



บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 3 ปี 2564





สรุปผลการดำเนินงาน

ประจำปีไตรมาส 3 ปี 2564	3 เดือน		ดีขึ้น หรือ (แย่ลง)	9 เดือน		ดีขึ้น หรือ (แย่ลง)
	3Q20	3Q21		9M20	9M21	
รายได้	1,388	1,186	(202)	3,822	3,401	(421)
ต้นทุน	(649)	(590)	59	(1,836)	(1,643)	193
กำไรขั้นต้น	739	596	(143)	1,985	1,758	(227)
กำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	53.2%	50.2%	(3.0%)	51.9%	51.7%	(0.2%)
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	(572)	(502)	70	(1,900)	(1,558)	(342)
กำไรสุทธิ - ส่วนของผู้เป็นเจ้าของ	154	95	(59)	76	218	142
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)	11.1%	8.0%	(3.1%)	2.0%	6.4%	4.4%

- **กำไรสุทธิในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 มีมูลค่า 95 ล้านบาท** ลดลง 59 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน ทั้งนี้มาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 รอบเดือนเมษายนปี 2564 ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้ภาครัฐออกมาตรการล็อกดาวน์ตั้งแต่ปลายเดือนมิถุนายน 2564 และยกระดับมาตรการเป็นเข้มงวดสูงสุดสำหรับจังหวัดแดงเข้ม 13 จังหวัด เมื่อปลายเดือนกรกฎาคม 2564 และยกระดับเพิ่มเติมเป็น 29 จังหวัดเมื่อต้นเดือนสิงหาคม 2564 ซึ่งจากมาตรการดังกล่าวเป็นการห้ามรับประทานอาหารในร้าน และห้ามซื้อกลับบ้าน โดยให้สามารถบริการเฉพาะบริการส่งถึงบ้านเท่านั้น ทำให้สาขาต้องปิดบริการมากถึงเกือบ 200 สาขา อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้เน้น “การสร้างยอดขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่” ในสาขาที่ยังเปิดให้บริการ โดยขยายเขตการให้บริการให้ทั่วถึง และเน้นกระตุ้น “การเพิ่มยอดขายเฉลี่ยต่อรายการให้สูงขึ้น” ผ่าน Combo Value Pack และ Meal Box พร้อมทาน กระจายไปตามสาขาที่ยังเปิดให้บริการ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นเรื่อง “การควบคุมและบริหารค่าใช้จ่ายต่างๆ อย่างต่อเนื่อง” ส่งผลให้บริษัทฯ ยังสามารถสร้างผลกำไรได้ในไตรมาส 3 ทั้งๆ ที่ร้านปิดให้บริการไปมากถึงเกือบ 200 สาขา
- **รายได้ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 ลดลงจากปีก่อน** เป็นผลมาจากมาตรการล็อกดาวน์เข้มข้นดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเป็นไตรมาสของเทศกาลไหว้พระจันทร์ และวันแม่ บริษัทฯ ได้กระตุ้นยอดขายสินค้าช่วงเทศกาลผ่านสื่อดิจิทัล และผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ ด้วยแคมเปญ “คุณสั่ง เราส่ง” โดยขนมไหว้พระจันทร์ในปีนี้อย่างยังสามารถสร้างยอดขายได้เท่ากับปีที่แล้วทั้งๆ ที่มีเรื่องมาตรการล็อกดาวน์เข้มข้น และเน้นการสร้างยอดขายผ่านธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต

