



“Elevate the Next”

“ก้าวขึ้น... ก้าวหน้า...”

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 4 และประจำปี 2565





สรุปผลการดำเนินงาน

หน่วย : ล้านบาท

ประจำไตรมาส 4 และประจำปี 2565	3M		ดีขึ้น หรือ (แยลง)	FY		ดีขึ้น หรือ (แยลง)
	4Q21	4Q22		FY21	FY22	
รายได้	1,417	1,579	162	4,817	5,712	895
ต้นทุน	(619)	(706)	(87)	(2,163)	(2,526)	(363)
กำไรขั้นต้น	798	873	75	2,654	3,186	532
กำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	56.3%	55.3%	(1.0%)	55.1%	55.8%	0.7%
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	(643)	(715)	(72)	(2,299)	(2,659)	(360)
กำไรสุทธิ - ส่วนของผู้เป็นเจ้าของ	122	133	11	340	460	120
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)	8.6%	8.4%	(0.2%)	7.1%	8.1%	1.0%

3M

- ▶ **กำไรสุทธิในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีมูลค่า 133ลบ. เพิ่มขึ้น 11ลบ.** เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น มีการทำโปรโมชั่นภายใต้กรอบแนวคิด “less-but-more” และการควบคุมทางด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง โดยยอดขายที่เพิ่มขึ้น มาจากช่องทางรับประทานที่ร้าน และบริการจัดส่งอาหาร ประกอบกับการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่องทางซื้อกลับบ้าน
- ▶ **%กำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 ลดลง 1.0% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากผลกระทบราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น แต่สามารถชดเชยด้วย การทำระบบ lean production และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของโรงงาน
- ▶ **รายได้ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีมูลค่า 1,579ลบ. เพิ่มขึ้น 162ลบ. หรือ เพิ่มขึ้น 11% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากการเติบโตขึ้นอย่างมากของธุรกิจร้านอาหารภายในประเทศ เพิ่มขึ้น 12%, ธุรกิจร้านอาหารต่างประเทศเพิ่มขึ้น 19% และธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต เพิ่มขึ้น 6%
 - ⊙ **รับประทานที่ร้าน เพิ่มขึ้น 53% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากร้านในศูนย์การค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ต
 - ⊙ **ซื้อกลับบ้าน เพิ่มขึ้น 7% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากการฟื้นตัวกลับมาของร้านในทุกสาขา โดยเฉพาะร้านในไฮเปอร์มาร์เก็ต
 - ⊙ **บริการจัดส่งอาหาร เพิ่มขึ้น 10% เมื่อเทียบกับปีก่อน** เนื่องจากผลิตภัณฑ์ เค้กและเบเกอรี่, snack boxes, สินค้าตามเทศกาล, ผลิตภัณฑ์อาหาร NPDs และกลุ่มลูกค้าองค์กรรวมถึงเป็นพันธมิตรที่แข็งแกร่งจากการร่วมมือกับ Food aggregator ต่างๆ ผ่านกลยุทธ์หลักที่ได้วางแผนไว้

