปรรูป และการเน้นที่ผลิตภัณฑ์จากสัตว์และผลิตภัณฑ์พลอยได้มากขึ้น เช่น ซากไก่ กระดูก เลือด หมูสันสัตว์ และชา

มุ่งเน้นธุรกิจที่เกี่ยวกับ อาหารสุกร อาหารโค และอาหารไก่ไข่ที่เป็นเกรดพรีเมียม เพื่อรองรับความต้องการในผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียมที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค

เพิ่มสัดส่วนของผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียมและมาตรฐาน

เพิ่มสัดส่วนของผลิตภัณฑ์เนื้อหมู S-Pure ในกลุ่มธุรกิจอาหารและโปรตีนของบริษัทฯ

CAGR (Compound Annual Growth Rate) = อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี  
ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565

# 3 ศักยภาพการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ

ขยายส่วนแบ่งทางการตลาดต่างประเทศ



## ศักยภาพการเติบโตอย่างต่อเนื่องในต่างประเทศ

### การขยายการประกอบ ธุรกิจของบริษัทฯ ใน ประเทศกัมพูชา ประเทศลาว และประเทศเมียนมาร์

#### ■ กัมพูชา

ก่อสร้างโรงงานอาหารสัตว์เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตอาหารสัตว์ การลงทุนเพิ่มเติมในฟาร์มสุกรพ่อแม่พันธุ์ ฟาร์มสุกรขุน ฟาร์มไก่พ่อแม่พันธุ์ และโรงฆ่าเนื้อ ภายในปี 2569

#### ■ ลาว

มีแผนลงทุนในการก่อสร้างโรงผลิตอาหารสัตว์แห่งแรกซึ่งมีกำลังการผลิต 72,000 ตันต่อปี ภายใน 2569 มีแผนลงทุนในฟาร์มสุกรพ่อแม่พันธุ์และโรงฆ่าเนื้อไก่เนื้อเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต

#### ■ เมียนมาร์

ลงทุนในฟาร์มสุกรพ่อแม่พันธุ์ ฟาร์มไก่พ่อแม่พันธุ์โรงงานแปรรูปไก่และสุกร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้น

### การขยายการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

- ขยายการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศที่สำคัญ เช่น ประเทศสิงคโปร์ และฮ่องกง



- เน้นที่การขายไปสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ การเพิ่มการรับรู้แบรนด์ "S-Pure" และ "BETAGRO" และการเข้าเป็นพันธมิตรใหม่กับพันธมิตรธุรกิจท้องถิ่นเพื่อการใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญในการประกอบธุรกิจ ในท้องถิ่นของพันธมิตรเหล่านี้



### การเพิ่มจุดหมายปลายทางทางการส่งออก

- เพิ่มจุดหมายปลายทางทางการส่งออกจาก 20 แห่ง และการเพิ่มยอดคำสั่งซื้อของลูกค้า (pocket share) ในภูมิภาคเดิม เช่น สหภาพยุโรป ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสิงคโปร์ ฮ่องกง และ สหราชอาณาจักร ด้วยกลยุทธ์ ดังนี้

1. การเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของบริษัทฯ ในตลาดต่างประเทศ
2. การเพิ่มยอดขายผ่านการขายส่ง และเครื่อง่ายผู้จัดจำหน่าย

# 4 มุ่งหน้าสร้างโอกาสการเติบโตใหม่ (New S-Curve)

มุ่งสร้างโอกาสการเติบโตในธุรกิจใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องเนื่องจากศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนา ตลอดจนระบบเทคโนโลยีชั้นนำ



บุคลากรฝ่ายวิจัยและพัฒนา **186** ราย  
(ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565)



พนักงาน **180** ราย สำเร็จการศึกษาระดับ  
ปริญญาตรีและ/หรือสูงกว่าระดับปริญญาตรี



มีค่าใช้จ่ายการวิจัยและพัฒนา 141.7 ล้านบาท  
(0.3% ของรายได้รวม) ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565

## ศูนย์วิจัยและพัฒนา (Research and Development Center)

เน้นที่อาหารสัตว์และสุขภาพสัตว์ ปศุสัตว์  
ผลิตภัณฑ์อาหาร และบรรจุภัณฑ์เป็นหลัก

## ศูนย์นวัตกรรมเกษตร (Agro Innovation Center)

เน้นที่การปรับปรุงอาหารสัตว์ การคิดค้น  
การผสมผสานโภชนาการและวัตถุดิบ

## ศูนย์นวัตกรรมอาหาร (Food Innovation Center)

เน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมอาหาร  
และการค้นคว้าวิจัยเทคโนโลยี  
การแปรรูปอาหารและเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ที่  
ทันสมัย

## ศูนย์นวัตกรรมสัตว์เลี้ยง (Pet Innovation Center)

เน้นที่การปรับปรุงผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง ซึ่งรวมถึง  
อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยง และขนม  
ขบเคี้ยวสำหรับสัตว์เลี้ยง

### ตัวอย่างกรณีที่ประสบความสำเร็จ

- เทคโนโลยีการตรวจสอบเชื้อก่อโรคในอาหาร  
→ สามารถลดการสูญเสียในกระบวนการ  
ผลิตของบริษัทฯ อันเนื่องมาจากเชื้อโรคใน  
อาหารจากร้อยละ 2.0 ในปี 2563 เป็นร้อย  
ละ 0.6 ในปี 2564

- อาหารโปรตีนต่ำสำหรับสุกร → ช่วย  
พัฒนาสุขภาพสุกรและอัตราการ  
เจริญเติบโต; ลดต้นทุนอาหารสัตว์ของ  
บริษัทฯ ได้ ~3% เมื่อเปรียบเทียบกับอาหาร  
สุกรสูตรดั้งเดิมของบริษัท

- ผลิตภัณฑ์ S-Pure → แบนด์แรกของโลก  
ซึ่งได้รับการรับรอง “การเลี้ยงโดยไม่ใช้ยา  
ปฏิชีวนะ” (Raise Without Antibiotics หรือ  
RWA) โดย NSF International
- ผลิตภัณฑ์โปรตีนทางเลือก → เปิดตัว  
ผลิตภัณฑ์โปรตีนทางเลือกที่ทำจากพืช  
ภายใต้แบรนด์ “Meatly!” เมื่อเดือน  
พฤษภาคม 2565

- ผลิตภัณฑ์อาหารประกอบการรักษาโรค  
สำหรับสัตว์เลี้ยง (Therapeutic Pet Food  
Products) → อาหารสำหรับสุนัขโรคไต  
อาหารสำหรับสุนัขและแมวที่น้ำหนักตัวมาก  
เกินไป

# 4 มุ่งหน้าสร้างโอกาสการเติบโตใหม่ (New S-Curve)

ร่วมลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ เพื่อต่อยอดโอกาสเติบโตอย่างก้าวกระโดด



ทีมงานด้าน New Ventures ที่นำทีมโดยอดีต Engagement Manager ของ McKinsey ที่มีประสบการณ์



นายชยธร แท้ไพสิจพงษ์

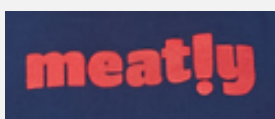
รองประธานฝ่ายกลยุทธ์องค์กรและพัฒนารัฐกิจ

ปัจจุบัน นายชยธร ดำรงตำแหน่งรองประธานฝ่ายกลยุทธ์องค์กรและพัฒนารัฐกิจของบริษัทฯ และกรรมการผู้จัดการ บริษัท เบทาโกร เวเนเจอร์ส จำกัด

โดยนายชยธรเคยทำงานในตำแหน่ง Engagement Manager ของบริษัทแมคเคนซี แอนด์ คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด และจบการศึกษาระดับปริญญาตรีทางด้านวิทยาศาสตร์สาขาการเงินและเศรษฐศาสตร์การเมืองระหว่างประเทศจากมหาวิทยาลัยจอร์จทาวน์

## VENTURE BUILDING

- บริษัทฯ ได้เปิดตัวธุรกิจบริการขนส่งสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ **Kerry Cool** ซึ่งเป็นการร่วมค้ากับ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในเดือนพฤศจิกายน 2564
- บริษัทฯ ได้เปิดตัวธุรกิจโปรตีนทางเลือกจากพืชของบริษัทฯ ภายใต้แบรนด์ **Meatly!**



## VENTURE CAPITAL

- มีการจัดสรรเงินทุนโดยรวมประมาณ **900 ล้านบาท** สำหรับปี 2565 ถึงปี 2569 เพื่อร่วมลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ

# 5 กระบวนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

รูปแบบธุรกิจที่ลดการลงทุนเป็นเจ้าของสินทรัพย์โดยบริษัทฯ (Asset-light investment model)



การเกษตรแบบพันธสัญญาทำให้บริษัทฯ ไม่ต้องลงทุนเป็นเจ้าของสินทรัพย์  
ซึ่งช่วยกระจายและสร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชน



- กว่า 4,000 ฟาร์ม ทั่วประเทศไทย
- บริษัทฯ ให้การสนับสนุนทางด้านอาหารสัตว์ ปศุสัตว์ และอาหารเสริมในขณะทีเกษตรกรเป็นเจ้าของที่และลงทุนในโรงเรือน

กลยุทธ์ Agro Total Solution strategy ช่วยสนับสนุนเกษตรแบบมีพันธสัญญา  
ด้วยการให้การสนับสนุนอย่างเต็มรูปแบบ



- ให้การสนับสนุนอย่างครบวงจรแก่เกษตรกรแบบมีพันธสัญญาของบริษัทฯ **ตลอด** ช่วงระยะเวลาของการทำปศุสัตว์
- การให้บริการให้คำปรึกษา เช่น การให้คำแนะนำการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในฟาร์ม การให้คำแนะนำด้านราคาและคุณภาพของอาหารสัตว์
- ให้บริการฝึกอบรมพนักงานและการให้คำปรึกษาเพื่อสร้างแนวความคิดการสร้างกระแสรายได้ใหม่



# 5 การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

การเพิ่มประสิทธิภาพของทีมงานและบุคลากร และการจัดซื้อจัดจ้าง ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน

## กลยุทธ์ People Transformation

1 เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรผ่านโครงการฝึกอบรม

Reskill & Upskill เพื่อเพิ่มผลิตภาพของแรงงาน

Leadership Capability เพิ่มความเป็นผู้นำให้แก่พนักงาน

2 ปรับองค์กรและ KPI เพื่อวัดประสิทธิภาพ

“Lean organization” เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

จัดทำ KPI ใหม่ ซึ่งรวมถึง KPI ทางด้านการขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (data driven) และการ digitalization

3 ส่งเสริม PIPIQ เพื่อสร้างวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการสร้างประสิทธิภาพ

P: Professional  
I: Integrity  
P: People Centric  
I: Innovation  
Q: Quality

พัฒนาความสามารถทางด้านดิจิทัลเพื่อสนับสนุน digital transformation และการเป็น data-driven organization

## เพิ่มประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทานและขั้นตอนการจัดซื้อ



การลงทุนในพลังงานที่ยั่งยืน

สร้างความยืดหยุ่น (Resilience) ต่อการเพิ่มขึ้นของราคาพลังงานโดยการลงทุนในโครงการพลังงานแสงอาทิตย์



ระบบการบริหารจัดการวัตถุดิบที่ดี

บริหารสินค้าคงเหลือให้เพียงพอในกรณีเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ

บริหารความเสี่ยงจากความผันผวนและการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ

# 6 คณะผู้บริหารและคณะกรรมการฯ ที่มีวิสัยทัศน์และมากด้วยประสบการณ์

คณะกรรมการบริษัท



**นายบุญทักษ์ หวังเจริญ**

ประธานคณะกรรมการบริษัท

และกรรมการอิสระ



**ดร. วชิรศักดิ์ กอนันตกุล**

กรรมการอิสระ / ประธาน  
คณะกรรมการบรรษัทภิบาล  
และการพัฒนาอย่างยั่งยืน /  
กรรมการตรวจสอบ



**นายวินิจ ศิลามงคล**

กรรมการอิสระ / ประธาน  
คณะกรรมการตรวจสอบ /  
กรรมการบรรษัทภิบาล  
และการพัฒนาอย่างยั่งยืน



**นางทองอร่า ลัมปิติ**

กรรมการอิสระ / ประธาน  
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง /  
กรรมการตรวจสอบ / กรรมการ  
สรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน



**นายพี สุจริตกุล**

กรรมการอิสระ / ประธาน  
คณะกรรมการสรรหา  
และพิจารณาค่าตอบแทน /  
กรรมการบริหารความเสี่ยง



**นายอนิส แต่ไพสิฐพงษ์**

กรรมการบริษัท /  
กรรมการบริหารความเสี่ยง /  
กรรมการบรรษัทภิบาล  
และการพัฒนาอย่างยั่งยืน



**นายสิขจุ แต่ไพสิฐพงษ์**

กรรมการบริษัท / กรรมการ  
บรรษัทภิบาลและการพัฒนา  
อย่างยั่งยืน



**นางสาวกนอมวงศ์ แต่ไพสิฐพงษ์**

กรรมการบริษัท / กรรมการ  
สรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน



**นางศิริวรรณ อินทรกำรชัย**

กรรมการบริษัท /  
กรรมการบริหารความเสี่ยง



**ดร. เปรมรัตน์ แต่ไพสิฐพงษ์**

กรรมการบริษัท



**นางสาวปิยากรณ์ แต่ไพสิฐพงษ์**

กรรมการบริษัท

# 6 คณะผู้บริหารและคณะกรรมการฯ ที่มีวิสัยทัศน์และมากด้วยประสบการณ์

คณะผู้บริหารระดับสูง



● ประสบการณ์ในอุตสาหกรรม (ปี)



**นายวสิษฐ เต้โฬสิฐพงษ์**

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการผู้จัดการใหญ่

34+



**นายสมศักดิ์ บุญลาก**

ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม

34+



**นายไตรรัตน์ ทองปลอด**

ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ กลุ่มธุรกิจโปรตีน

32+



**Dr. Oliver Gottschall**

ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ กลุ่มธุรกิจอาหาร

19+



**นายสมชาย ศุกปีติพร**

ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ กลุ่มธุรกิจสัตว์เลี้ยง

32+



**นายวรุตม์ วนิชกุลบดี**

ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ กลุ่มธุรกิจต่างประเทศ

33+



**นางศิริวรรณ อันทรกำรรชัย**

ประธานเจ้าหน้าที่กลุ่มงานบริหารการเงิน

33+



**นางสาวนอมวงศ์ เต้โฬสิฐพงษ์**

ประธานเจ้าหน้าที่กลุ่มงานบริหารส่วนกลาง

43+



**Mr. Tependra Lohumi**

ประธานเจ้าหน้าที่กลุ่มงานเทคโนโลยีและดิจิทัล

13+



**นายชาติชาย สือกุลวิฒนะชัย**

ประธานเจ้าหน้าที่กลุ่มงานพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต

43+

# 6 คณะผู้บริหารและคณะกรรมการฯ ที่มีวิสัยทัศน์และมากด้วยประสบการณ์

ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)



## มิติด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ



การนำเทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์มาทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้า (8% ของการใช้พลังงานทั้งหมดในปี 2564)



ในปี 2564 บริษัทฯ และบริษัทย่อย สามารถลดการสูญเสียน้ำในระบบการผลิต และลดการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ได้ถึง 7% เมื่อเทียบกับปี 2563



## มิติด้านสังคม



ผลิตภัณฑ์ S-Pure เป็นทางเลือกแหล่งโปรตีนที่ปลอดภัยและได้คุณภาพและสนับสนุนสวัสดิภาพสัตว์



ควารางวัล CSR-DIW award ประจำปี 2563 จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม



พัฒนาชุมชนเชิงพื้นที่แบบองค์รวม (Holistic Area-Based Community Development) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน



## มิติด้านการกำกับดูแลกิจการ



การกำกับดูแลที่เข้มแข็ง อันเห็นได้จากรางวัลต่าง ๆ ที่ได้รับมากมาย



ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านอาหาร

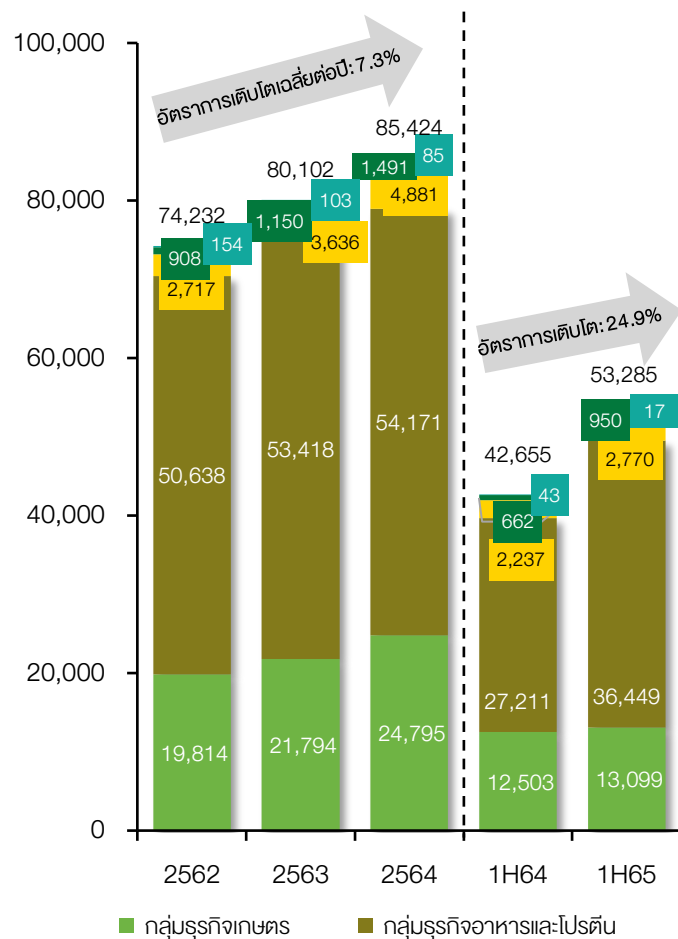


นโยบายองค์กรที่มุ่งเน้นให้มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ปราศจากการทุจริตและการคอร์รัปชัน