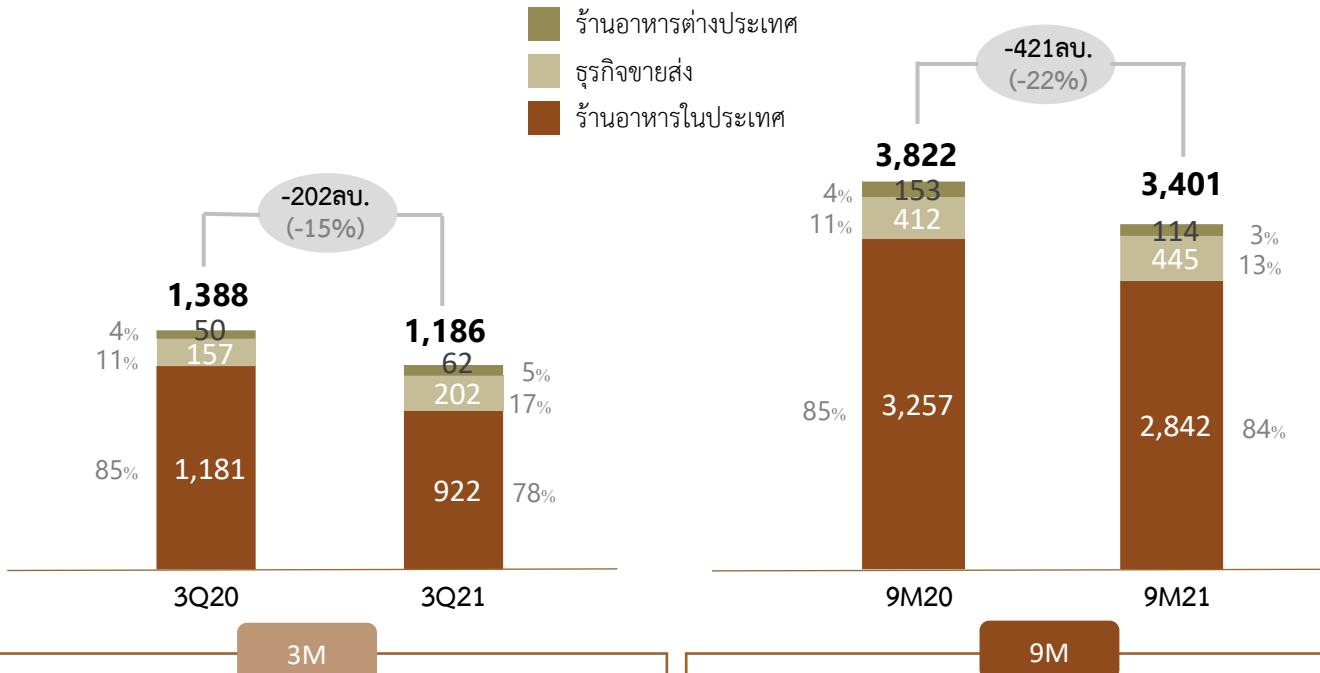
จำนวนสาขา (ณ วันที่ 30 กันยายน 2564)

ร้านอาหารและเบเกอรี่	จำนวนสาขา	ประเทศไทย		ต่างประเทศ		
		Equity	Franchise	Equity	Franchise	JV
S&P Restaurant	142	136	1	5	-	-
S&P Bakery Shop	306	304	2	-	-	-
S&P DeLTA	17	11	-	-	-	-
BlueCup	-	-	-	-	-	-
Patio	2	2	-	-	-	-
Patara	10	1	-	4	1	4
SNP	1	1	-	-	-	-
Grand Seaside	1	1	-	-	-	-
Maisen	11	11	-	-	-	-
Umenohana	2	2	-	-	-	-
รวมทั้งสิ้น	492	475	3	9	1	4

การวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนของบริษัท

1. รายได้

รายได้จำแนกตามธุรกิจหลัก



3M

9M

รายได้ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 มีมูลค่าลดลง 202 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน มีผลมาจากมาตรการล็อกดาวน์เข้มข้นซึ่งทำให้สาขาต้องปิดให้บริการไปเกือบ 200 สาขาในระหว่างไตรมาส แต่สามารถชดเชยได้ด้วยรายได้ผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ และการ upsell ยอดขายเฉลี่ยต่อบิล ตลอดจนรายได้จากธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต

ในประเทศ :

- ❖ **ธุรกิจร้านอาหาร** ถึงแม้จะได้รับผลกระทบหนักจากมาตรการล็อกดาวน์เข้มข้น บริษัทฯ ได้เน้น “การสร้างยอดขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่” ในสาขาที่ยังเปิดให้บริการ โดยขยายเขตการให้บริการให้ทั่วถึง และเน้นกระตุ้น “การเพิ่มยอดขายเฉลี่ยต่อรายการให้สูงขึ้น” ผ่าน Combo Value Pack และ Meal Box พร้อมทาน กระจายไปตามสาขาที่ยังเปิดให้บริการ ประกอบกับเป็นเทศกาลไหว้พระจันทร์และวันแม่ ทำให้สามารถชดเชยยอดขายในช่วงดังกล่าวได้บางส่วน
- ❖ **ธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต** รายได้เติบโตจากปีก่อน 29% และจากไตรมาสก่อน 63% จากกลุ่มอาหารแช่แข็ง ผ่านช่องทางการขายต่างๆ โดยเฉพาะในร้านสะดวกซื้อ และซูเปอร์มาร์เก็ต

