



บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

# คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 3 ปี 2565





## สรุปผลการดำเนินงาน

หน่วย : ล้านบาท

ประจำไตรมาส 3	3M		ดีขึ้น หรือ (แย่งลง)	9M		ดีขึ้น หรือ (แย่งลง)
	3Q21	3Q22		9M21	9M22	
รายได้	1,186	1,546	360	3,401	4,133	732
ต้นทุน	(561)	(680)	(119)	(1,545)	(1,820)	(275)
กำไรขั้นต้น	625	866	241	1,856	2,313	457
กำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	52.7%	56.0%	3.3%	54.6%	56.0%	1.4%
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	(532)	(681)	(149)	(1,656)	(1,944)	(288)
กำไรสุทธิ - ส่วนของผู้เป็นเจ้าของ	95	158	63	218	328	110
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)	8.0%	10.2%	2.2%	6.4%	7.9%	1.5%

3M

9M

▶ **กำไรสุทธิในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 มีมูลค่า 158ลบ. เพิ่มขึ้น 63ลบ. เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากการขยายที่เพิ่มขึ้น มีการทำโปรโมชันภายใต้กรอบแนวคิด “less-but-more” และการควบคุมทางด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง โดยยอดขายที่เพิ่มขึ้น มาจากช่องทางซื้อกลับบ้าน และ รับประทานที่ร้าน ประกอบกับการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่องทางบริการจัดส่งอาหาร โดยที่ไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ได้รับผลกระทบจากมาตรการล็อกดาวน์เข้มงวดภายใต้สถานการณ์ไวรัส COVID-19

▶ **%กำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 เพิ่มขึ้น 3.3% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากอัตราส่วนกำไรที่เพิ่มขึ้นจาก การรับประทานที่ร้าน มีการทำโปรโมชันภายใต้กรอบแนวคิด “less-but-more” และมีระบบการผลิตที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้แก่สินค้า (lean production control)

▶ **รายได้ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 มีมูลค่า 1,546ลบ. เพิ่มขึ้น 30% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากธุรกิจร้านอาหารภายในประเทศ ที่เติบโตขึ้นจากร้านอาหารภายในศูนย์การค้าไฮเปอร์มาร์เก็ต และสนามบิน

**รับประทานที่ร้าน :** รายได้เพิ่มขึ้น 576% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากร้านอาหารภายใน ศูนย์การค้า และ สนามบิน

**ซื้อกลับบ้าน :** รายได้เพิ่มขึ้น 29% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการฟื้นตัวกลับคืนมาของร้านสาขาที่อยู่ในไฮเปอร์มาร์เก็ต

**บริการจัดส่งอาหาร :** รายได้เพิ่มขึ้น 9.4% เมื่อเทียบกับปีก่อน มาจากผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล ผลิตภัณฑ์อาหาร NPDs สินค้า snack boxes และ เป็นพันธมิตรที่แข็งแกร่งจากการร่วมมือกับ Food aggregator ต่าง ๆ

▶ **กำไรสุทธิใน 9 เดือนแรก ปี 2565 มีมูลค่า 328ลบ. เพิ่มขึ้น 110ลบ. เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากการฟื้นตัวของธุรกิจร้านอาหารภายในประเทศ การเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต และกำไรที่เพิ่มสูงขึ้นจากการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายและการควบคุมที่ดี

▶ **%กำไรขั้นต้นใน 9 เดือนแรก ปี 2565 เพิ่มขึ้น 1.4% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากการควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายอย่างใกล้ชิด ถึงแม้ว่าต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์จะมีการปรับตัวสูงขึ้นก็ตาม

▶ **รายได้ใน 9 เดือนแรก ปี 2565 มีมูลค่า 4,133ลบ. เพิ่มขึ้น 22% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากธุรกิจร้านอาหารทั้งภายในและต่างประเทศ โดยยอดขายที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจร้านอาหารภายในประเทศมาจากร้านสาขาภายในศูนย์การค้าไฮเปอร์มาร์เก็ต สนามบิน และ โรงพยาบาล