## 4. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

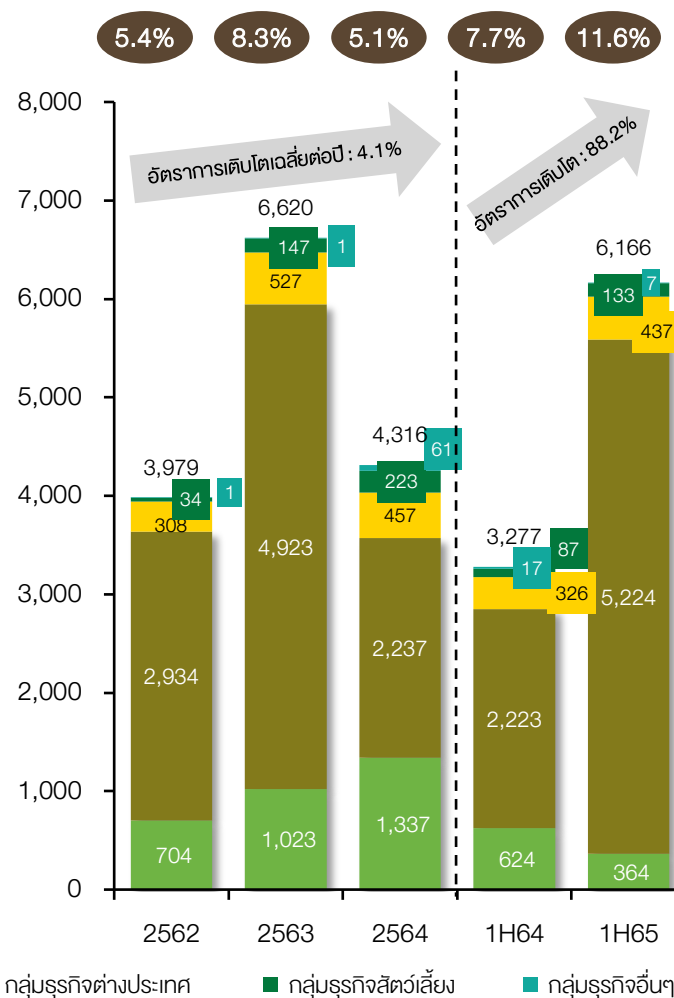
## รายได้<sup>(1)</sup>

(ล้านบาท)



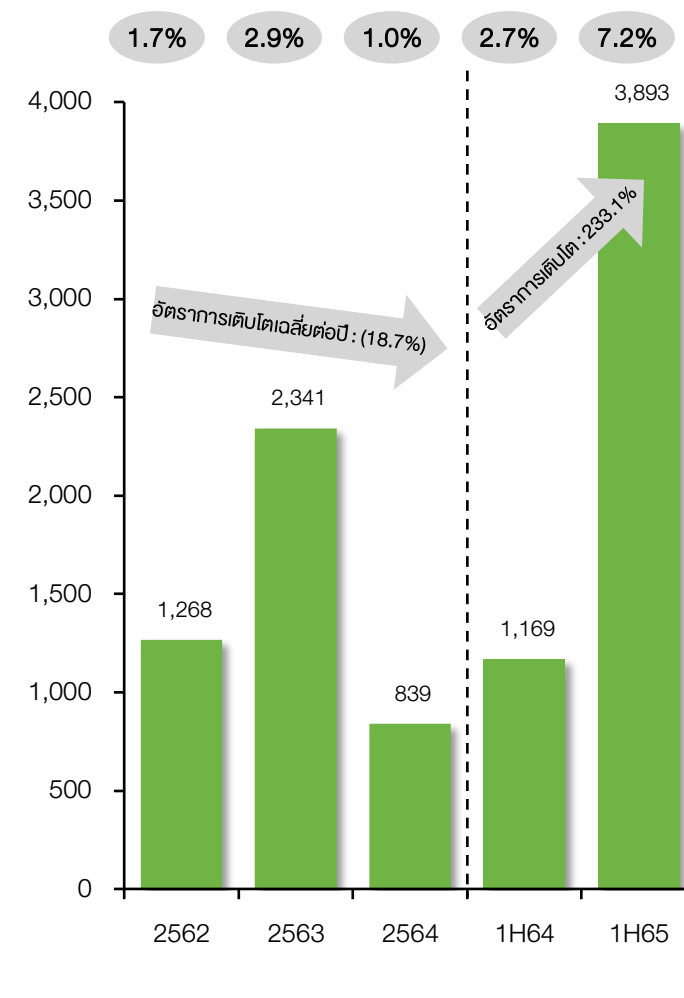
## Adj. EBITDA<sup>(2)</sup>

(ล้านบาท)



## กำไรสุทธิ

(ล้านบาท)



● อัตรากำไร Adj. EBITDA

● อัตรากำไรสุทธิ

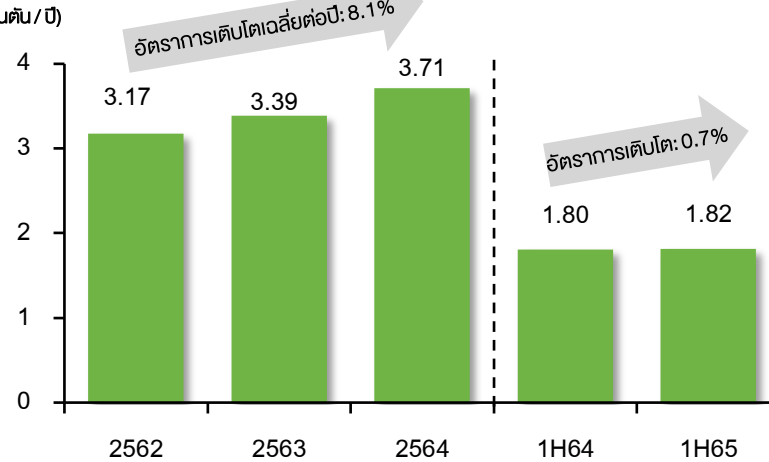
(1) รายได้ข้อย่อยจากรายได้จากการขายสินค้าและบริการ

(2) รวมกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจของทุกกลุ่มธุรกิจ

- การเพิ่มขึ้นของรายได้ เป็นไปตามกลยุทธ์ "Agro Total Solution" ของ บริษัทฯ และมีสาเหตุหลัก มาจากการเพิ่มขึ้นของ ราคาผลิตภัณฑ์อาหาร สัตว์ตามการเพิ่มขึ้นของ ราคาของวัตถุดิบหลัก
- Adj. EBITDA สำหรับช่วง ครึ่งปีแรกของปี 65 ลดลง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของ ราคาวัตถุดิบหลัก เช่น ข้าวโพดและกากถั่วเหลือง

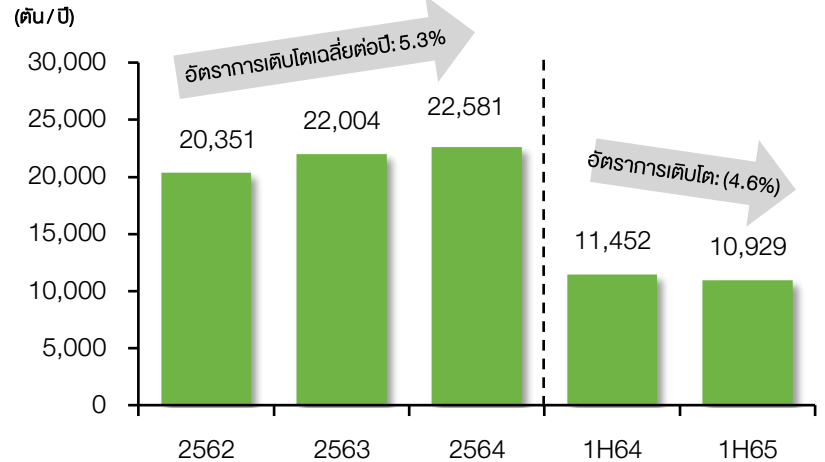
## กลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์

(ล้านบาท/ปี)