ต่างประเทศ :

- ❖ **ร้านอาหารในต่างประเทศ** อังกฤษ สวิตเซอร์แลนด์ และออสเตรเลีย กลับมาขายอาหารได้เป็นปกติแบบ Full Service มีลูกค้าทยอยกลับมาใช้บริการ

รายได้ 9 เดือนแรกของปี 2564 มีมูลค่าลดลง 421 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน มีผลจากการแพร่ระบาดของโควิดระลอกเดือนเมษายน ซึ่งส่งผลให้มีมาตรการอนุญาตในทานร้านได้ 25% ตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคม และขยับเป็น 50% ในครึ่งหลังของมิถุนายน จากนั้น ได้มีมาตรการล็อกดาวน์ห้ามทานในร้านตั้งแต่ปลายมิถุนายน และยกระดับความเข้มข้นในไตรมาส 3

ในประเทศ :

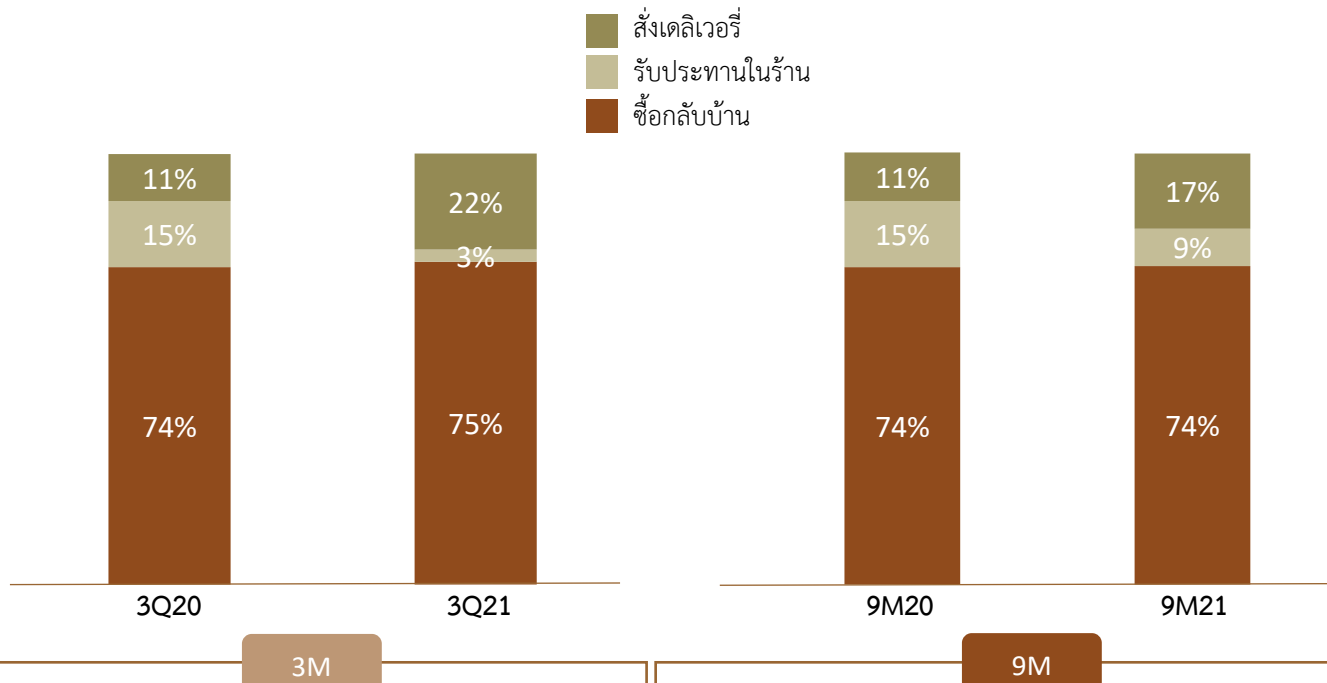
- ❖ **ธุรกิจร้านอาหาร** ได้รับผลกระทบหนักๆ สำหรับยอดขายรับประทานในร้านตั้งแต่มีการระบาดระลอกเดือนเมษายน และต่อมาจากยอดซื้อกลับบ้านในช่วงไตรมาส 3 ที่มีมาตรการล็อกดาวน์เข้มข้น แต่บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นสร้างยอดขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ และปรับแผนการตลาด โดยเน้นสร้างยอดขายต่อบิลให้สูงขึ้น ทำให้สามารถชดเชยยอดขายได้บางส่วน
- ❖ **ธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต** รายได้เติบโตจากปีก่อน 8% หลักๆ มาจาก กลุ่มอาหารแช่แข็ง ผ่านช่องทางการขายต่างๆ โดยเฉพาะในร้านสะดวกซื้อ และซูเปอร์มาร์เก็ต และยอดรับจ้างผลิตกลุ่มเซ่นร้านอาหาร