FY

- ▶ **กำไรสุทธิประจำปี 2565 มีมูลค่า 460ลบ. เพิ่มขึ้น 120ลบ.** เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจาก 1) ยอดขายสินค้าเติบโตในทุกช่องทาง โดยเฉพาะสินค้าตามเทศกาล, ผลิตภัณฑ์ NPDs, snack boxes และลูกค้าองค์กร รวมถึงส่วนของธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิตด้วย 2) ยอดขายของธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่ฟื้นตัวกลับมา 3) มีการควบคุมส่วนลดและโปรโมชั่นที่ได้ภายใต้แนวคิด “less-but-more” 4) มีช่องทางการจัดหาวัตถุดิบเพิ่มขึ้น 5) ยังคงบริหารควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายและมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อชดเชยจากผลกระทบอัตราแลกเปลี่ยนเมื่อเทียบกับปีก่อน
- ▶ **%กำไรขั้นต้นประจำปี 2565 เพิ่มขึ้น 0.7% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากการทำโปรโมชั่นภายใต้กรอบแนวคิด “less-but-more” ส่งผลให้%ส่วนลดลดน้อยลง มีการออกแบบเมนูใหม่ การจัดหาและบริหารสต็อกวัตถุดิบ รวมถึงมีระบบการผลิตที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้แก่สินค้า (lean production control)
- ▶ **รายได้ประจำปี 2565 มีมูลค่า 5,712ลบ. เพิ่มขึ้น 895ลบ. หรือ เพิ่มขึ้น 19% เมื่อเทียบกับปีก่อน** เนื่องจากการฟื้นตัวของ การรับประทานที่ร้าน และการเติบโตขึ้นของบริการจัดส่งอาหาร ทั้งร้านอาหารภายในและต่างประเทศ
 - ⊙ **รับประทานที่ร้าน เพิ่มขึ้น 77% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากการฟื้นตัวกลับมาในทุกสาขาโดยเฉพาะจากร้านในศูนย์การค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ต
 - ⊙ **ซื้อกลับบ้าน เพิ่มขึ้น 9% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจากผลิตภัณฑ์ NPDs และผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล
 - ⊙ **บริการจัดส่งอาหาร เพิ่มขึ้น 24% เมื่อเทียบกับปีก่อน** สาเหตุหลักมาจาก เค้กและเบเกอรี่, snack boxes, สินค้าตามเทศกาล, ผลิตภัณฑ์อาหาร NPDs และกลุ่มลูกค้าองค์กรรวมถึงเป็นพันธมิตรที่แข็งแกร่งจากการร่วมมือกับ Food aggregator ต่างๆ ผ่านกลยุทธ์หลักที่ได้วางแผนไว้



🔑 ความสำเร็จที่สำคัญในปี 2565

- 1 ยอดขายเติบโตขึ้นในทุกช่องทาง ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล ผลิตภัณฑ์ NPDs ผลิตภัณฑ์ snack boxes ลูกค้าองค์กร และธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต รวมทั้งการฟื้นตัวของธุรกิจทั้งภายในและต่างประเทศ
- 2 ประสบความสำเร็จจากการควบคุมส่วนลดผ่านโฆษณาและโปรโมชั่นภายใต้แนวคิด less-but-more
- 3 บริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 4 บริหารจัดการต้นทุนโรงงานผ่านระบบ Lean โดยมีการควบคุมแรงงานการผลิต และลดค่าเสียหายในการผลิต
- 5 ควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายและมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

📍 จำนวนร้านอาหาร

ร้านอาหารและเบเกอรี่ (ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2565)	จำนวนสาขา	ประเทศไทย		ต่างประเทศ	
		Equity	Franchise	Equity	JV
S&P Restaurant	138	132	1	5	-
S&P Bakery Shop	279	277	2	-	-
S&P DelTA	33	33	-	-	-
PATIO	1	1	-	-	-
Patara	8	1	-	3	4
SNP Cake Studio	1	1	-	-	-
Maisen	11	11	-	-	-
Umenohana	2	2	-	-	-
รวม	473	458	3	8	4