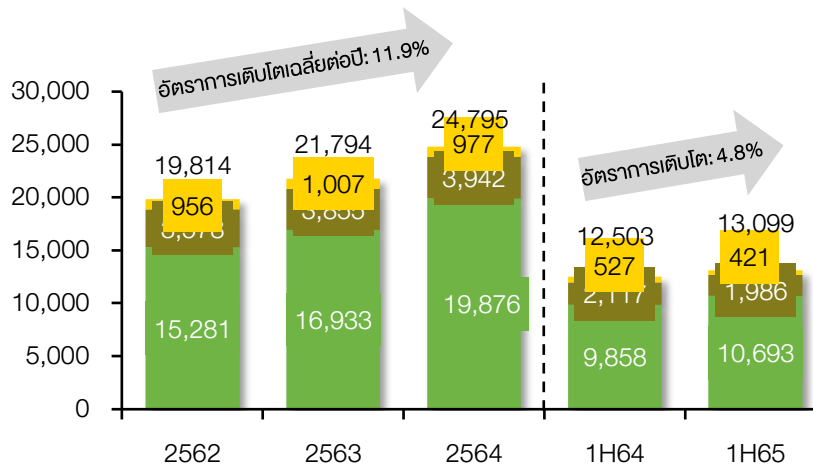
## กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสัตว์

(ล้านบาท/ปี)



## รายได้<sup>(1)</sup>

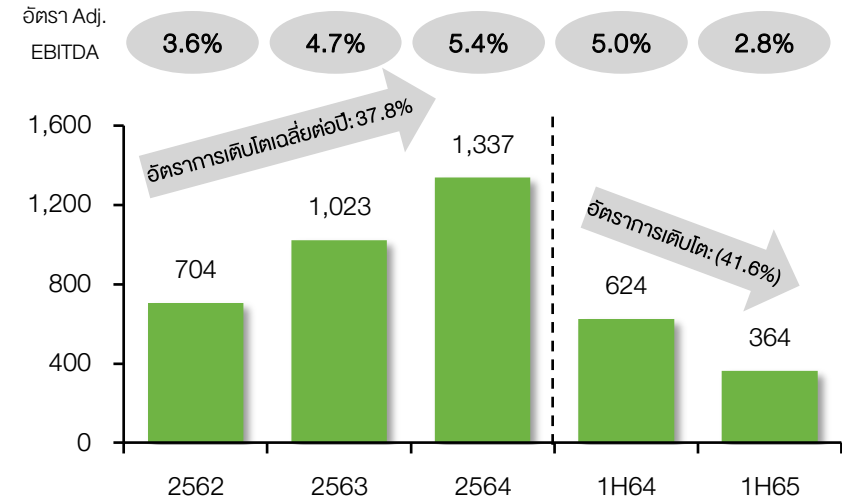
(ล้านบาท)



■ กลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์ ■ กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสัตว์ ■ กลุ่มธุรกิจอื่นๆ

## Adj. EBITDA<sup>(2)</sup>

(ล้านบาท)



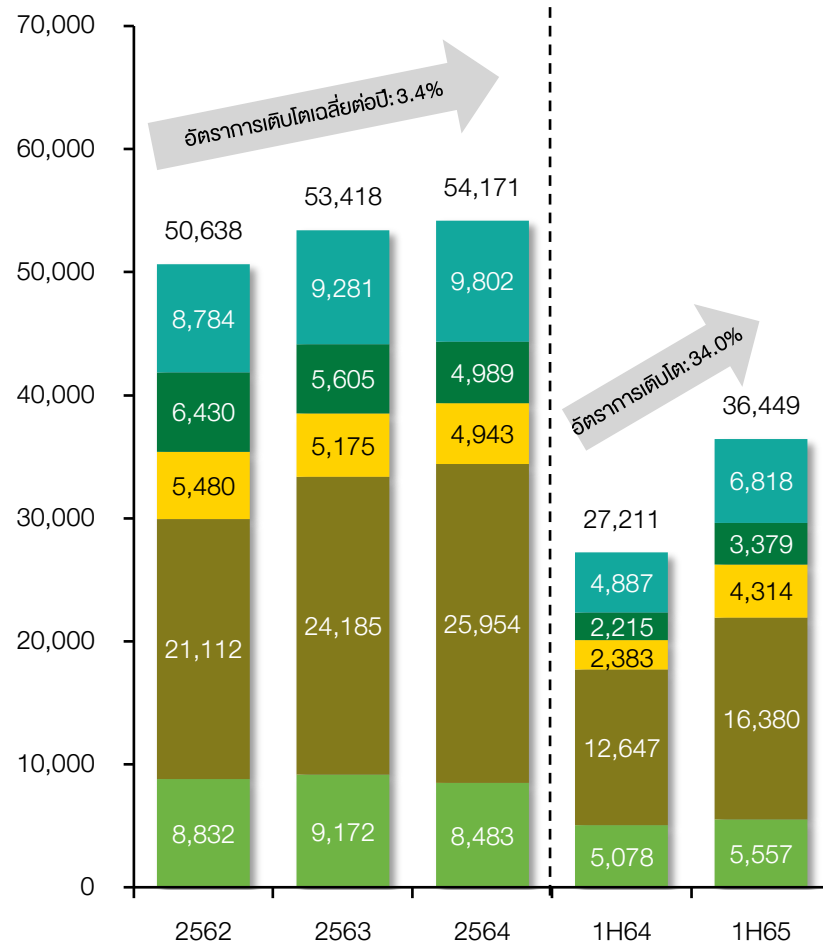
(1) รายได้ = รายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการ

(2) กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ ซึ่งคำนวณจากกำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ

- รายได้สำหรับช่วงครึ่งปีแรกของปี 65 เติบโตร้อยละ 34 จากช่วงครึ่งปีแรกของปี 64 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นไปตามกลยุทธ์ของบริษัทฯ ซึ่งมีสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Product) ที่มากขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ที่มีบรรจุภัณฑ์อาหารแปรรูป และเนื้อสัตว์แปรรูป
- Adj. EBITDA สำหรับช่วงครึ่งปีแรกของปี 65 เพิ่มขึ้นจากช่วงครึ่งปีแรกของปี 64 มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของราคาขายสินค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไก่ ไก่โกโก้ เนื้อสัตว์แปรรูปและอาหารแปรรูป

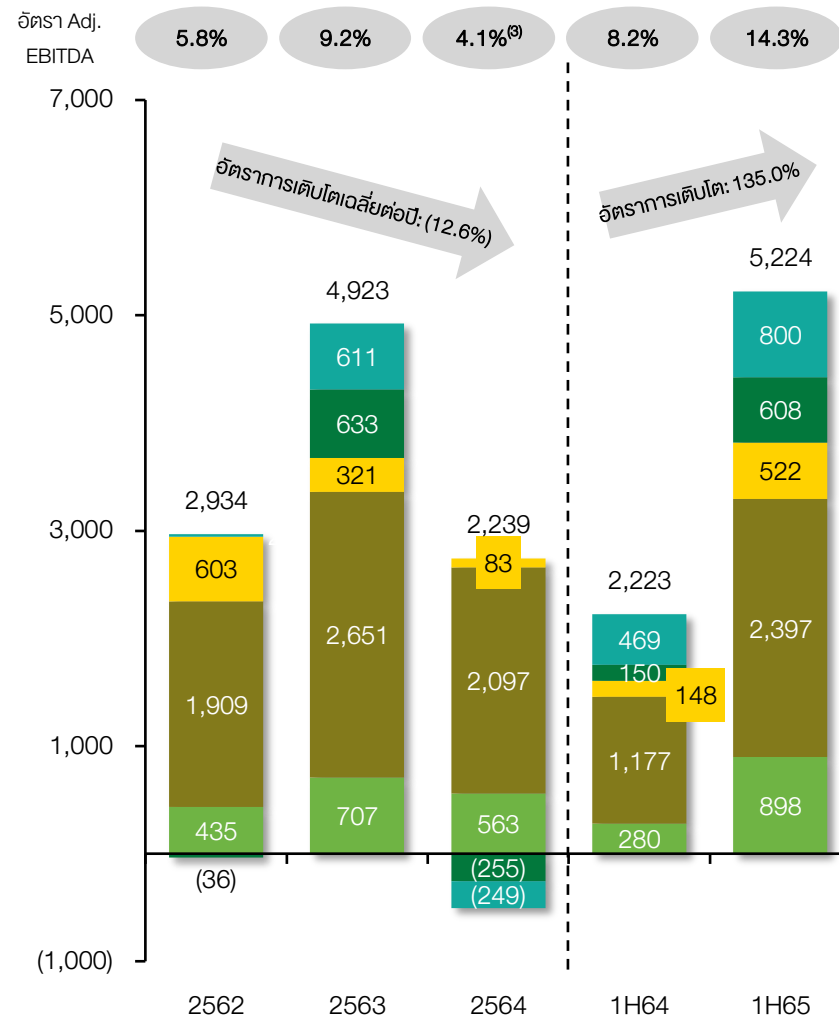
รายได้<sup>(1)</sup>

(ล้านบาท)