ต่างประเทศ :

- ❖ **ร้านอาหารในต่างประเทศ** มีรายได้ 9 เดือนลดลง เป็นผลจากการล็อกดาวน์หลายครั้งในช่วงครึ่งปีแรก อย่างไรก็ตาม ยอดขายในไตรมาส 3 เริ่มมีแนวโน้มดีขึ้น จากมาตรการคลายล็อกดาวน์



ร้านอาหารในประเทศ : รายได้แยกตามช่องทางการขาย



สำหรับสัดส่วนรายได้ตามช่องทางการขายในไตรมาส 3 ปี 2564 ในส่วนของช่องทาง “รับประทานในร้าน” และ “ซื้อกลับบ้าน” ได้รับผลกระทบหนักๆ จากมาตรการล็อกดาวน์เข้มข้นในระหว่างไตรมาส 3 โดยบริษัทฯ เน้นสร้างยอดขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ ทำให้สามารถชดเชยยอดขายได้บางส่วน

ซื้อกลับบ้าน รายได้ลดลง 18% จากปีก่อน แต่เพิ่มขึ้น 6% จากไตรมาสก่อน ขณะที่สัดส่วนยังใกล้เคียงกับปีที่แล้ว ทั้งนี้ รายได้ที่ลดลงเป็นผลมาจากมาตรการล็อกดาวน์เข้มข้น ซึ่งห้ามรับประทานในร้าน และห้ามซื้อกลับบ้าน โดยให้เปิดบริการเดลิเวอรี่อย่างเดียว ส่งผลให้สาขาในห้างสรรพสินค้าและโมเดิร์นเทรดต้องปิดให้บริการไปเกือบ 200 สาขา ซึ่งบริษัทฯ เน้นสร้างยอดขายผ่านสินค้าช่วงเทศกาล คือ ขนมไหว้พระจันทร์ และเค้กวันแม่ ตลอดจนมีการ upsell เพื่อสร้างยอดขายเฉลี่ยต่อบิลเพิ่มเติมจาก Combo Value Pack และ Meal Box เพื่อชดเชยรายได้ที่หายไป

รับประทานในร้าน รายได้ลดลง 85% จากปีก่อน ขณะที่สัดส่วนรายได้ลดลงเหลือเพียง 3% ทั้งนี้ เป็นผลมาจากมาตรการล็อกดาวน์สั่งห้ามรับประทานในร้านตั้งแต่ช่วงปลายเดือนมิถุนายน ต่อเนื่องมาจนถึงปลายเดือนสิงหาคม และมาผ่อนคลายให้รับประทานในร้านได้ 50%-75% ในเดือนกันยายน

ส่งเดลิเวอรี่ รายได้เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 66% และ 32% จากไตรมาสก่อน ซึ่งไตรมาสนี้ได้ทุบสถิติยอดขายเดลิเวอรี่ ทำให้สัดส่วนรายได้พุ่งขึ้นเป็น 22% โดยบริษัทฯ ได้เน้นการส่งเสริมการขาย โดยสินค้าหลักคือ ขนมไหว้พระจันทร์ และเค้กวันแม่ ตลอดจนโปรโมชั่นเมนูอาหารจานเดียวผ่านช่องทาง Food Aggregator และ 1344

สำหรับสัดส่วนรายได้ตามช่องทางการขายสะสม 9 เดือน ปี 2564 ในส่วนของช่องทาง “รับประทานในร้าน” ได้รับผลกระทบหนักๆ จากมาตรการมาตรการอนุญาตในทานร้านได้ 25% ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม และขยับเป็น 50% ในครึ่งหลังของมิถุนายน จากนั้น ได้มีมาตรการล็อกดาวน์ห้ามทานในร้านตั้งแต่ปลายมิถุนายน และยกระดับความเข้มข้นในไตรมาส 3 ซึ่งกระทบช่องทาง “ซื้อกลับบ้าน” ด้วย โดยบริษัทฯ ได้เน้นสร้างยอดขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ เพื่อชดเชยยอดขายที่หายไป