**รับประทานที่ร้าน :** รายได้เพิ่มขึ้น 90% เมื่อเทียบกับปีก่อน

**ซื้อกลับบ้าน :** รายได้เพิ่มขึ้น 11% เมื่อเทียบกับปีก่อน

**บริการจัดส่งอาหาร :** รายได้เพิ่มขึ้น 29% เมื่อเทียบกับปีก่อน ยอดขายเติบโตขึ้นเนื่องจาก 1) ความสะดวกในการสั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน S&P และ 1344 call center (เริ่มใช้งานในไตรมาสที่ 2 ของปีที่แล้ว) 2) พื้นที่ให้บริการครอบคลุมทุกย่านในกรุงเทพฯ 100% 3) เป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับ food aggregators 4) ผลักดันยอดขายของ snack boxes โดยมีร้าน DelTa เป็นตัวหลักในการขับเคลื่อน



## ความสำเร็จที่สำคัญในไตรมาสที่ 3 ปี 2565

- 1 ยอดขายเติบโตเพิ่มขึ้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล ผลิตภัณฑ์ใหม่ NPDs ผลิตภัณฑ์ snack boxes และลูกค้าองค์กร ผ่านช่องทางรับประทานที่ร้าน ซื้อมกลับบ้าน และบริการการจัดส่งอาหาร
- 2 ประสบความสำเร็จจากการควบคุมส่วนลดผ่านโฆษณาและโปรโมชั่นภายใต้แนวคิด less-but-more
- 3 สามารถลดผลกระทบจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 4 บริหารจัดการต้นทุนโรงงานโดยการควบคุมแรงงานการผลิต และลดค่าเสียหายในการผลิต
- 5 ยังคงบริหารควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายและมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพ

### จำนวนร้านอาหาร

ร้านอาหารและเบเกอรี่ (ณ วันที่ 30 ก.ย. 2565)	จำนวนสาขา	ประเทศไทย		ต่างประเทศ	
		Equity	Franchise	Equity	JV
S&P Restaurant	137	131	1	5	-
S&P Bakery Shop	282	280	2	-	-
S&P DeITA	32	32	-	-	-
Maisen	11	11	-	-	-
Umenohana	2	2	-	-	-
PATARA	8	1	-	3	4
PATIO	1	1	-	-	-
SNP Cake	1	1	-	-	-
Grand Seaside	1	1	-	-	-
<b>Total</b>	<b>475</b>	<b>460</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>4</b>