Adj. EBITDA<sup>(2)</sup>

(ล้านบาท)



■ กลุ่มธุรกิจส่งออก ■ กลุ่มธุรกิจอาหารเพื่อผู้บริโภค ■ กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชนิดไม่แปรรูป ■ กลุ่มธุรกิจปศุสัตว์ ■ กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์จากสัตว์และผลิตภัณฑ์พลอยได้และอาหารอื่นๆ

(1) รายได้ = รายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการ

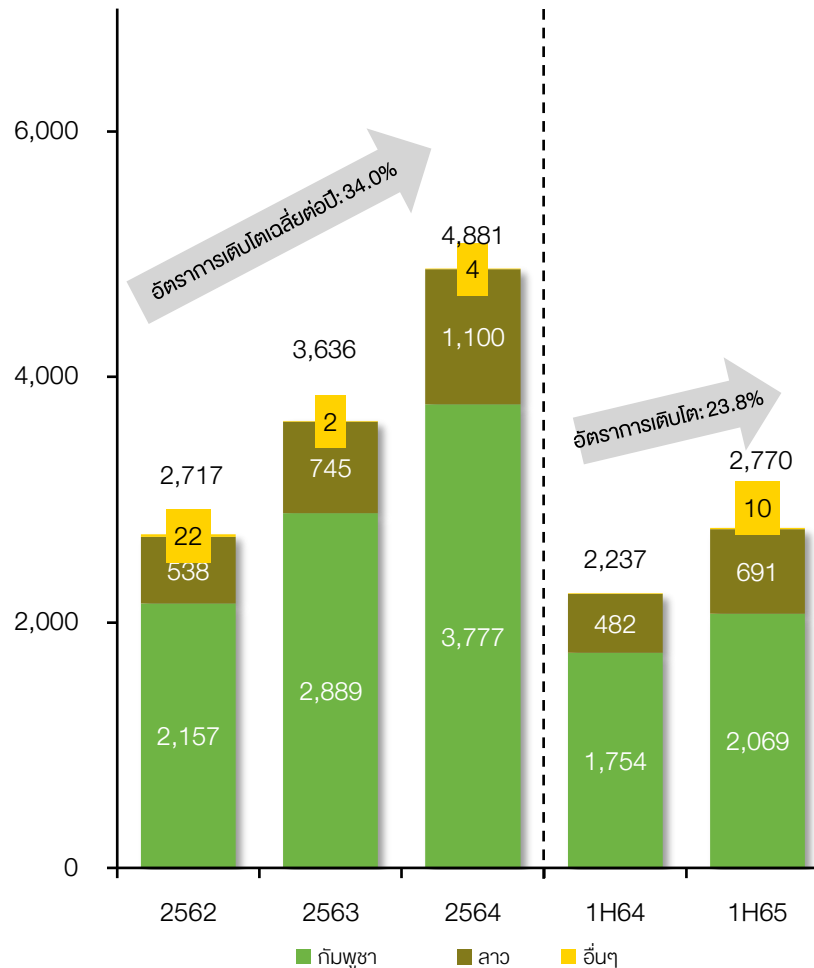
(2) กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ ซึ่งคำนวณจากกำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานของยอดขายสินค้าและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ

(3) COVID IMPACT

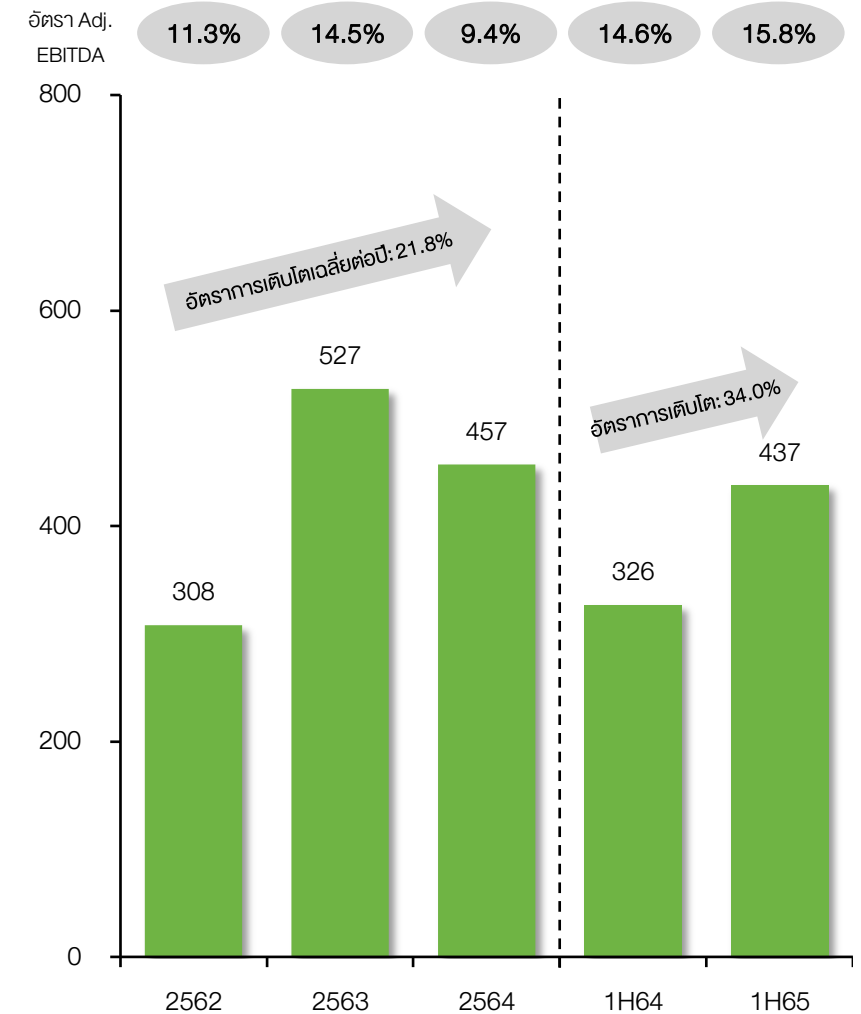


- รายได้สำหรับช่วงครึ่งปีแรกของปี 65 เติบโตร้อยละ 23.8 จากช่วงครึ่งปีแรกของปี 64 มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของราคาขายอาหารสัตว์และราคาขายสัตว์ที่มีชีวิตในประเทศกัมพูชาและลาว
- Adj. EBITDA สำหรับช่วงครึ่งปีแรกของปี 65 เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.0 จากช่วงครึ่งปีแรกของปี 64 เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้อื่น
- โดยการเพิ่มขึ้นของรายได้อื่นเป็นผลมาจากการปรับปรุงรายการกำไรจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ชีวภาพสำหรับสุกรขุน

รายได้<sup>(1)</sup>  
(ล้านบาท)



Adj. EBITDA<sup>(2)</sup>  
(ล้านบาท)



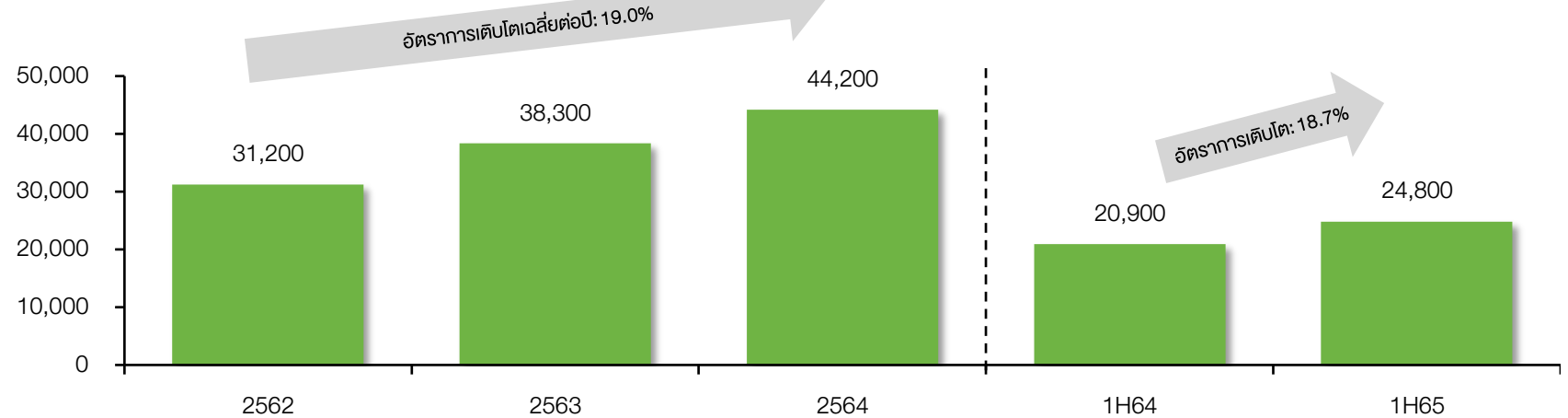
(1) รายได้ = รายได้จากขายสินค้าและบริการ