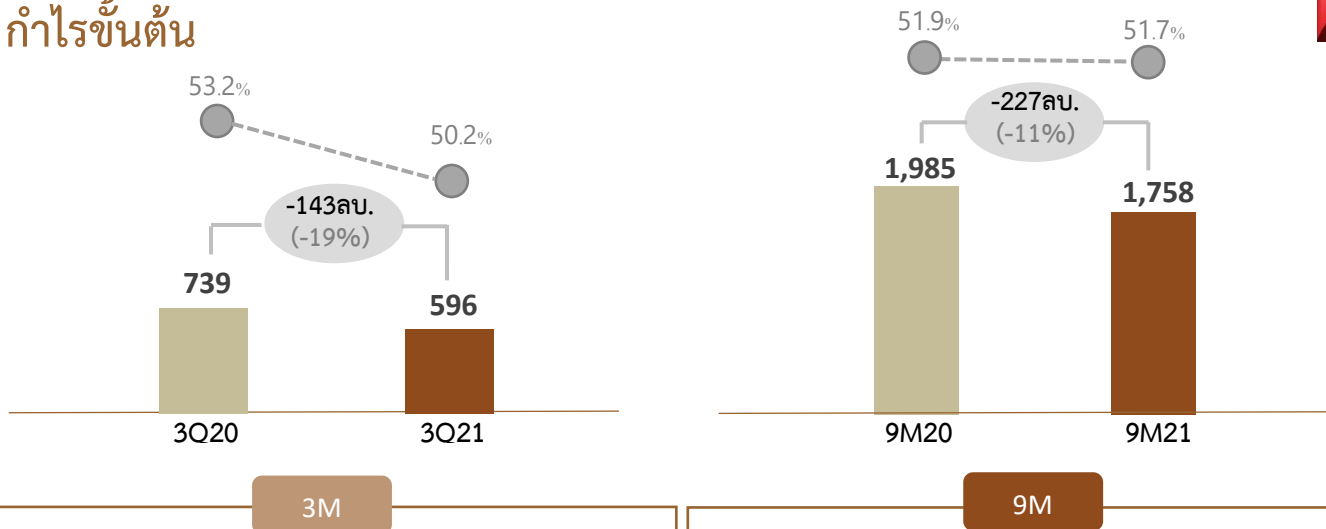
ซื้อกลับบ้าน รายได้ลดลง 11% จากปีก่อน รายได้ลดลงจากปีก่อนเกิดจากโควิดระลอกเดือนเมษายน และมาตรการล็อกดาวน์เข้มข้นระหว่างไตรมาสที่ 3 บริษัทฯ ได้เน้นการสร้างยอดขายผ่าน S&P Market Place และสินค้าช่วงเทศกาล คือ ข้าวแช่ ชุดไหว้ตรุษจีน ขนมไหว้พระจันทร์ และเค้กวันแม่ เป็นต้น ตลอดจนมีการ upsell เพื่อสร้างยอดขายเฉลี่ยต่อบิลเพิ่มเติมจาก Combo Value Pack และ Meal Box

รับประทานในร้าน รายได้ลดลง 50% จากปีก่อน เป็นผลมาจากมาตรการห้ามทานในร้านเกิน 25% ในเดือนพฤษภาคม และห้ามเกิน 50% ในเดือนมิถุนายน และมาตรการล็อกดาวน์ ถึงล็อกดาวน์เข้มข้นในช่วงปลายเดือนมิถุนายน ถึงสิงหาคม โดยห้ามรับประทานในร้าน 100% ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายรับประทานในร้านในปีนี้เป็นอย่างมาก และยาวนานหลายเดือนมากกว่าการล็อกดาวน์ครั้งแรกในปีที่แล้ว ซึ่งรวมกันประมาณเพียงเกือบ 2 เดือนเท่านั้น

ส่งเดลิเวอรี่ รายได้เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 37% จากการเน้นการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางนี้ ปรับแผนที่เขตให้บริการ เปิดร้านแพลตฟอร์มใหม่เดลิต้า (DeTA - Delivery and Take-aways) จำนวน 17 สาขา และเริ่มต้นเปิดให้บริการแอปพลิเคชัน 1344 ภูมิโมเม่บนมือถือและเว็บไซต์ ในเดือนพฤษภาคมปีนี้เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้า