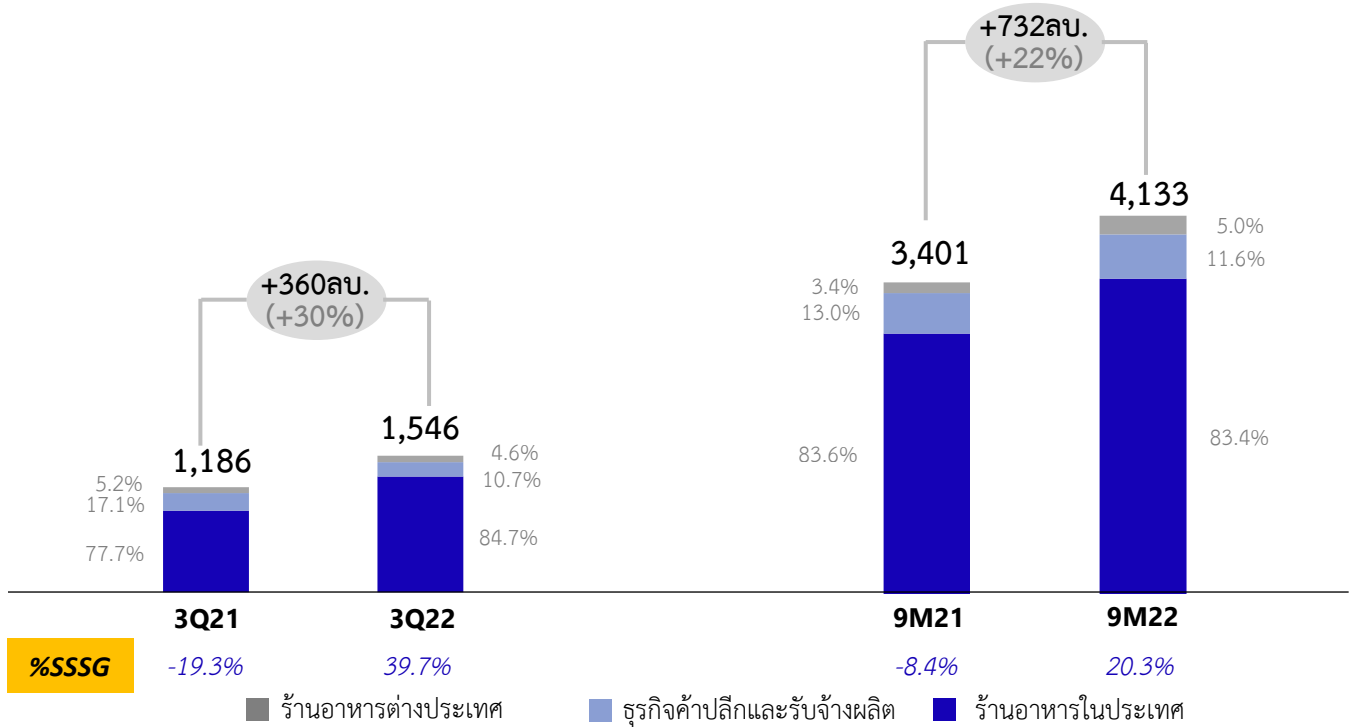




## การวิเคราะห์ทั้งงบกำไรขาดทุนของบริษัท


**รายได้**

หน่วย : ล้านบาท

**รายได้จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ**

**3M**
**9M**

รายได้ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 เท่ากับ 1,546ลบ. เพิ่มขึ้น 360ลบ. หรือ เพิ่มขึ้น 30% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากยอดขายที่เติบโตขึ้นในธุรกิจร้านอาหารในประเทศที่เพิ่มขึ้น 42% ธุรกิจร้านอาหารต่างประเทศเพิ่มขึ้น 14% ซึ่งชดเชยกับยอดขายของกลุ่มธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิตที่ลดลง 19%

รายได้ใน 9 เดือนแรก ปี 2565 เท่ากับ 4,133ลบ. เพิ่มขึ้น 732ลบ. หรือ เพิ่มขึ้น 22% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากการฟื้นตัวของยอดขายในการรับประทานที่ร้าน และการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่องทางบริการจัดส่งอาหาร ทั้งภายในและต่างประเทศ