(2) กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ ซึ่งคำนวณจากกำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานโดยหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ

- รายได้สำหรับช่วงครึ่งปีแรกของปี 65 เติบโตร้อยละ 43.5 จากช่วงครึ่งปีแรกของปี 64 เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการขายและราคาขายอาหารสัตว์เลี้ยง ซึ่งสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของปริมาณการผลิต
- Adj. EBITDA และอัตรา Adj. EBITDA เพิ่มขึ้นเนื่องมาจากการเพิ่มปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ที่ให้อัตรากำไรสูง และการได้ประโยชน์ส่วนหนึ่งจากการเพิ่มขึ้นเล็กน้อยของราคาต้นทุนวัตถุดิบ

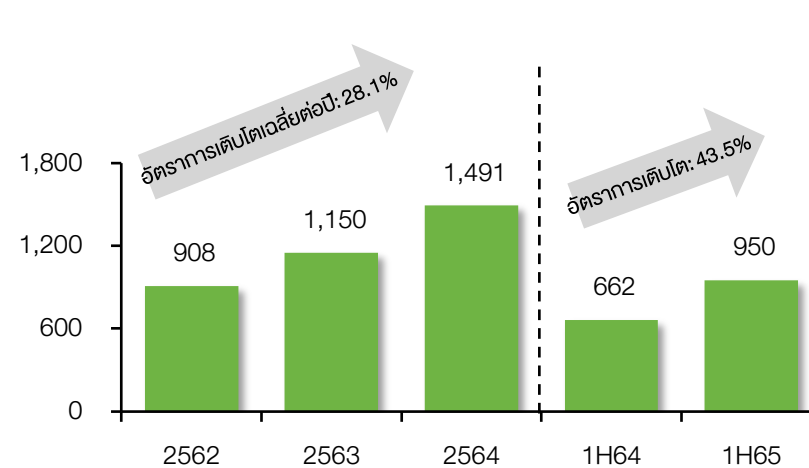
## กลุ่มธุรกิจสัตว์เลี้ยง - ปริมาณการขาย

(ตัน/ปี)



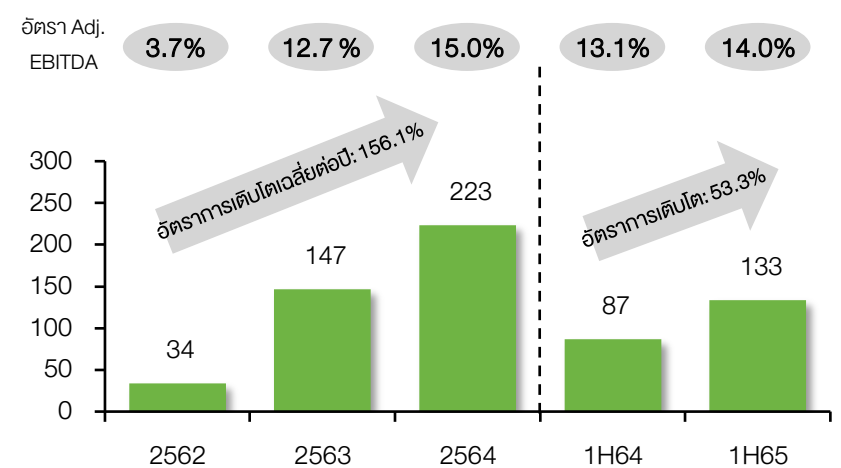
## รายได้ของกลุ่มธุรกิจสัตว์เลี้ยง<sup>(1)</sup>

(ล้านบาท)



## Adj. EBITDA ของกลุ่มธุรกิจสัตว์เลี้ยง<sup>(2)</sup>

(ล้านบาท)



(1) รายได้ = รายได้จากยอดขายสินค้าและการให้บริการ

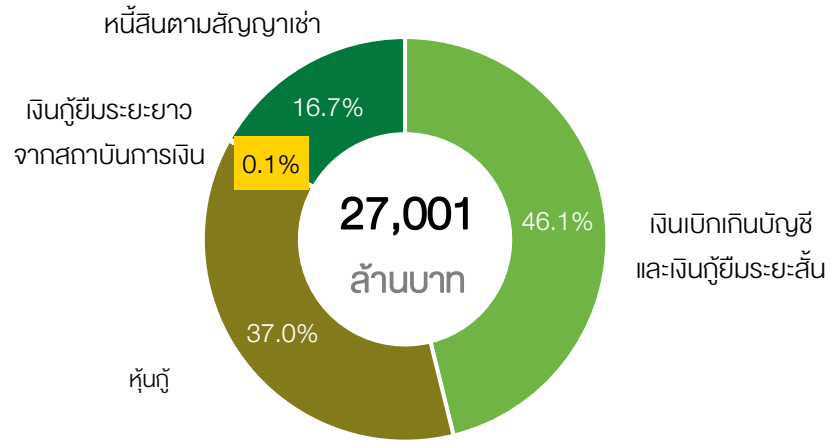
(2) กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ ซึ่งคำนวณจากกำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานบดด้วยค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ

# ภาพรวมข้อมูลทางการเงิน – ฐานะทางการเงิน และภาระหนี้สิน



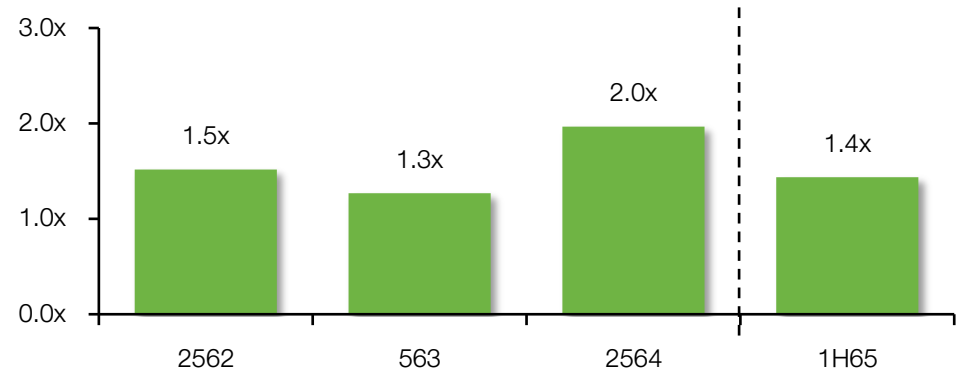
## รายละเอียดหนี้สินที่มีการดอกเบี้ย<sup>(1)</sup>

(ล้านบาท)



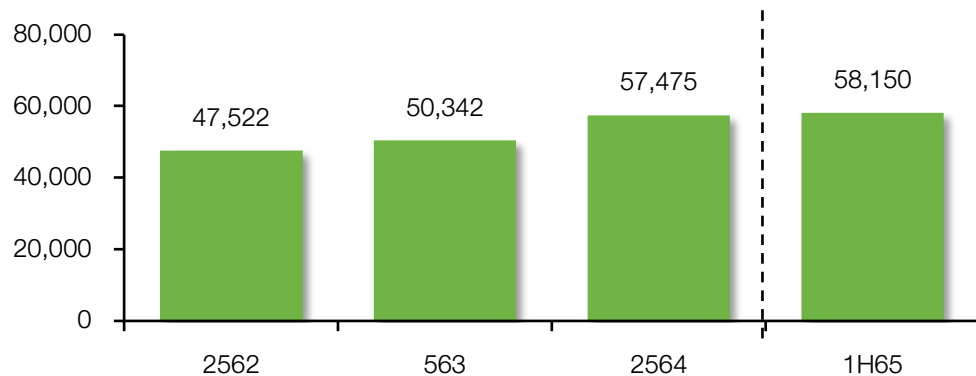
## อัตราส่วนหนี้สินที่มีการดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น<sup>(2)</sup>

(เท่า)



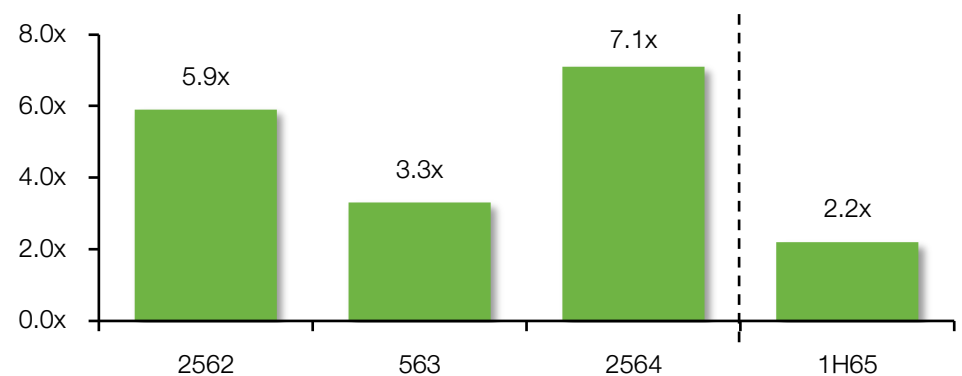
## สินทรัพย์รวม

(ล้านบาท)