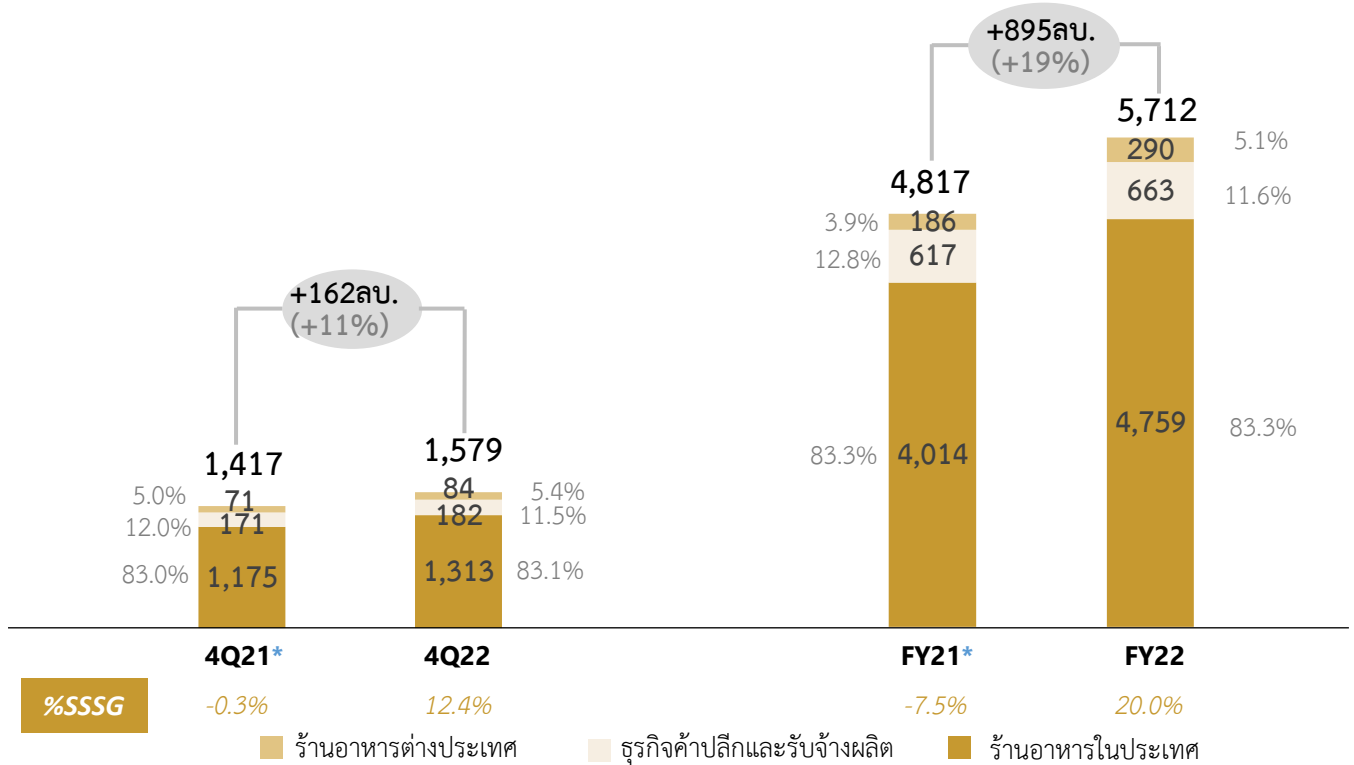




รายได้

หน่วย : ล้านบาท

รายได้จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ



3M

FY

รายได้ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีมูลค่า 1,579ลบ. เพิ่มขึ้น 162 ลบ. หรือเพิ่มขึ้น 11% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเติบโตขึ้นอย่างมากของธุรกิจร้านอาหารในประเทศ เพิ่มขึ้น 12%, ธุรกิจร้านอาหารต่างประเทศ เพิ่มขึ้น 19% และธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต เพิ่มขึ้น 6%

- ▶ **ร้านอาหารในประเทศ** : เพิ่มขึ้น 138ลบ. หรือเพิ่มขึ้น 12% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเติบโตขึ้นอย่างมากของการรับประทานที่ร้าน และ บริการจัดส่งอาหาร รวมถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของการซื้อกลับบ้าน โดยมีร้านในศูนย์การค้า และ ไฮเปอร์มาเก็ต เป็นตัวช่วยหลักที่สำคัญ
- ▶ **ธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต** : เพิ่มขึ้น 11ลบ. หรือเพิ่มขึ้น 6% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจาก ผลิตภัณฑ์คุกกี้ในวงเทศกาลปีใหม่
- ▶ **ร้านอาหารต่างประเทศ** : เพิ่มขึ้น 13ลบ. หรือเพิ่มขึ้น 19% เมื่อเทียบกับปีก่อน มาจากร้านอาหารในกัมพูชาและอังกฤษ