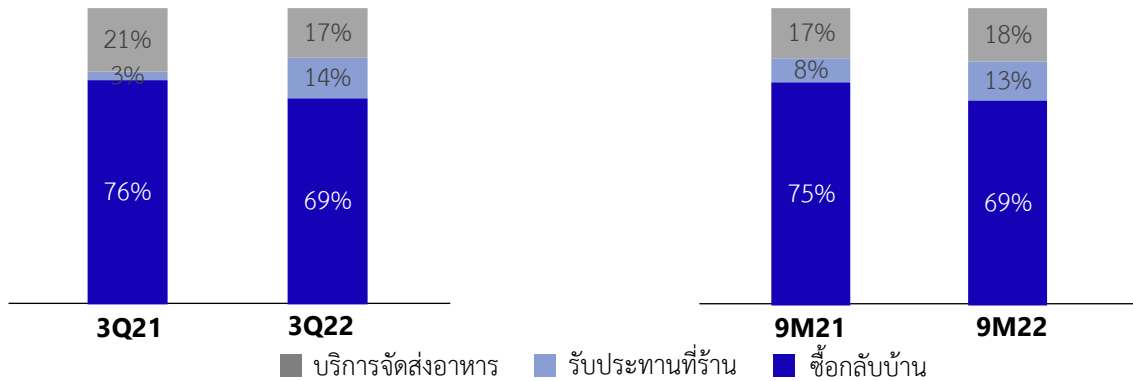
- ▶ **ร้านอาหารในประเทศ :** เพิ่มขึ้น 388ลบ. หรือ เพิ่มขึ้น 42% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเติบโตของยอดขายจากการรับประทานที่ร้าน การซื้อกลับบ้าน รวมถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่องทางบริการจัดส่งอาหาร โดยมีปัจจัยหลัก ๆ มาจากร้านสาขาภายใน ศูนย์การค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต และ สนามบิน
- ▶ **ธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต :** ลดลง 37ลบ. หรือ ลดลง 19% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง (Quick Meal) ที่ลดลง และลดการทำโปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 ของเค้กแช่แข็ง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายโปรโมชั่นในช่วงที่แนวคิด less-but-more
- ▶ **ร้านอาหารต่างประเทศ :** เพิ่มขึ้น 9ลบ. หรือ เพิ่มขึ้น 14% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากร้านอาหารในประเทศกัมพูชา

- ▶ **ร้านอาหารในประเทศ :** เพิ่มขึ้น 602ลบ. หรือ เพิ่มขึ้น 21% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเติบโตขึ้นในช่องทางรับประทานที่ร้าน ซื้อกลับบ้าน และ บริการจัดส่งอาหาร โดยมีปัจจัยหลักจากร้านสาขาภายในศูนย์การค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต สนามบิน และ โรงพยาบาล
- ▶ **ธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต :** เพิ่มขึ้น 37ลบ. หรือ เพิ่มขึ้น 8% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากผลิตภัณฑ์ OEM ในช่องทางรับจ้างผลิตสำหรับลูกค้ากลุ่ม Food Chain
- ▶ **ร้านอาหารต่างประเทศ :** เพิ่มขึ้น 91ลบ. หรือ เพิ่มขึ้น 79% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากร้านอาหารในประเทศกัมพูชา และอังกฤษ