## อัตราส่วนหนี้สินที่มีการดอกเบี้ยต่อ Adj. EBITDA<sup>(3)(4)</sup>

(เท่า)



ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2565 ได้มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ก่อนการ IPO เป็นจำนวนรวม 10,500 ล้าน โดยคณะกรรมการบริษัทกำหนดวันกำหนดครายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิ์ได้รับเงินปันผลระหว่างกาล (record date) เป็นวันที่ 14 ตุลาคม 2565 และกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 27 ตุลาคม 2565

(1) ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565

(2) อัตราส่วนหนี้สินที่มีการดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น คำนวณจากหนี้สินที่มีการดอกเบี้ยหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

(3) อัตราส่วนหนี้สินที่มีการดอกเบี้ยต่อ Adj. EBITDA ของทุกกลุ่มธุรกิจ คำนวณจากหนี้สินที่มีการดอกเบี้ย หารด้วย Adj. EBITDA ของทุกกลุ่มธุรกิจ โดย Adj. EBITDA คำนวณจากกำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานบวกด้วยค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายตามกลุ่มธุรกิจ

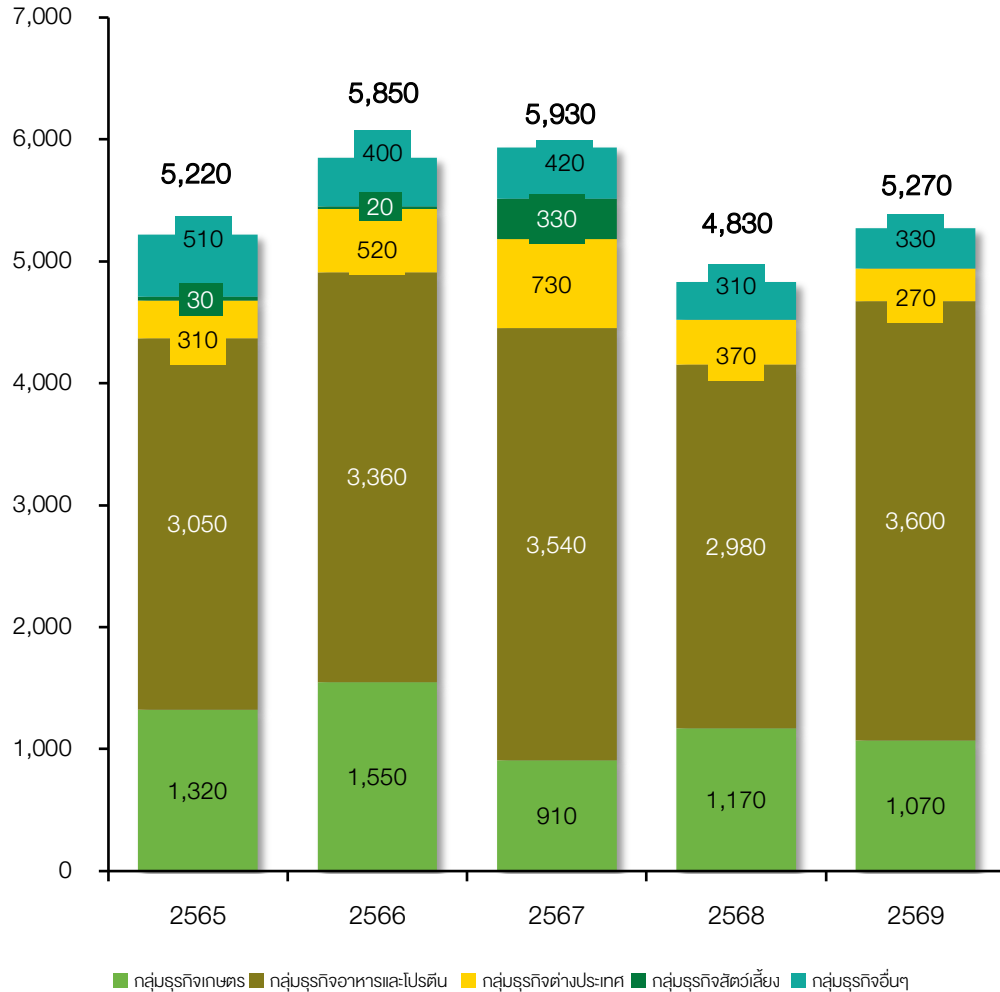
(4) อัตราส่วนอ้างอิงจาก Adjusted EBITDA สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 ที่ปรับเป็นข้อมูลเต็มปี (annualised)

# ภาพรวมข้อมูลทางการเงิน – แผนการลงทุน วัตถุประสงค์การใช้เงิน และนโยบายการจ่ายเงินปันผล



## แผนการลงทุน

(ล้านบาท)



## วัตถุประสงค์การใช้เงินที่ได้รับจากการระดมทุน

1. ใช้เป็นเงินทุนในการเข้าซื้อและ/หรือก่อสร้างฟาร์มและโรงงานแห่งใหม่ประมาณ 8,000 ล้านบาท
2. ชำระหนี้สินระยะสั้นและ/หรือระยะยาวของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยของบริษัทฯ ให้แก่สถาบันการเงินหลายแห่ง<sup>(1)</sup> ประมาณ 8,960 – 10,500 ล้านบาท
3. ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการดำเนินงานของบริษัทฯ ไม่เกิน 1,021 ล้านบาท

## นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะกิจการหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและหลังจัดสรรทุนสำรองต่าง ๆ

(1) รวมถึงสถาบันการเงินบางแห่งซึ่งเป็น และ/หรือ มีความสัมพันธ์กับบริษัททางการเงิน ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้บริษัทฯ จะพิจารณาตามความเหมาะสมและประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ



## 5. สรุปข้อมูลการเสนอขาย

ผู้ออกหลักทรัพย์	บริษัท เบตาโกร จำกัด (มหาชน) หรือ BTG
ตลาดหลักทรัพย์	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)
กลุ่มอุตสาหกรรม	เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
หมวดธุรกิจ	อาหารและเครื่องดื่ม
จำนวนหุ้นสามัญที่เสนอขายตั้งต้น (Base Offering)	หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 434,800,000 หุ้น (ไม่เกินร้อยละ 21.7 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและชำระแล้วทั้งหมดหลัง IPO บนสมมติฐานว่ามีการใช้สิทธิซื้อหุ้นส่วนเกินเต็มจำนวน)
การจัดสรรหุ้นส่วนเกิน (Overallotment Option หรือ Greenshoe)	หุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 65,200,000 หุ้น (ไม่เกินร้อยละ 15.0 ของจำนวนหุ้นที่เสนอขายตั้งต้น หรือ ไม่เกินร้อยละ 3.3 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและชำระแล้วหลัง IPO บนสมมติฐานว่ามีการใช้สิทธิซื้อหุ้นส่วนเกินเต็มจำนวน)
ราคาเสนอขาย	40.00 บาทต่อหุ้น
มูลค่าการเสนอขาย (รวมการจัดสรรหุ้นส่วนเกิน)	20,000 ล้านบาท
ที่ปรึกษาทางการเงิน และ ผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่าย	 
ผู้จัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่าย	      
ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Overallotment Agent)	

# สัดส่วนการเสนอขายหุ้นเบื้องต้น



ประเภทนักลงทุน	จำนวนหุ้นที่เสนอขาย โดยประมาณ (หุ้น)	สัดส่วนของจำนวนหุ้น ที่เสนอขายทั้งหมด (ไม่รวมการจัดสรรหุ้นส่วนเกิน)
ผู้ลงทุนสถาบันที่เป็น Cornerstone Investors ที่จองซื้อในประเทศและในต่างประเทศ	182,144,000	41.9%
ผู้ลงทุนสถาบันที่จองซื้อในประเทศและในต่างประเทศ (Institutional Bookbuild)	54,156,000	12.5%
บุคคลตามดุลยพินิจของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์	150,500,000	34.6%
ผู้ถือหุ้นสามัญเดิมของบริษัทฯ	7,500,000	1.7%
บุคคลที่มีความสัมพันธ์ของบริษัทฯ	5,200,000	1.2%
พนักงานของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อยของบริษัทฯ	12,300,000	2.8%
ผู้มีอุปการคุณของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อยของบริษัทฯ	23,000,000	5.3%
<b>รวมจำนวนหุ้นที่เสนอขายตั้งต้น (ไม่รวมการจัดสรรหุ้นส่วนเกิน)</b>	<b>434,800,000</b>	<b>100.0%</b>
การจัดสรรหุ้นส่วนเกิน	65,200,000	
<b>รวมจำนวนหุ้นที่เสนอขายทั้งหมด (รวมการจัดสรรหุ้นส่วนเกิน)</b>	<b>500,000,000</b>	