2. กำไรขั้นต้น

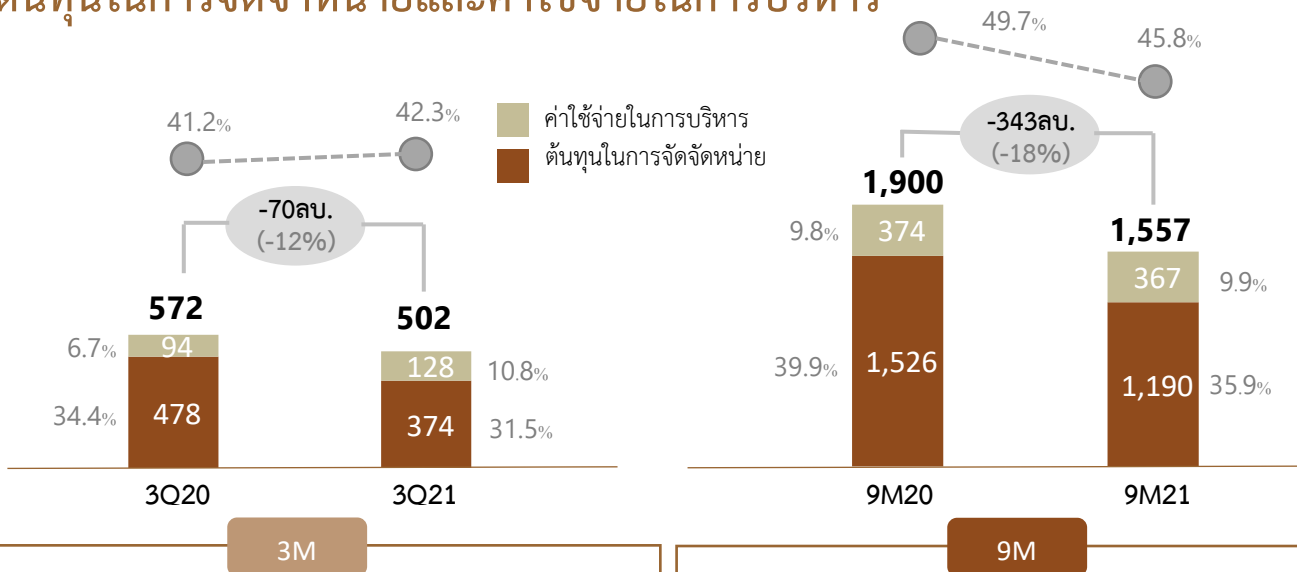


อัตรากำไรขั้นต้นลดลง 3% จากปีก่อน มีสาเหตุหลักๆ

- รายได้การรับประทานอาหารในร้านที่ขาดหายไปจากการปิดร้านกว่า 200 สาขา ทำให้รายได้หมวดอาหารและเครื่องดื่มหายไป ซึ่งหมวดนี้มีอัตรากำไรขั้นต้นค่อนข้างสูง
- การจัดทำ Combo Value Pack และจัดโปรโมชั่นผ่าน S&P Market Place เพื่อช่วยสร้างยอดขายเฉลี่ยต่อบิลให้สูงขึ้น ซึ่งทำให้ยอดขายเฉลี่ยใช้จ่ายต่อบิลสูงขึ้น 13% เพื่อชดเชยจำนวนบิลที่หายไปถึงกว่า 30%

อัตรากำไรขั้นต้นลดลง 0.2% จากปีก่อน มีสาเหตุหลักๆ มาจากกำไรขั้นต้นของหมวดเมนูอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นค่อนข้างสูง จากมาตรการลดค่าน้ำมันเพิ่มขึ้นในระหว่างไตรมาส 3 ซึ่งส่งผลให้ต้องปิดการให้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า และโมเดิร์น เทต รวมกันถึงเกือบ 200 จุด ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นเรื่องการบริหารและควบคุมต้นทุนตลอดจนค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อชดเชยอัตรากำไรขั้นต้นของหมวดอาหารที่หายไป

3. ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร



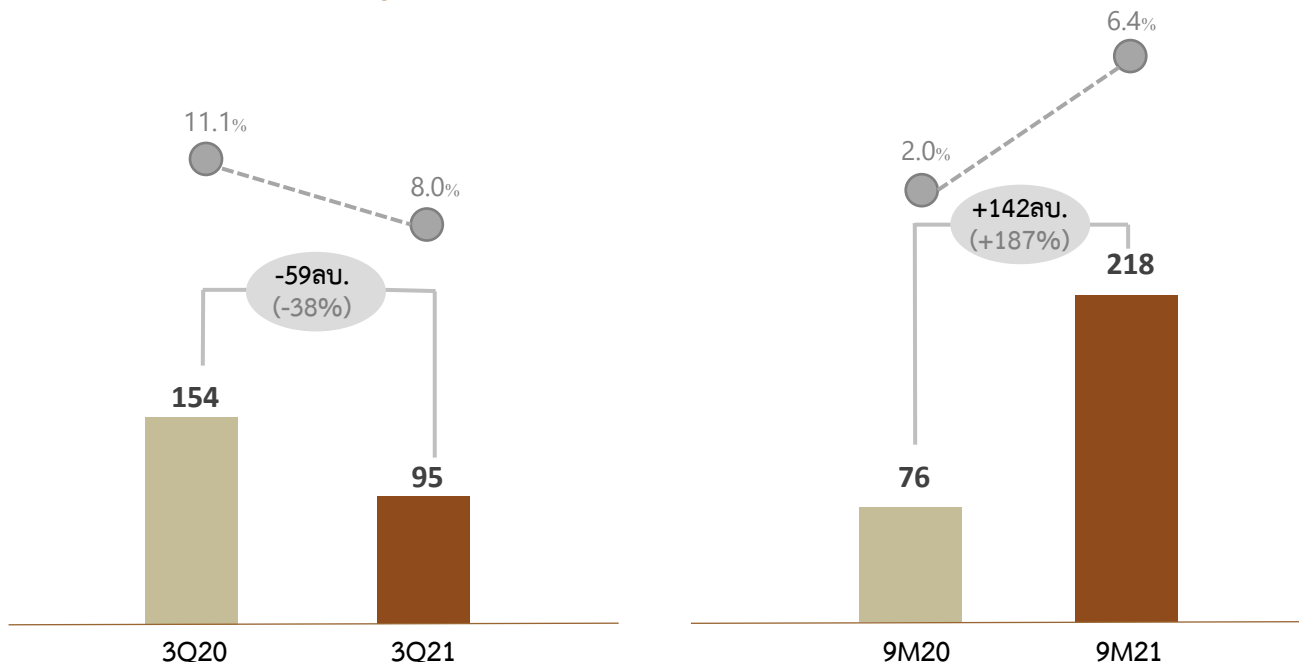
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย ลดลง 104 ล้านบาท จากปีก่อน หรือ ลดลง 22% เป็นผลมาจากการปิดสาขาเกือบ 200 แห่งในระหว่างไตรมาส 3 ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายใดๆ ยกเว้นค่าเสื่อมราคา

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 34 ล้านบาท หลักๆ มาจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ซึ่งไตรมาส 3 ปีก่อน ได้มีมาตรการตัดลดเงินเดือน สวัสดิการ สรรองโบนัส ตลอดจนการงดสมทบเงินสำรองเลี้ยงชีพ และเงินประกันสังคมตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งบริษัทฯ ได้ยกเลิกมาตรการดังกล่าวในไตรมาส 4 ปีที่แล้ว นอกจากนี้ ยังมีค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายทรัพย์สินถาวรอีกประมาณ 7 ล้านบาท

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร ลดลง 343 ล้านบาท และเมื่อเทียบกับยอดขายลดลง 3.9% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องมาจากการบริหารจัดการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายคงที่ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ได้แก่

- การบริหารประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานตามสาขา
- การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในโรงงาน
- การเจรจาต่อรองค่าเช่า
- การปรับโครงสร้างองค์กรใหม่
- การควบคุมและลดค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ
- การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบและขั้นตอนการทำงานด้วยระบบอัตโนมัติ และการออกแบบกระบวนการการทำงานใหม่