### รายได้จำแนกตามสัดส่วนการขาย

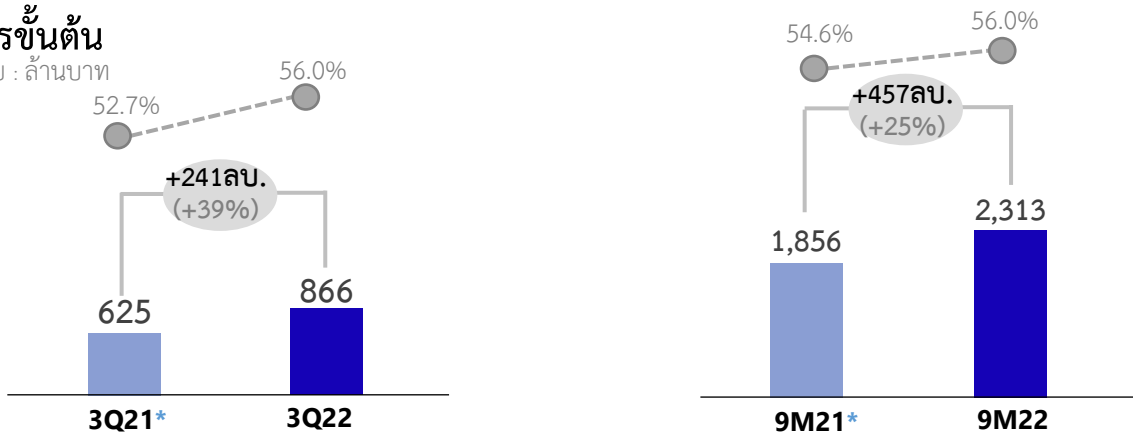


3M 9M

- รับประทานที่ร้าน** : รายได้ในไตรมาสที่ 3 เพิ่มขึ้น 576% เมื่อเทียบกับปีก่อน และรายได้ใน 9 เดือนแรก เพิ่มขึ้น 90.1% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากร้านอาหารภายในศูนย์การค้า สยามพิน และ โรงพยาบาล โดยรายได้ในไตรมาสที่ 3 และ รายได้ใน 9 เดือนแรก จำนวนบิลในร้านเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและยอดใช้จ่ายเฉลี่ยต่อบิลก็เพิ่มสูงขึ้นด้วย ทั้งนี้ในช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อนได้ปิดร้านไปกว่า 200 สาขาจากมาตรการล็อกดาวน์เข้มงวด ภายใต้สถานการณ์ไวรัส COVID-19
- ซื้อกลับบ้าน** : รายได้ในไตรมาสที่ 3 เพิ่มขึ้น 28.5% เมื่อเทียบกับปีก่อน และรายได้ใน 9 เดือนแรก เพิ่มขึ้น 10.7% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการฟื้นกลับมาของลูกค้าในทุก ๆ สาขา โดยเฉพาะสาขาในไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยมีรายได้หลักมาจากผลิตภัณฑ์ NPDs และ ผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล
- บริการจัดส่งอาหาร** : รายได้ในไตรมาสที่ 3 เพิ่มขึ้น 9.4% เมื่อเทียบกับปีก่อน และรายได้ใน 9 เดือนแรก เพิ่มขึ้น 29.4% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล ผลิตภัณฑ์ NPDs ผลิตภัณฑ์ snack boxes และเป็นพันธมิตรที่แข็งแกร่งจากการร่วมกับ food aggregators ต่าง ๆ

### กำไรขั้นต้น

หน่วย : ล้านบาท



3M

9M

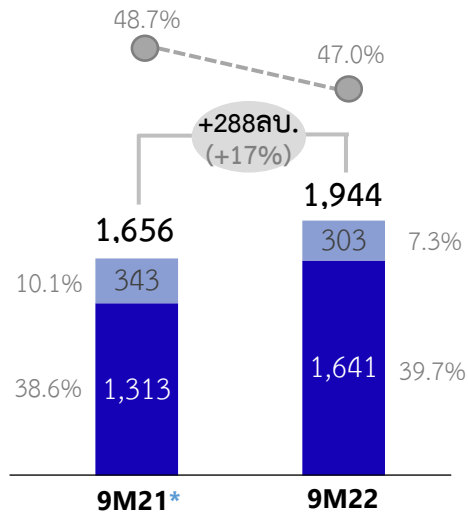
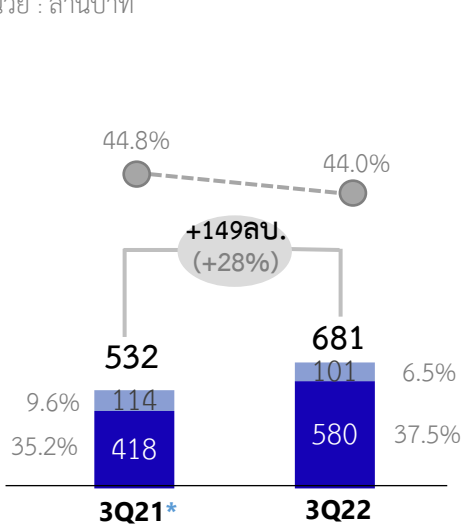
%กำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 เพิ่มขึ้น 3.3% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากอัตราส่วนกำไรที่เพิ่มสูงขึ้นจากยอดขายในการรับประทานที่ร้าน ซึ่งเติบโตเป็นอย่างมากกว่า 576% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมาจากร้านอาหารภายในศูนย์การค้า สยามพิน และ โรงพยาบาล การทำโปรโมชันภายใต้แนวคิด “less-but-more” และการออกแบบแคมเปญการตลาด ที่ทำให้ %ส่วนลดน้อยลง มีการทำ lean production ซึ่งถูกนำไปชดเชยในบางส่วนกับค่าต้นทุนราคาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่ปรับตัวสูงขึ้น

%กำไรขั้นต้นใน 9 เดือนแรก ปี 2565 เพิ่มขึ้น 1.4% เมื่อเทียบกับปีก่อน ถึงแม้ว่าต้นทุนราคาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เพิ่มสูงขึ้น แต่กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นโดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) การทำโปรโมชันตรงกลุ่มเป้าหมายภายใต้แนวคิด “less-but-more” และการออกแบบแคมเปญการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ซึ่งทำให้มี %ส่วนลด ที่ลดลง 2) มีอัตราส่วนกำไรที่เพิ่มสูงขึ้นจากยอดขายการรับประทานที่ร้าน 3) มีการเก็บสต็อกวัตถุดิบหลักตั้งแต่ปีที่แล้ว 4) มีการทำ lean production 5) มีการใช้ส่วนผสมอื่น ๆ มาทดแทน 6) ออกแบบเมนูใหม่ 7) ปรับราคาเท่าที่จำเป็นในบางเมนู

\* ปี 2564 : มีการปรับปรุงรายการ (Reclassify) ในส่วนของค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคภายในร้าน จากต้นทุนสินค้าไปยังต้นทุนในการจัดจำหน่าย



## + ÷ × = ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร หน่วย : ล้านบาท


■ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

■ ต้นทุนในการจัดจำหน่าย

**3M**
**9M**

**%ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565** เท่ากับ 44.0% หรือ ลดลง 0.8% เมื่อเทียบกับปีก่อน

▶ **%ต้นทุนในการจัดจำหน่าย ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565** เท่ากับ 37.5% ของยอดขาย หรือ เพิ่มขึ้น 2.3% เมื่อเทียบกับปีก่อน ต้นทุนในการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น 162 ลบ. เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นนี้ สอดคล้องกับยอดขายที่สูงขึ้น แม้ว่าค่าแรงและค่าเช่ามีการปรับสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน แต่ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการบริหารค่าขนส่ง ทำให้ช่วยหักลบค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นได้ %ต้นทุนในการจัดจำหน่าย ที่เพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักมาจาก ค่าเช่า ซึ่งในไตรมาสที่ 3 ของปีที่แล้วบริษัทต้องปิดร้านสาขาไปกว่า 200 แห่งเนื่องจากมาตรการล็อกดาวน์เข้มงวด ในปีนี้ค่าเช่าโดยส่วนใหญ่ได้ถูกปรับเป็นราคาปกติตามสัญญาเช่า แต่ยังมีบางแห่งที่สามารถต่อรองค่าเช่าลงมาได้บ้าง

▶ **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565** ลดลง 13ลบ. เมื่อเทียบกับปีก่อน ขณะที่ %ค่าใช้จ่ายในการบริหารเทียบกับยอดขาย เท่ากับ 6.5% ลดลง 3.1% เมื่อเทียบกับปีก่อน มูลค่าที่ลดลงนั้นเนื่องมาจากค่าเสื่อมราคาที่ลดลงจากการครบอายุการใช้งานโปรแกรม ระบบ ERP และการปรับโครงสร้างองค์กรทำให้ค่าใช้จ่ายบุคลากรลดน้อยลง

\* ปี 2564 : มีการปรับปรุงรายการ (Reclassify) ในส่วนของค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคภายในร้าน จากต้นทุนสินค้าไปยังต้นทุนในการจัดจำหน่าย

**%ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร ใน 9 เดือนแรก ปี 2565** เท่ากับ 47.0% หรือลดลง 1.7% เมื่อเทียบกับปีก่อน