# รายชื่อนักลงทุนสถาบันที่เป็นผู้ลงทุนหลักโดยเฉพาะเจาะจง (Cornerstone Investors)



รายชื่อผู้ลงทุนสถาบันที่เป็น Cornerstone Investors ที่จองซื้อในประเทศไทย	
รายชื่อผู้ลงทุนสถาบันที่เป็น Cornerstone Investors	จำนวนหุ้นที่ตกลงซื้อ (หุ้น)
1. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด	22,000,000
2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ทีเอสไอ จำกัด	15,000,000
3. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เกียรตินาคินภัทร จำกัด	10,000,000
4. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	8,300,000
5. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน พรินซิเพิล จำกัด	8,127,000
6. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูเอบี (ประเทศไทย) จำกัด	7,950,000
7. บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	7,500,000
8. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน บางกอกแคปปิตอล จำกัด	7,500,000
9. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน)	4,400,000
10. บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	3,750,000
11. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน วรธน จำกัด	3,750,000
12. บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน อีสัสสปริง (ประเทศไทย) จำกัด	3,750,000
<b>รวมผู้ลงทุนสถาบันที่เป็น Cornerstone Investor ที่จองซื้อในประเทศไทย</b>	<b>102,027,000</b>

จำนวนผู้ลงทุนสถาบันที่เป็น Cornerstone Investors ที่จองซื้อในประเทศไทย และในต่างประเทศ

มูลค่าและจำนวนหุ้นสามัญที่ผู้ลงทุนสถาบันที่เป็น Cornerstone Investors ได้ตกลงจะซื้อ

สัดส่วนการจัดสรรหุ้นสามัญให้แก่ ผู้ลงทุนสถาบันที่เป็น Cornerstone Investors ทั้งหมด

รายชื่อผู้ลงทุนสถาบันที่เป็น Cornerstone Investors ที่จองซื้อในต่างประเทศ	
รายชื่อผู้ลงทุนสถาบันที่เป็น Cornerstone Investors	จำนวนหุ้นที่ตกลงซื้อ (หุ้น)
1. Ghisallo Master Fund LP	9,481,000
2. The Segantii Asia-Pacific Equity Multi-Strategy Fund	9,481,000
3. Magna Umbrella Fund Plc	8,502,931
4. Eurizon Azioni Paesi Emergenti	7,364,900
5. Caas Capital Master Fund Lp	7,111,000
6. Dymon Asia Multi-Strategy Investment Master Fund	7,111,000
7. Regal Funds Management Asia Pte Ltd	7,111,000
8. Jump Trading Pacific Pte. Ltd.	4,741,000
9. Maven Investment Partners Ltd, Hong Kong Branch	4,741,000
10. Athos Asia Event Driven Master Fund	4,741,000
11. Evo Absolute Return Master Fund	4,741,000
12. Oaks Emerging Umbrella Fund Plc	2,874,069
13. Eurizon Fund Asian Equity Opportunities	2,116,100
<b>รวมผู้ลงทุนสถาบันที่เป็น Cornerstone Investors ที่จองซื้อในต่างประเทศ</b>	<b>80,117,000</b>

25 ราย

7,285,760,000 บาท หรือ 182,144,000 หุ้น

77.1%<sup>(1)</sup>

(1) คำนวณบนจำนวนหุ้นที่เสนอขายตั้งต้น (Base Offering) แก่ผู้ลงทุนสถาบันที่ประมาณ 263,300,000 หุ้น



# สรุปรายละเอียดการจองซื้อ ชำระเงิน และการคืนเงิน



<b>วันและเวลาจองซื้อ</b>	วันที่ 10, 11, 12 และ 17 ตุลาคม 2565 ในเวลา 09.00 – 16.00 น. (ตามเวลา วิธีการ และเงื่อนไขการจองซื้อที่ผู้จัดจำหน่ายหลักกริพย์แต่ละรายกำหนด)
<b>ราคาจองซื้อ</b>	ชำระเงินค่าจองซื้อครั้งเดียวเต็มจำนวนที่จองซื้อ โดยจะต้องชำระที่ราคา 40.00 บาทต่อหุ้น
<b>วิธีการจองซื้อ</b> (ตามวิธีการและเงื่อนไขที่ผู้จัดจำหน่ายหลักกริพย์แต่ละรายกำหนด)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. การจองซื้อโดยวิธีการออกรายละเอียดในใบจองซื้อ (Hard Copy) - ใบจองซื้อหุ้นสามัญ แบบ v. สำหรับบุคคลตามดุลยพินิจของผู้จัดจำหน่ายหลักกริพย์</li><li>2. การจองซื้อผ่านทางโทรศัพท์บันทึกเทป (Phone Sales)</li><li>3. การจองซื้อผ่านระบบออนไลน์ (Online) (ยกเว้นบริษัทหลักกริพย์ เกียรตินาคินภัทร จำกัด (มหาชน))</li></ol>
<b>วิธีการชำระค่าจองซื้อ</b> (ตามวิธีการและเงื่อนไขที่ผู้จัดจำหน่ายหลักกริพย์แต่ละรายกำหนด)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. การโอนเงิน (ยกเว้นการจองซื้อผ่านบริษัทหลักกริพย์ เกียรตินาคินภัทร จำกัด (มหาชน))</li><li>2. การโอนเงินผ่านระบบการโอนเงินอัตโนมัติ (Automatic Transfer System หรือ ATS)</li><li>3. การหักเงินฝากในบัญชีซื้อขายหลักกริพย์ของผู้จองซื้อ</li><li>4. เช็ค แคชเชียร์เช็ค (หรือที่เรียกว่า “เช็คธนาคาร”) หรือดราฟท์ (ยกเว้นการจองซื้อผ่าน บริษัทหลักกริพย์ เกียรตินาคินภัทร จำกัด (มหาชน))</li><li>5. สำหรับผู้จองซื้อผ่านบริษัทหลักกริพย์ เกียรตินาคินภัทร จำกัด (มหาชน) - การโอนเงิน หรือโดยเช็ค แคชเชียร์เช็ค หรือดราฟท์ ผู้จองซื้อดังกล่าวจะต้องชำระผ่านระบบ Bill Payment ที่ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)</li></ol>
<b>การคืนเงิน</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ จะดำเนินการให้มีการคืนเงินค่าจองซื้อหุ้นให้แก่ผู้จองซื้อ (ตามรายละเอียดและวิธีการในหนังสือชี้ชวน) ในกรณีที่<ol style="list-style-type: none"><li>1) ไม่ได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญ หรือ</li><li>2) ไม่ได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเนื่องมาจากการที่ไม่สามารถเรียกเก็บเงินค่าจองซื้อหุ้นตามเช็คที่จ่ายค่าจองซื้อหุ้น หรือปฏิบัติผิดเงื่อนไขการจองซื้อ หรือ</li><li>3) การยกเลิกการเสนอขายหุ้นสามัญ</li></ol></li><li>▪ จะดำเนินการคืนเงินค่าจองซื้อหุ้นในกรณีข้างต้นภายใน 10 วันทำการนับจากวันที่ 25 ตุลาคม 2565 (วันจองซื้อวันสุดท้ายสำหรับผู้จองซื้อทุกประเภท) ตามรายละเอียดในหนังสือชี้ชวน</li></ul>

## วันที่



5 ตุลาคม 2565 (วันนี้)



วันที่ 10 ตุลาคม 2565 (9.00 น.)

วันที่ 17 ตุลาคม 2565 (16.00 น.)



ต้นเดือนพฤศจิกายน 2565



ไม่เกิน 30 วันหลังวันแรกของการเข้าจดทะเบียนและซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ

## การเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) ของบริษัทฯ

งานแถลงข่าวและการนำเสนอข้อมูลการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO)

วันแรก ของการจองซื้อ

วันสุดท้าย ของการจองซื้อ

สำหรับผู้จองซื้อที่เป็น บุคคลตามดุลยพินิจของผู้จัดทำ  
จำหน่ายหลักทรัพย์ ผู้ถือหุ้นสามัญเดิมของบริษัทฯ บุคคล  
ที่มีความสัมพันธ์กับบริษัทฯ พนักงานและผู้มีอุปการคุณ  
ของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อยของบริษัทฯ<sup>(1)</sup>

เข้าจดทะเบียนและซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นวันแรก

ช่วงระยะเวลารักษาสถียรภาพของราคาหุ้น (Stabilization)

(1) ตามเวลา วิธีการ และเงื่อนไขการจองซื้อที่ตัวแทนจำหน่ายหุ้นกำหนด