4. กำไรสุทธิ - ส่วนของผู้เป็นเจ้าของของบริษัท



- กำไรสุทธิในไตรมาสที่ 3 ของปี 2564 มีมูลค่า 95 ล้านบาท ถึงแม้จะมีมาตรการลดค่าน้ำมันในระหว่างไตรมาส 3 ซึ่งส่งผลให้ต้องปิดการให้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้าและโมเดิร์นเทรด รวมกันเกือบ 200 แห่ง โดยกระทบกับยอดขายในร้าน และยอดขายกลับบ้าน ซึ่งเป็นรายได้ช่องทางหลักของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการสร้างยอดขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ การ upsell ยอดใช้จ่ายต่อบิลให้เพิ่มขึ้นผ่าน S&P Market Place และ Combo Value Pack ต่างๆ ประกอบกับเป็นช่วงเทศกาลไหว้พระจันทร์และวันแม่ ทำให้บริษัทฯ ยังสามารถสร้างยอดขายมาชดเชย ตลอดจนมีการบริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ อย่างต่อเนื่อง จึงยังสามารถทำกำไรในไตรมาส 3 นี้ได้
- กำไรสุทธิของ 9 เดือน ปี 2564 เพิ่มขึ้น 142 ล้านบาทจากปีก่อน ทั้งๆ ที่ยอดขายลดลงถึง 421 ล้านบาทจากปีก่อน เป็นผลมาจากทัศนคติต่อการทำงานร่วมกันภายในองค์กร และการปรับตัวให้เร็ว เพื่อรองรับทุกสถานการณ์ เพื่อหาทางสร้างรายได้มาชดเชยส่วนที่หายไป ตลอดจนการบริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ



Happy New Year 2022

ส่งความสุขด้วยเค้ก-คุกกี้ S&P

[Catalogue Click](#)





5. สินทรัพย์รวม / หนี้สินรวมและส่วนของผู้ถือหุ้น

งบแสดงฐานะการเงิน				
ดัชนีชี้วัดสำคัญ	30 กันยายน 2564		31 ธันวาคม 2563	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	830	17%	577	11%
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม	360	7%	479	9%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	529	11%	492	10%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,719	34%	1,548	30%
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	85	2%	67	1%
เงินลงทุนในการร่วมค้า	200	4%	200	4%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,485	30%	1,410	28%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	1,435	29%	1,814	35%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	94	2%	80	2%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,299	66%	3,571	70%
รวมสินทรัพย์	5,018	100%	5,119	100%
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	63	1%	57	1%
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	451	9%	472	9%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	680	14%	647	13%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	111	2%	110	2%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,305	26%	1,286	25%
ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	209	4%	91	2%
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนเพื่อผลประโยชน์พนักงาน	170	3%	152	3%
หนี้สินตามสัญญาเช่า	780	16%	1,115	22%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	77	2%	80	2%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	1,236	25%	1,438	28%
รวมหนี้สิน	2,541	51%	2,724	53%
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	490	10%	490	10%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	690	14%	690	13%
ส่วนเกินจากกำไรจากการโอนธุรกิจให้แก่การร่วมค้า	80	2%	80	2%
ทุนสำรองตามกฎหมาย	52	1%	52	1%
ยังไม่ได้จัดสรร	1,136	23%	1,065	21%
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	-13	0%	-18	0%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	42	1%	36	1%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,477	49%	2,395	47%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	5,018	100%	5,119	100%
ทุนจดทะเบียน	515		490	
ราคาพาร์ (บาท/หุ้น)	1.0		1.0	
จำนวนหุ้น (ล้านหน่วย)	515		490	

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 830 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 253 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ธันวาคม ปี 2563 เนื่องจากกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมรวมทั้งสิ้น 360 ล้านบาท ลดลง 119 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ธันวาคม ปี 2563 เนื่องมาจากการจ่ายเงินปันผลในเดือนพฤษภาคม 2564

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น : โดยหลักประกอบไปด้วยลูกหนี้และสินค้าคงเหลือ ซึ่งถือว่ามียอดต่ำกว่าหากเปรียบเทียบกับยอดขายและการจัดการสินค้าคงเหลือ ลูกหนี้การค้าได้รวมถึง บมจ.การบินไทย มูลค่าหนี้ 9.4 ล้านบาท และตั้งประมาณการไว้ที่ 3.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่าหนี้

สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า : กลุ่มบริษัทได้ปรับใช้มาตรฐานทางบัญชี TFRS16 ในเรื่องสัญญาเช่า โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563

ประมาณการผลประโยชน์พนักงาน จากการตั้งสำรองเกษียณอายุพนักงาน

ยอดกำไรสะสมคงเหลือไม่เปลี่ยนแปลงจากยอด ณ ธันวาคม 2563 เนื่องมาจากกำไรสุทธิสำหรับงวด มูลค่า 217.5 ล้านบาท สุทธิกับการจ่ายเงินปันผล มูลค่า 147.1 ล้านบาท



“มุ่งมั่นเติบโต ธุรกิจหลัก, สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ธุรกิจใหม่”

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ :

 irsnp@snpfood.com