

ที่ SNNP 010/2569

5 พฤษภาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีไตรมาสที่ 1 ปี 2569 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569

เรียน กรรมการผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ศรีน่านาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (บริษัท) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานสิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 ซึ่งได้รับการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

## 1. ภาพรวมธุรกิจไตรมาสที่ 1 ปี 2569



ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เศรษฐกิจโลกยังคงชะลอตัวต่อเนื่อง จากอิทธิพลของแรงกดดันจากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและการค้าโลก รวมถึงสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2569 ส่งผลให้ราคาพลังงานและสินค้าโภคภัณฑ์ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งส่งผลในเชิงลบกับต้นทุนการผลิตและค่าขนส่งในหลายอุตสาหกรรม รวมถึงความไม่แน่นอนของมาตรการภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ที่ยังคงเป็นปัจจัยกดดันการค้าโลก<sup>(1)</sup> และเศรษฐกิจไทยยังคงขยายตัวในระดับต่ำ โดยมีการปรับลดประมาณการอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ปี 2569 ลงเหลือร้อยละ 1.4 จากเดิมร้อยละ 1.8 จากแรงกดดันด้านราคาพลังงานที่ส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อเร่งตัวเกินกรอบเป้าหมายและกดดันกำลังซื้อของผู้บริโภค ส่งผลให้การบริโภคภายในประเทศชะลอตัว<sup>(1)</sup>

สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทมีรายได้จากการขาย เท่ากับ 1,271.7 ล้านบาท ลดลง 102.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักจากรายได้จากการขายในประเทศที่ลดลงจากการบริโภคที่ชะลอตัว รวมถึงปัจจัยฤดูกาลที่ไตรมาสที่ 1 จะมีรายได้ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ซึ่งมีเทศกาลสำคัญต่าง ๆ โดยรายได้จากการขายในประเทศอยู่ที่ 1,015.8 ล้านบาท ลดลง 78.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า รายได้จากการขายในต่างประเทศอยู่ที่ 255.9 ล้านบาท ลดลง 23.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว และผลกระทบจากสถานการณ์ชายแดนไทย-กัมพูชาที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม บริษัทเห็นสัญญาณเชิงบวกจากยอดขายในประเทศเวียดนาม ซึ่งมีรายได้เท่ากับ 145.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 30.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า จากแรงสนับสนุนของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี 2568 รวมถึงการบริโภคภายในประเทศที่ปรับตัวดีขึ้น และความต้องการสินค้าในช่วงที่มีความไม่แน่นอนของสถานการณ์โลก

ทั้งนี้กำไรขั้นต้นปรับตัวลดลงลดลงจากปริมาณการผลิตที่ลดลง ขณะที่ต้นทุนคงที่ที่ยังคงเกิดขึ้นตามปกติ ประกอบกับการบริหารจัดการในการรองรับความเสี่ยงจากสงครามตะวันออก รวมถึงค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายตามแผนงาน ส่งผลให้กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับ 60.3 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 28.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 31.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า

## 2. เหตุการณ์สำคัญไตรมาส 1 ปี 2569

- บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนลดทุน โดยการตัดหุ้นที่ซื้อคืนและยังไม่ได้จำหน่ายจำนวนทั้งสิ้น 59,994,900 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2569 ทำให้บริษัทมีจำนวนหุ้นเท่ากับ 900,005,100 หุ้น
- บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนี้