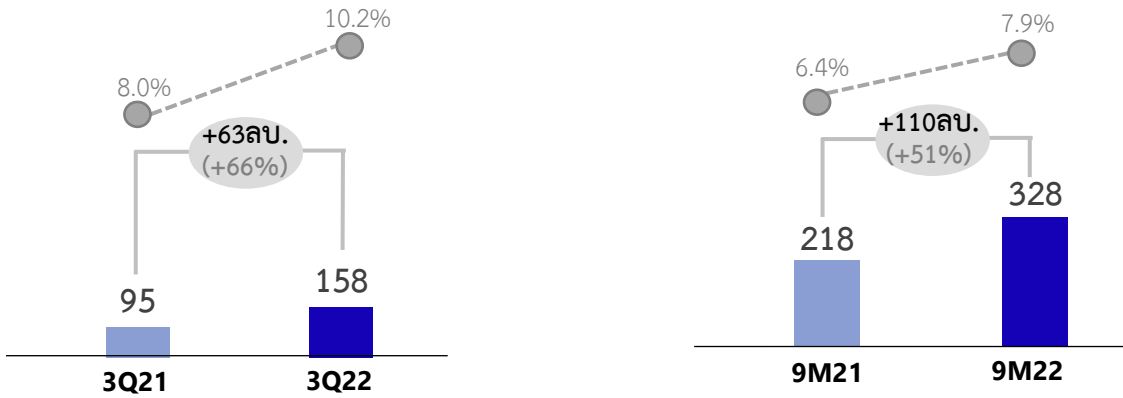
▶ **%ต้นทุนในการจัดจำหน่าย ใน 9 เดือนแรก ปี 2565** เท่ากับ 39.7% ของยอดขาย หรือ เพิ่มขึ้น 1.1% เมื่อเทียบกับปีก่อน ต้นทุนในการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น 328 ลบ. เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นนี้ สอดคล้องกับยอดขายที่สูงขึ้น แม้ว่าค่าแรงและค่าเช่ามีการปรับสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน แต่ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการบริหารค่าขนส่ง ทำให้ช่วยหักลบค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นได้ สามารถจัดสรรจำนวนแรงงานได้พอดีอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ค่าเช่าโดยส่วนใหญ่ได้ถูกปรับเป็นราคาปกติตามสัญญาเช่า

▶ **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ใน 9 เดือนแรก ปี 2565** ลดลง 40ลบ. เมื่อเทียบกับปีก่อน ขณะที่ %ค่าใช้จ่ายในการบริหารเทียบกับยอดขาย เท่ากับ 7.3% ลดลง 2.8% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมูลค่าที่ลดลงมีสาเหตุหลักมาจาก 1) การด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ลดลงเนื่องจากจำนวนร้านที่ขาดทุนลดน้อยลง 2) ค่าเสื่อมราคาที่ลดลงจากการครบอายุการใช้งาน 3) ค่าเช่าสำนักงานที่ลดลงเนื่องจากการปรับพื้นที่ใช้งานลดน้อยลง 4) ค่าใช้จ่ายบุคลากรลดน้อยลงเนื่องจากการปรับโครงสร้างองค์กร



## กำไรสุทธิ - ส่วนของผู้เป็นเจ้าของของบริษัท

หน่วย : ล้านบาท



3M

9M

กำไรสุทธิในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 เท่ากับ 158ลป. เพิ่มขึ้น 63ลป. เมื่อเทียบกับปีก่อน มีสาเหตุหลักมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น การทำโปรโมชั่นภายใต้แนวคิด less-but-more และการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง ยอดขายที่ปรับสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเนื่องมาจากช่องทาง การซื้อกลับบ้าน การรับประทานที่ร้าน และการเติบโตอย่างต่อเนื่องของ บริการจัดส่งอาหาร