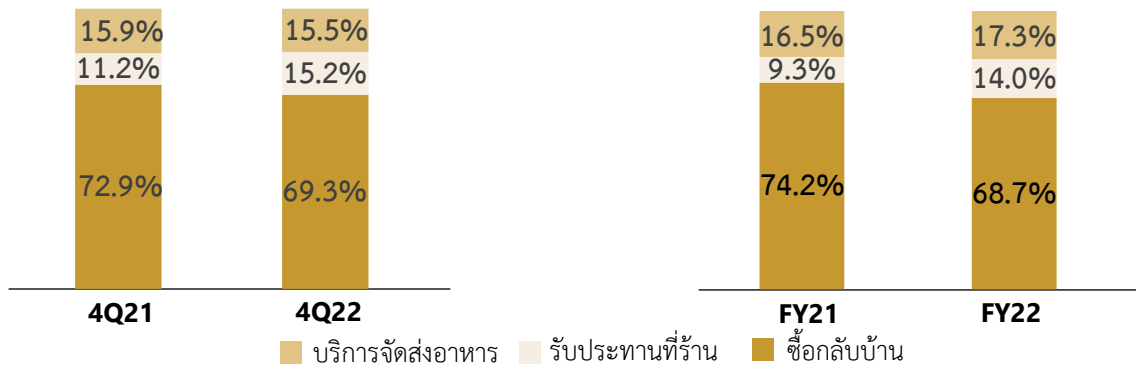
รายได้ประจำปี 2565 มีมูลค่า 5,712ลบ. เพิ่มขึ้น 895ลบ. หรือเพิ่มขึ้น 19% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากการฟื้นตัวของ การซื้อกลับบ้าน และการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องของช่องทางบริการจัดส่งอาหารทั้งร้านภายในประเทศและต่างประเทศ

- ▶ **ร้านอาหารในประเทศ** : เพิ่มขึ้น 745ลบ. หรือเพิ่มขึ้น 18% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเติบโตขึ้นอย่างมากของการรับประทานที่ร้าน การซื้อกลับบ้าน และช่องทางบริการจัดส่งอาหาร โดยมีร้านในศูนย์การค้า ไฮเปอร์มาเก็ต สนามบินและโรงพยาบาลที่เป็นตัวช่วยหลักที่สำคัญ
- ▶ **ธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต** : เพิ่มขึ้น 46ลบ. หรือเพิ่มขึ้น 8% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจาก ผลิตภัณฑ์ OEM ในช่องทางรับจ้างผลิตสำหรับลูกค้ากลุ่ม Food Chain และจากขนมไหว้พระจันทร์ คุกกี้ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักตามเทศกาล
- ▶ **ร้านอาหารต่างประเทศ** : เพิ่มขึ้น 104ลบ. หรือเพิ่มขึ้น 56% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากร้านอาหารในกัมพูชาและอังกฤษ

* ปี 2564 : มีการปรับปรุงรายการ (Reclassify) ในส่วนของค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคภายในร้าน จากต้นทุนสินค้าไปยังต้นทุนในการจัดจำหน่าย



รายได้จำแนกตามสัดส่วนการขาย



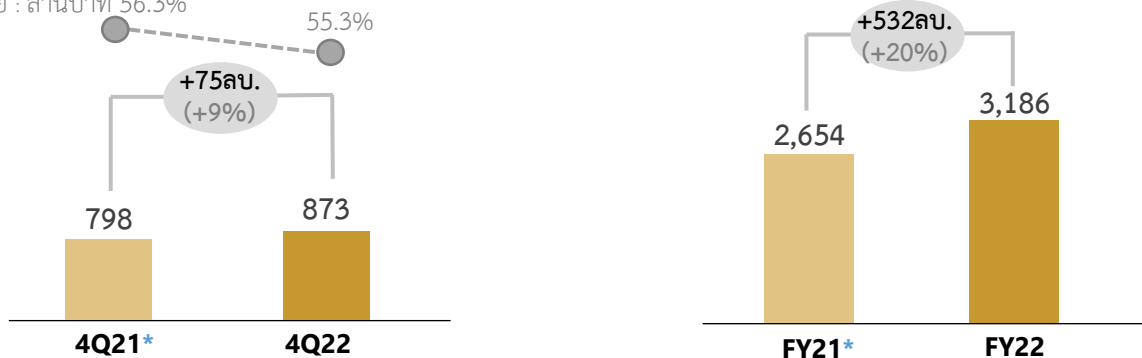
3M

FY

- ▶ **รับประทานที่ร้าน** : รายได้ในไตรมาสที่ 4 เพิ่มขึ้น 53% เมื่อเทียบกับปีก่อน และ รายได้ประจำปี 2565 เพิ่มขึ้น 77% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากสถานการณ์โควิด-19 ที่กลับคืนสภาวะปกติ ทำให้มียอดขายจากร้านในศูนย์การค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต และสนามบิน โดยที่ยอดขายในไตรมาสที่ 4 และประจำปี 2565 นั้นมีจำนวนบิลในร้านเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและยอดใช้จ่ายเฉลี่ยต่อบิลก็เพิ่มสูงขึ้นด้วย
- ▶ **บริการจัดส่งอาหาร** : รายได้ในไตรมาสที่ 4 เพิ่มขึ้น 10% เมื่อเทียบกับปีก่อน และ รายได้ประจำปี 2565 เพิ่มขึ้น 24% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจาก ยอดขาย snack boxes (เพิ่มขึ้น 70%), ผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล, ผลิตภัณฑ์อาหาร NPDs และกลุ่มลูกค้าองค์กรรวมถึงเป็นพันธมิตรที่แข็งแกร่งจากการร่วมมือกับ Food aggregator ต่าง ๆ ผ่านกลยุทธ์หลักที่ได้วางแผนไว้ รวมถึงโปรโมชั่นที่น่าดึงดูดที่ช่วยเพิ่มยอดขายบริการจัดส่งอาหาร
- ▶ **ซื้อกลับบ้าน** : รายได้ในไตรมาสที่ 4 เพิ่มขึ้น 7% เมื่อเทียบกับปีก่อน และ รายได้ประจำปี 2565 เพิ่มขึ้น 9% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการฟื้นกลับมาของลูกค้าในทุก ๆ สาขา โดยเฉพาะสาขาในไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยมีรายได้หลักมาจากผลิตภัณฑ์ NPDs และ ผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล

กำไรขั้นต้น

หน่วย : ล้านบาท



3M

FY

%กำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 ลดลง 1.0% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากผลกระทบราคาวัตถุดิบที่ปรับสูงขึ้น ซึ่งถูกนำไปชดเชยในบางส่วนกับการบริหารแบบ lean production และการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของโรงงาน

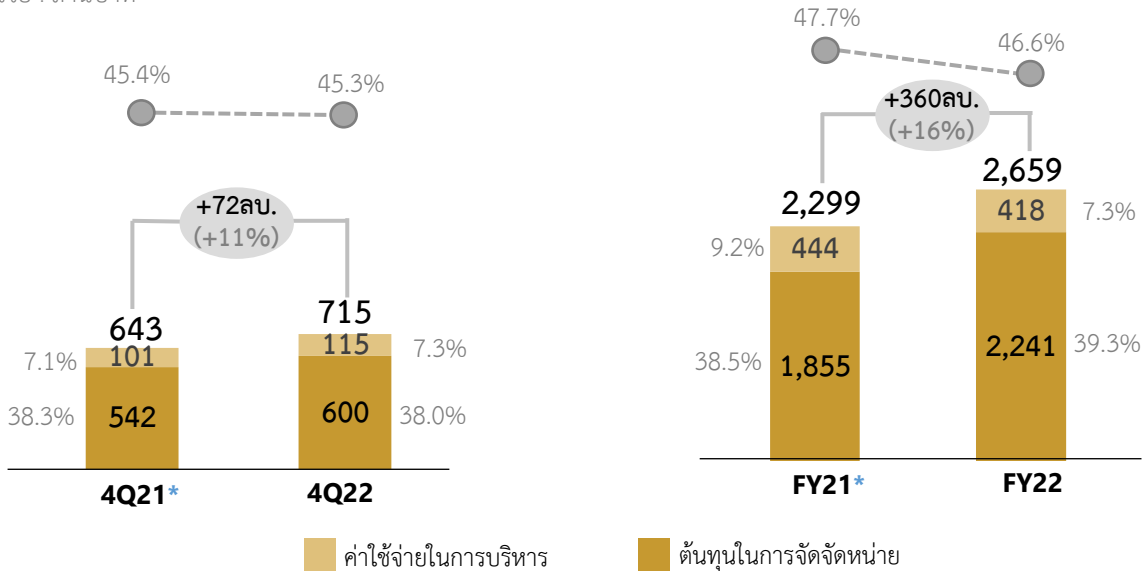
%กำไรขั้นต้นประจำปี 2565 เพิ่มขึ้น 0.7% เมื่อเทียบกับปีก่อน ถึงแม้ว่าต้นทุนราคาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เพิ่มสูงขึ้น แต่กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นโดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) การทำโปรโมชั่นตรงกลุ่มเป้าหมายภายใต้แนวคิด “less-but-more” และการออกแบบแคมเปญการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ซึ่งทำให้มี %ส่วนลด ที่ลดลง 2) มีอัตราส่วนกำไรที่เพิ่มสูงขึ้นจากยอดขายการรับประทานที่ร้าน 3) มีการเก็บสต็อกวัตถุดิบหลักตั้งแต่ปีที่แล้ว 4) มีช่องทางการจัดหาวัตถุดิบเพิ่มขึ้น 5) บริหารจัดการต้นทุนโรงงานผ่านระบบ Lean 6) ออกแบบเมนูใหม่ 7) ปรับราคาเท่าที่จำเป็นในบางเมนู

* ปี 2564 : มีการปรับปรุงรายการ (Reclassify) ในส่วนของค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคภายในร้าน จากต้นทุนสินค้าไปยังต้นทุนในการจัดจำหน่าย



ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย : ล้านบาท



3M

FY

%ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 เท่ากับ 45.3% ดีขึ้นกว่าปีที่แล้ว 0.1%

%ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประจำปี 2565 เท่ากับ 46.6% หรือ ดีขึ้นกว่าปีที่แล้ว 1.1% แม้ว่าค่าแรงงานจะเพิ่มสูงขึ้นและค่าเช่าที่ถูกปรับเป็นราคาปกติตามสัญญาเช่า

▶ %ต้นทุนในการจัดจำหน่าย ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 เท่ากับ 38.0% หรือดีขึ้นกว่าปีที่แล้ว 0.3%, สาเหตุหลักมาจาก ยอดขายที่เพิ่มขึ้นประกอบกับประสิทธิภาพของแรงงานที่สูงขึ้นและการขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

▶ %ต้นทุนในการจัดจำหน่าย ประจำปี 2565 เท่ากับ 39.3% หรือลดลงจากปีที่แล้ว 0.8%, สาเหตุหลักมาจาก ค่าแรงที่เพิ่มสูงขึ้น ค่าเช่าที่ถูกปรับเป็นราคาปกติตามสัญญา ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น เป็นต้น แต่ชดเชยได้ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การจัดสรรจำนวนแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มทักษะแรงงาน การขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพ และติดตามค่าเช่าอย่างใกล้ชิด

▶ ค่าใช้จ่ยในการบริหาร ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 เพิ่มขึ้น 14ลบ. หรือลดลง 0.2% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว, สาเหตุหลักมาจาก การเพิ่มขึ้นจากการตั้งประมาณการโบนัสในไตรมาสที่ 4 ของปี 2565 แต่หากไม่ได้ตั้งไว้ %ค่าใช้จ่ยการบริหารจะเทียบเคียงกับปีที่แล้ว

▶ ค่าใช้จ่ยในการบริหาร ประจำปี 2565 เท่ากับ 26ลบ. ดีขึ้นกว่าปีที่แล้วเป็นผลมาจากการปรับโครงสร้างองค์กร การลดขนาดพื้นที่เช่าสำนักงาน ค่าเสื่อมราคาทีลดลงจากการครบอายุการใช้งาน การควบคุมและลดค่าใช้จ่ยต่าง ๆ ในขณะที่อัตราพนักงานที่บรรจุใหม่เพิ่มมากขึ้น

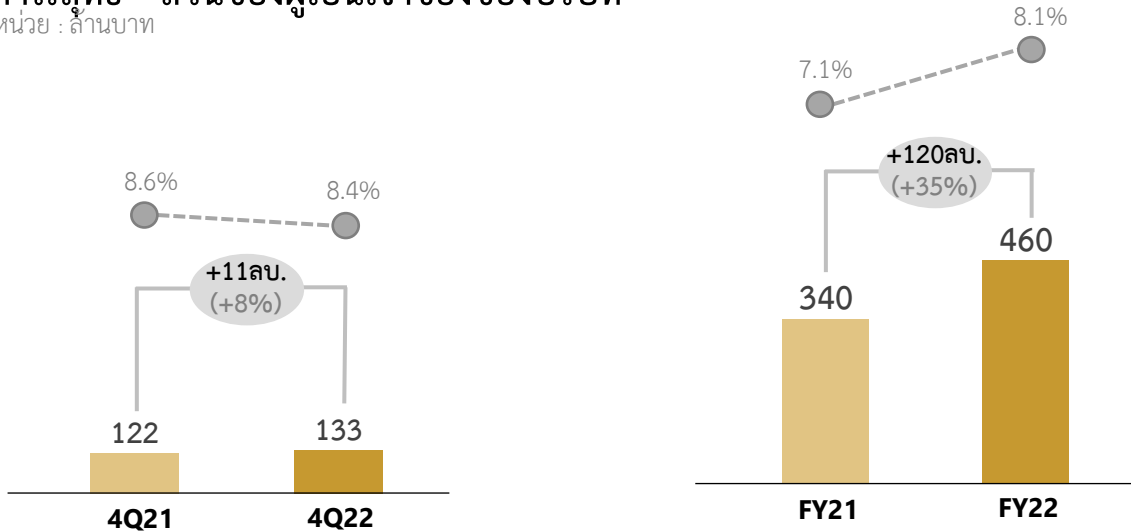
%ค่าใช้จ่ยในการบริหาร ดีขึ้นกว่าปีที่แล้ว 1.9% สาเหตุหลักจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ยที่ลดลง

* ปี 2564 : มีการปรับปรุงรายการ (Reclassify) ในส่วนของค่าใช้จ่ยสาธารณูปโภคภายในร้าน จากต้นทุนสินค้าไปยังต้นทุนในการจัดจำหน่าย



กำไรสุทธิ - ส่วนของผู้เป็นเจ้าของของบริษัท

หน่วย : ล้านบาท



3M

FY

กำไรสุทธิในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีมูลค่า 133ลบ. เพิ่มขึ้น 11ลบ. เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น มีการทำโปรโมชั่นภายใต้กรอบแนวคิด “less-but-more” และการควบคุมทางด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง โดยยอดขายที่เพิ่มขึ้น มาจากช่องทางรับประทานที่ร้าน และบริการจัดส่งอาหาร ประกอบกับการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่องทางซื้อกลับบ้าน

กำไรสุทธิประจำปี 2565 มีมูลค่า 460ลบ. เพิ่มขึ้น 120ลบ. เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจาก 1) ยอดขายสินค้าเติบโตในทุกช่องทาง โดยเฉพาะสินค้าตามเทศกาล, ผลิตภัณฑ์ NPDs, snack boxes และลูกค้านักช้อป รวมถึงธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิตด้วย 2) ยอดขายของธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่ฟื้นตัวกลับมา 3) มีการควบคุมส่วนลดและโปรโมชั่นที่ดีภายใต้แนวคิด “less-but-more” 4) มีช่องทางการจัดหาวัตถุดิบเพิ่มขึ้น 5) บริหารควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายและมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อชดเชยจากผลกระทบอัตราแลกเปลี่ยนเมื่อเทียบกับปีต่อปี





สินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น

งบแสดงฐานะการเงิน				
ดัชนีชี้วัดสำคัญ (ล้านบาท)	ธ.ค. 22		ธ.ค. 21	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	1,082	20%	980	19%
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม	362	7%	360	7%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	607	11%	558	11%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,051	39%	1,898	37%
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	109	2%	73	1%
เงินลงทุนในการร่วมค้า	196	4%	206	4%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,581	30%	1,486	29%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	1,300	24%	1,306	26%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	88	2%	97	2%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,274	61%	3,168	63%
รวมสินทรัพย์	5,325	100%	5,066	100%
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	2	0%	8	0%
ส่วนของผู้ถือหุ้นระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	154	3%	54	1%
ส่วนของผู้ถือหุ้นตามสัญญาเช่าซื้อที่ถึงกำหนดภายใน 1 ปี	335	6%	443	9%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	861	16%	760	15%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	116	2%	92	2%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,468	28%	1,357	27%
ส่วนของผู้ถือหุ้นระยะยาวจากสถาบันการเงิน	141	3%	196	4%
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนเพื่อผลประโยชน์พนักงาน	162	3%	167	3%
หนี้สินตามสัญญาเช่า	736	14%	653	13%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	69	1%	77	2%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	1,108	21%	1,093	22%
รวมหนี้สิน	2,576	48%	2,450	48%
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	513	10%	512	10%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	690	13%	690	14%
ส่วนเกินจากกำไรจากการโอนธุรกิจให้แก่การร่วมค้า	80	2%	80	2%
ทุนสำรองตามกฎหมาย	52	1%	52	1%
ยังไม่ได้จัดสรร	1,370	26%	1,258	25%
องค์ประกอบอื่นของผู้ถือหุ้น	-1	0%	-14	0%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	45	1%	38	1%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,749	52%	2,616	52%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	5,325	100%	5,066	100%
ทุนจดทะเบียน	515		515	
ราคาพาร์ (บาท/หุ้น)	1.00		1.00	
จำนวนหุ้น (ล้านหน่วย)	515		515	

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด : 1,082 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 102 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ธันวาคม ปี 2565 สาเหตุหลักเนื่องมาจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน สอดคล้องกับกระแสเงินสดเพื่อการลงทุนและการจ่ายเงินปันผล

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ : เพิ่มขึ้น 95 ล้านบาท จากการลงทุนในการขยายร้านสาขาและการปรับปรุงร้าน เพื่อโอกาสในการเติบโตมากขึ้น

สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า : ลดลงเนื่องจากค่าเสื่อมของสิทธิในการใช้สินทรัพย์และหนี้สินสัญญาเช่าที่ครบอายุสัญญา

ส่วนของผู้ถือหุ้นระยะยาว : เพิ่มขึ้นสุทธิ 46 ล้านบาท เนื่องจากการกู้ยืมเพื่อการขยายร้านสาขา Delta

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น : เพิ่มขึ้น 101 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการจัดซื้อวัตถุดิบ การขยายสาขา และค่าธรรมเนียมบริหารศูนย์กระจายสินค้า

ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน : ลดลง 5 ล้านบาท เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย 20 ล้านบาท, พนักงานเกษียณอายุ 10 ล้านบาท, สอดคล้องกับประมาณการหนี้สินเพื่อผลประโยชน์พนักงานปี 2565 ที่ 25 ล้านบาท

ยอดกำไรสะสมคงเหลือ : เพิ่มขึ้น +112 ล้านบาทเนื่องมาจากกำไรสุทธิสำหรับงวด มูลค่า 460 ล้านบาท สอดคล้องกับการจ่ายเงินปันผล มูลค่า 348 ล้านบาท





หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ ::

 irsnp@snpfood.com