**โลดัส**



**โลดัสขนมรูปน้องไก่**  
 รสชีสสไตล์อเมริกัน  
 (จัดจำหน่ายในตลาดดั้งเดิม)



**โลดัสข้าวเกรียบ**  
 รสหมักทรงเครื่อง รสมะเขือเทศ และรสสาหร่าย  
 (จัดจำหน่ายในตลาดดั้งเดิม)

## 3. ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1 ปี 2569

งบกำไรขาดทุน (หน่วย: ล้านบาท)	งวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม				
	Q1/68	Q4/68	Q1/69	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
				QoQ (%)	YoY (%)
รายได้จากการขาย	1,485.5	1,373.8	1,271.7	-7.4%	-14.4%
รายได้อื่น	10.8	0.6	14.0	2083.7%	29.3%
<b>รายได้รวม</b>	<b>1,496.3</b>	<b>1,374.4</b>	<b>1,285.7</b>	<b>-6.5%</b>	<b>-14.1%</b>
ต้นทุนการขาย	(1,033.5)	(983.0)	(938.8)	-4.5%	-9.2%
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>452.0</b>	<b>390.8</b>	<b>332.9</b>	<b>-14.8%</b>	<b>-26.4%</b>
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(178.6)	(172.6)	(195.8)	13.4%	9.6%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(66.4)	(76.0)	(62.6)	-17.6%	-5.6%
<b>กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้</b>	<b>217.8</b>	<b>142.8</b>	<b>88.5</b>	<b>-38.1%</b>	<b>-59.4%</b>
ต้นทุนทางการเงิน	(6.7)	(12.6)	(11.9)	-5.8%	77.3%
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(5.2)	(4.4)	(3.8)	-13.4%	-27.7%
<b>กำไรก่อนภาษีเงินได้</b>	<b>205.9</b>	<b>125.8</b>	<b>72.8</b>	<b>-42.1%</b>	<b>-64.6%</b>
ภาษีเงินได้	(34.3)	(40.5)	(16.2)	-60.1%	-52.9%
<b>การแบ่งปันกำไร</b>					
- บริษัทใหญ่	170.4	88.6	60.3	-31.9%	-64.6%
- ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	1.2	(3.3)	(3.7)	11.1%	-401.1%
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>171.6</b>	<b>85.3</b>	<b>56.6</b>	<b>-33.6%</b>	<b>-67.0%</b>
กำไรต่อหุ้น	0.18	0.10	0.07		
อัตรากำไรขั้นต้น	30.4%	28.4%	26.2%	-2.2%	-4.2%
อัตรากำไรจ่ายในการขาย	12.0%	12.6%	15.4%	2.8%	3.4%
อัตรากำไรจ่ายในการบริหาร	4.5%	5.5%	4.9%	-0.6%	0.4%
อัตรากำไรสุทธิ	11.6%	6.2%	4.5%	-1.7%	-7.1%

**รายได้**

รายได้จากการขาย (หน่วย: ล้านบาท)	งวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม				
	Q1/68	Q4/68	Q1/69	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
				QoQ (%)	YoY (%)
รายได้จากการขายในประเทศ	1,199.3	1,094.2	1,015.8	-7.2%	-15.3%
รายได้จากการขายต่างประเทศ	286.2	279.6	255.9	-8.5%	-10.6%
<b>รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัท</b>	<b>1,485.5</b>	<b>1,373.8</b>	<b>1,271.7</b>	<b>-7.4%</b>	<b>-14.4%</b>

รายได้จากการขายสินค้าในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับ 1,271.7 ล้านบาท ลดลง 213.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 102.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักจากการชะลอตัวของทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยรายได้จากการขายในประเทศอยู่ที่ 1,015.8 ล้านบาท ลดลง 183.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 15.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 78.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากการบริโภคภายในประเทศที่ชะลอตัว และความระมัดระวังในการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นภายใต้แรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจและความไม่แน่นอนของสถานการณ์ความขัดแย้ง ขณะที่รายได้จากการขายในต่างประเทศอยู่ที่ 255.9 ล้านบาท ลดลง 30.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 23.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว รวมถึงผลกระทบจากสถานการณ์ชายแดนไทย-กัมพูชาที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม บริษัทเห็นสัญญาณเชิงบวกจากยอดขายในประเทศเวียดนาม ซึ่งมีรายได้เท่ากับ 145.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 30.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า จากแรงสนับสนุนของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี 2568 รวมถึงการบริโภคภายในประเทศที่ปรับตัวดีขึ้น และความต้องการสินค้าในช่วงที่มีความไม่แน่นอนของสถานการณ์โลก

**ต้นทุนการขาย**

ต้นทุนการขายในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับ 938.8 ล้านบาท ลดลง 94.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 44.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยปรับตัวลดลงสอดคล้องกับรายได้จากการขายและปริมาณการผลิตที่ชะลอตัว

**กำไรขั้นต้น**

กำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับ 332.9 ล้านบาท ลดลง 119.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 26.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 57.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 26.2 ลดลงร้อยละ 4.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักจากปริมาณการผลิตที่ลดลง ขณะที่ต้นทุนคงที่ยังคงดำเนินการตามปกติ ซึ่งหากยอดขายกลับเข้าสู่ระดับปกติ อัตรากำไรขั้นต้นมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น รวมถึงการที่บริษัทมีการบริหารจัดการในการรองรับความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบภายใต้สถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง และอัตรากำไรขั้นต้นลดลงร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากปัจจัยเดียวกัน ประกอบกับสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้นตามฤดูกาล ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่ากลุ่มขนมขบเคี้ยว

### ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับ 195.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 23.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยมีอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับร้อยละ 15.4 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายตามแผนงานเพื่อสนับสนุนยอดขายภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว รวมถึงค่าใช้จ่ายคงที่ที่ยังคงดำเนินการตามปกติ ซึ่งหากยอดขายกลับเข้าสู่ระดับปกติ ค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายก็จะปรับตัวดีขึ้นตาม