กำไรสุทธิใน 9 เดือนแรก ปี 2565 เท่ากับ 328ลป. เพิ่มขึ้น 110ลป. เมื่อเทียบกับปีก่อน มีสาเหตุหลักมาจากการฟื้นตัวของ ธุรกิจร้านอาหารภายในประเทศ การเติบโตอย่างต่อเนื่องของ ธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต และกำไรที่เพิ่มสูงขึ้นจากการลด ต้นทุนค่าใช้จ่ายและการควบคุมที่ดี





## Assets / Liabilities and Equity

งบแสดงฐานะการเงิน				
ดัชนีชี้วัดสำคัญ (ล้านบาท)	As at Sep22		As at Dec21	
	MB	%	MB	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	946	19%	980	19%
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม	361	7%	360	7%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	535	11%	558	11%
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>1,842</b>	<b>37%</b>	<b>1,898</b>	<b>37%</b>
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	100	2%	73	1%
เงินลงทุนในการร่วมค้า	197	4%	206	4%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,555	31%	1,486	29%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	1,231	25%	1,306	26%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	91	2%	97	2%
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>3,174</b>	<b>63%</b>	<b>3,168</b>	<b>63%</b>
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>5,016</b>	<b>100%</b>	<b>5,066</b>	<b>100%</b>
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	8	0%	8	0%
ส่วนของหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	137	3%	55	1%
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อที่ถึงกำหนดภายใน 1 ปี	408	8%	443	9%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	762	15%	760	15%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	86	2%	92	2%
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>1,401</b>	<b>28%</b>	<b>1,358</b>	<b>27%</b>
ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	155	3%	196	4%
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนเพื่อผลประโยชน์พนักงาน	186	4%	167	3%
หนี้สินตามสัญญาเช่า	601	12%	653	13%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	69	1%	76	2%
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>	<b>1,011</b>	<b>20%</b>	<b>1,092</b>	<b>22%</b>
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>2,412</b>	<b>48%</b>	<b>2,450</b>	<b>48%</b>
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	512	10%	512	10%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	690	14%	690	14%
ส่วนเกินจากกำไรจากการโอนธุรกิจให้แก่การร่วมค้า	80	2%	80	2%
ทุนสำรองตามกฎหมาย	52	1%	52	1%
ยังไม่ได้จัดสรร	1,238	25%	1,258	25%
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	-11	0%	-14	0%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	43	1%	38	1%
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>2,604</b>	<b>52%</b>	<b>2,616</b>	<b>52%</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>5,016</b>	<b>100%</b>	<b>5,066</b>	<b>100%</b>
ทุนจดทะเบียน	515		515	
ราคาพาร์ (บาท/หุ้น)	1.00		1.00	
จำนวนหุ้น (ล้านหน่วย)	515		515	

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด : 946 ล้านบาท ลดลง 34 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ธันวาคม ปี 2564 สาเหตุหลักเนื่องมาจากการจ่ายเงินปันผล มูลค่า 348 ล้านบาท สหรักับการเพิ่มขึ้นของเงินสดสุทธิที่ได้จากกิจกรรมการดำเนินงาน

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ : เพิ่มขึ้น 69 ล้านบาท จากการลงทุนในการขยายร้านสาขาและการปรับปรุงร้าน เพื่อโอกาสในการเติบโตมากขึ้น

สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า : ลดลงเนื่องจากค่าเสื่อมของสิทธิในการใช้สินทรัพย์และหนี้สินสัญญาเช่าที่ครบอายุสัญญา

ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาว : เพิ่มขึ้นสุทธิ 41 ล้านบาท เนื่องจากการกู้ยืมเพื่อการขยายร้านสาขา สหรักับการจ่ายเงินกู้ยืมตามกำหนด

ยอดกำไรสะสมคงเหลือ : ลดลง 20 ล้านบาทเนื่องมาจากกำไรสุทธิสำหรับงวด มูลค่า 328 ล้านบาท สหรักับการจ่ายเงินปันผล มูลค่า 348 ล้านบาท







"Strengthen The Core, Create The Next"



หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ :

✉ [irsnp@snpfood.com](mailto:irsnp@snpfood.com)