ค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับ 62.6 ล้านบาท ลดลง 3.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 13.4 ล้านบาทหรือร้อยละ 17.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยมีอัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับร้อยละ 4.9 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลงร้อยละ 0.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้าจากการบริหารจัดการภายในองค์กร

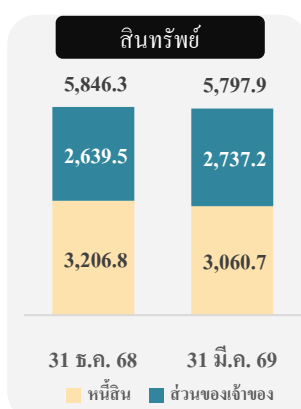
### กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่

รายการ (หน่วย: ล้านบาท)	งวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม				
	Q1/68	Q4/68	Q1/69	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
				QoQ (%)	YoY (%)
กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่	170.4	88.6	60.3	-31.9%	-64.6%
ปรับปรุง ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	5.2	4.4	3.8	-13.4%	-27.7%
กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่จากการดำเนินงานในธุรกิจหลัก	175.6	93.0	64.1	-31.0%	-63.5%
อัตรากำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่จากการดำเนินงานในธุรกิจหลัก	11.8%	6.8%	5.0%		

กำไรสุทธิฯ ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับ 60.3 ล้านบาท ลดลง 110.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 64.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 28.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 31.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักจากรายได้จากการขายที่ชะลอตัว ประกอบกับอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับลดลง รวมถึงค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายคงที่ที่ยังคงดำเนินการตามปกติ

ขณะเดียวกัน กำไรสุทธิฯ จากการดำเนินงานในธุรกิจหลักในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับ 64.1 ล้านบาท ลดลง 111.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 63.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 28.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 31.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้าจากปัจจัยเดียวกันดังกล่าว

## 4. ฐานะทางการเงิน



- สินทรัพย์ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 5,797.9 ล้านบาท ลดลง 48.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.8 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568
- หนี้สิน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 3,060.7 ล้านบาท ลดลง 146.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.6 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จากการลดลงของเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน
- ส่วนของเจ้าของหรือส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 2,737.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 97.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.7 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568
- บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงเหลือ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 ทั้งสิ้นจำนวน 119.9 ล้านบาท

## 5. การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทได้ขับเคลื่อนโครงการด้านความยั่งยืนจำนวน 15 โครงการ ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของธุรกิจ (Materiality Assessment) ฉบับปรับปรุงใหม่ขององค์กร พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนผ่านรายงานความยั่งยืนประจำปี 2568 บนเว็บไซต์บริษัท โดยอ้างอิงตามมาตรฐาน GRI Standards, IFRS Sustainability Disclosure Standards และแนวทางการเปิดเผยข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนได้เปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนแยกตามกรอบ GRI Standards ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อยกระดับความโปร่งใสและการเข้าถึงข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน นอกจากนี้ บริษัทยังได้เข้าร่วมโครงการ JUMP+ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มมูลค่าธุรกิจให้เติบโตอย่างก้าวกระโดดและยั่งยืน

ในด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน บริษัทได้ดำเนิน “การประเมินความเสี่ยงและโอกาสตลอดห่วงโซ่อุปทาน” เพื่อระบุประเด็นด้านความยั่งยืนที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานและผลการดำเนินงานทางการเงินในระยะสั้น กลาง และยาว ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดจำหน่าย ไปจนถึงการบริโภคและการจัดการหลังการบริโภค โดยในไตรมาสนี้บริษัทได้เริ่มนำระบบ Risk Scoring และแบบประเมิน ESG Screening – Self Assessment สำหรับคู่ค้าและผู้ส่งมอบมาใช้เป็นครั้งแรก ควบคู่กับการเปิดเผยแนวทาง Sustainable Supply Chain Management อย่างเป็นทางการ เพื่อยกระดับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นระบบ โปร่งใส และสอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยบริษัทมีเป้าหมายขยายการประเมินให้ครอบคลุมคู่ค้าร้อยละ 100 ภายในปี 2573

สำหรับการบริหารความเสี่ยงด้านน้ำ บริษัทได้เปิดเผยผลการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำแยกตามสถานประกอบการ เพื่อยกระดับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำให้มีความเป็นระบบ โดยบริษัทได้เชื่อมโยงประเด็นความเสี่ยงด้านน้ำที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน ต้นทุน และมิติทางการเงิน เข้ากับกรอบการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนตามแนวทาง IFRS S1 สะท้อนถึงการยกระดับการบริหารจัดการประเด็นทรัพยากรน้ำอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเสริมสร้างความพร้อมต่อความเสี่ยงในระยะยาวและสนับสนุนความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายสุก โชค บำรุงพันธ์)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน