



บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

MD & A

3Q24



1 ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ เศรษฐกิจและภาวะอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการ

ภาพรวมอุตสาหกรรมอาหาร

ปี 2567-2569 ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มคาดว่าจะเติบโต 4.0-5.0% ต่อปี ด้วยรายได้รวมที่ 275-300 พันล้านบาท โดยมีปัจจัยหนุนด้านอุปสงค์จาก (1) การทยอยฟื้นตัวของ GDP ภายในประเทศในช่วงปี 2568-2569 (2) นักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะทยอยเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ (3) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมานิยมทานอาหารที่ร้านมากขึ้น หลังจากการระบาดของโรค COVID-19 คลี่คลาย ส่วนด้านอุปทานมีปัจจัยหนุนมาจาก (1) ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น อาทิ บริการขนส่งสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (Cold Chain Logistics) ส่งผลให้รักษาคุณภาพของอาหารได้นานขึ้น (2) แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ให้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร (Food Delivery Application) ทำให้การบริการของร้านอาหารมีช่องทางเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น และ (3) การขยายสาขาของธุรกิจค้าปลีก (Retail Business) ทั้งขนาดใหญ่และเล็ก เพื่อครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เป็นช่องทางให้ร้านอาหารสามารถขยายกิจการไปตามธุรกิจค้าปลีก - ข้อมูลจาก Krungsri Research

แผนปฏิบัติการและกลยุทธ์ธุรกิจ

- **ร้านอาหารในประเทศ :** ในไตรมาส 3 ปี 2567 จำนวนลูกค้าโดยรวมลดลง โดยเฉพาะในช่องทางซื้อกลับบ้านตามสาขาในไฮเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้า บริษัทได้มุ่งเน้น **ช่องทางรับประทานที่ร้าน** มากขึ้นผ่านเมนูอาหารจานเดียวและการจัดโปรโมชั่นที่หลากหลายมากขึ้น เน้นที่เมนูของว่างและเครื่องดื่ม เพื่อเสริมมื้ออาหารนั้นให้ครบถ้วน ส่งผลให้เพิ่มยอดขายต่อบิลมากขึ้น บริษัทเพิ่มยอดขายใน **ช่องทางซื้อกลับบ้าน** ผ่านผลิตภัณฑ์ Fresh Bake (เดิมชื่อ Bakery Studio) มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงเสนอขายสินค้าเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มยอดขายเฉลี่ยต่อบิล ทดแทนผลกระทบจากจำนวนลูกค้าที่ลดลง ได้ส่งเสริม **ช่องทางบริการการจัดส่งอาหาร** โดยเน้นเมนูอาหารจานเดียวและเค้กปอนด์ผ่านผู้ให้บริการส่งอาหาร ชูเด็ดเมนูและเค้กปอนด์ผ่านช่องทาง 1344 อีกทั้งบริษัทมีแผนที่จะขยายพอร์ตโฟลิโอร้านอาหารประเภทไฟน์ไดニングด้วยการเปิดตัวร้านอาหารใหม่ชื่อ MOTOi ที่จะเปิดให้บริการในเดือนตุลาคม 2567
- **ธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต :** บริษัทมุ่งเน้นในการสรรหาลูกค้า food service/OEM ใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น และมีการโปรโมทแคมเปญในช่องทางค้าปลีก

2 สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

Fresh Bake (เดิมชื่อ Bakery Studio)

บริษัทได้เพิ่ม Fresh Bake จำนวน 29 หน่วยเข้าไปในร้านสาขาที่มีอยู่ โดยในไตรมาส 3 ปี 2567 มี Fresh Bake ที่เพิ่มขึ้นรวมทั้งสิ้น 40 หน่วย ร้านทั้ง 40 แห่งนี้มีอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้น 10% เมื่อเทียบกับปีก่อน แม้ว่ายอดขายช่องทางซื้อกลับบ้านโดยรวมจะลดลงก็ตาม บริษัทกำลังประเมินปัจจัยความสำเร็จและเรียนรู้จากบทเรียนที่ได้ เพื่อขยายเฟสที่สองในครึ่งแรกของปี 2568



MOTOi Bangkok

บริษัทมีแผนที่จะขยายพอร์ตโฟลิโอของร้านอาหารไฟน์ไดニングที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย และนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์การรับประทานอาหารระดับพรีเมียม โดยได้ทำข้อตกลงกับร้านอาหารฝรั่งเศสที่สร้างสรรคโดยเชฟชาวญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียง เพื่อเปิดแบรนด์ใหม่ในประเทศไทยที่ชื่อว่า 'MOTOi' ซึ่งตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท 49 โดยมีกำหนดเปิดให้บริการในวันที่ 12 ตุลาคม พ.ศ. 2567

MOTOi Bangkok เป็นสาขาที่สองของร้านอาหารฝรั่งเศสชื่อดังของเชฟ MOTOi Maeda ซึ่งสาขาแรกตั้งอยู่ที่เมืองเกียวโต ประเทศญี่ปุ่น

โดยร้านได้นำเสนอการผสมผสานอย่างลงตัวระหว่างอาหารฝรั่งเศสกับความประณีตแบบญี่ปุ่นสู่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย



3 สรุปผลการดำเนินงาน



สรุปผลการดำเนินงาน

หน่วย : ล้านบาท

| ประเด็นสำคัญ | 3M | | ดีขึ้น หรือ (แย่ลง) | 9M | | ดีขึ้น หรือ (แย่ลง) |
|-----------------------------------|-------|-------|------------------------|---------|---------|------------------------|
| | 3Q23 | 3Q24 | | 9M23 | 9M24 | |
| รายได้ | 1,670 | 1,622 | (48) | 4,562 | 4,512 | (50) |
| ต้นทุน | (728) | (711) | (17) | (1,993) | (1,978) | (15) |
| กำไรขั้นต้น | 942 | 911 | (31) | 2,569 | 2,534 | (35) |
| อัตรากำไรขั้นต้น (%) | 56.4% | 56.1% | (0.3%) | 56.3% | 56.2% | (0.1%) |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร | (753) | (775) | (22) | (2,165) | (2,214) | (49) |
| อัตรากำไรสุทธิ (%) | 45.1% | 47.8% | (2.7%) | 47.5% | 49.1% | (1.6%) |
| กำไรสุทธิ - ส่วนของผู้เป็นเจ้าของ | 165 | 118 | (47) | 358 | 300 | (58) |
| อัตรากำไรสุทธิ (%) | 9.9% | 7.3% | (2.6%) | 7.9% | 6.7% | (1.2%) |

▶ **รายได้ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567** มีมูลค่า 1,622ลบ. ลดลง 48ลบ. หรือ ลดลง 2.9% เมื่อเทียบกับปีก่อน มีสาเหตุหลักมาจากรายได้ในประเทศที่ลดลงในทั้งสองกลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ร้านอาหารในประเทศ (ลดลง 25 ล้านบาท หรือ ลดลง 2% เมื่อเทียบกับปีก่อน) และธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต (ลดลง 19 ล้านบาท หรือ ลดลง 10% เมื่อเทียบกับปีก่อน) **สำหรับร้านอาหารในประเทศ** รายได้จาก การรับประทานที่ร้านเพิ่มขึ้น 3% ซ็อกกลับบ้านลดลง 4% และบริการจัดส่งอาหารลดลง 7% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยร้านอาหารในโรงพยาบาลและสนามบินยังคงมีการเติบโตของรายได้อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่รายได้ของร้านอาหารในไฮเปอร์มาร์เก็ตและในห้างสรรพสินค้าลดลง **สำหรับธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต** สาเหตุหลักมาจากช่วงเวลาการรับรู้รายได้ในการจำหน่ายขนมไหว้พระจันทร์ OEM ที่เร็วขึ้นกว่าปีก่อน เริ่มตั้งแต่ปลายไตรมาส 2 ปี 2567 ถึงกลางไตรมาส 3 ปี 2567 แต่ถูกชดเชยด้วยการเติบโตอย่างแข็งแกร่งจากธุรกิจบริการอาหาร จากลูกค้ากลุ่ม food chain และมีการจัดโปรโมชั่นเค้กแซ่แซ่ในช่องทางค้าปลีก

รายได้ใน 9 เดือนแรกปี 2567 มีมูลค่า 4,512ลบ. ลดลง 50ลบ. หรือ ลดลง 1.1% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากยอดขายที่ลดลงในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 เป็นสำคัญ

▶ **%อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 3 ปี 2567** คือ 56.1% ลดลง 0.3% ลดลงจากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากสัดส่วน %กำไรขั้นต้นที่แตกต่างกันในกลุ่มธุรกิจร้านอาหารในประเทศ และธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต

%อัตรากำไรขั้นต้นใน 9 เดือนแรกปี 2567 คือ 56.2% ลดลงจากปีที่แล้วเล็กน้อย สาเหตุหลักมาจากการลดลงของ %กำไรขั้นต้นที่ลดลงในไตรมาสที่ 3 ปี 2567

▶ **กำไรสุทธิในไตรมาสที่ 3 ปี 2567** มีมูลค่า 118ลบ. ลดลง 47ลบ. หรือ ลดลง 29% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจาก รายได้ที่ลดลงและค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการเช่าและค่าเสื่อมราคาจากการปรับปรุงร้าน และเปิดร้านใหม่ในปีที่แล้วและในปี

กำไรสุทธิใน 9 เดือนแรกปี 2567 มีมูลค่า 300ลบ. ลดลง 58ลบ. หรือ ลดลง 16% เมื่อเทียบกับปีก่อน





ความสำเร็จที่สำคัญ ไตรมาสที่ 3 ปี 2567

1

เติบโตจาก Fresh Bake (เดิมชื่อ Bakery Studio) จำนวน 40 จุดขาย ช่วยเพิ่มยอดขาย +10%

2

เติบโตในธุรกิจรับจ้างผลิต (+5%) จากกลุ่ม Food chain และ ผลิตภัณฑ์ใหม่ NPDs สำหรับลูกค้ากลุ่ม OEM

3

เติบโตอย่างต่อเนื่องจากช่องทางรับประทานที่ร้านผ่านผลิตภัณฑ์ “เมนูตามฤดูกาล” โดยเฉพาะ “ผัดไทย” (+48%)

4

มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในระบบ Lean Six Sigma เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของโรงงาน และเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านพลังงานต่าง ๆ

5

ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการและควบคุมต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง



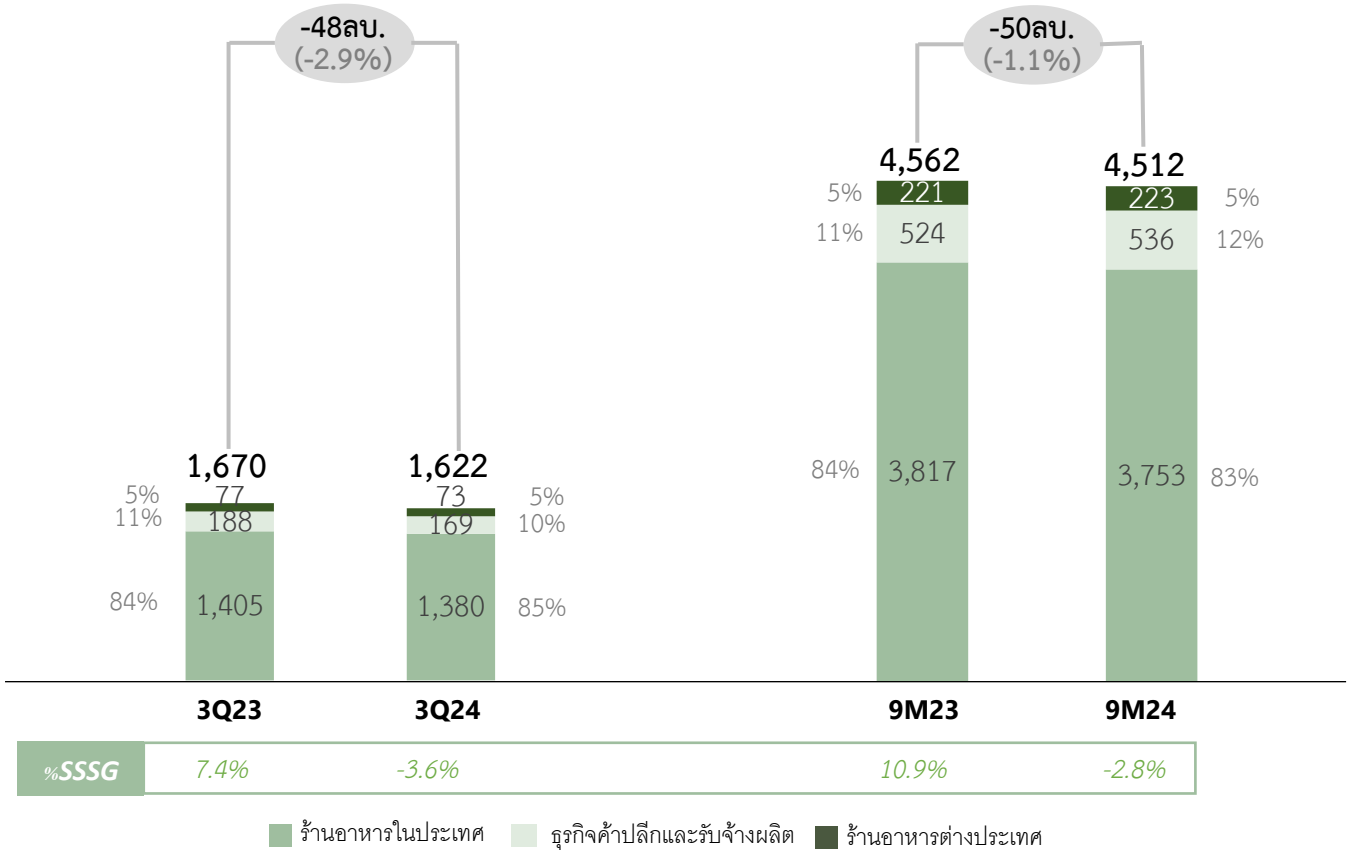
จำนวนสาขาร้านอาหาร

| แบรนด์ | 30 ก.ย. 67 จำนวนสาขา | ประเทศไทย | ต่างประเทศ | 30 ก.ย. 66 จำนวนสาขา | ประเทศไทย | ต่างประเทศ |
|------------------------|-------------------------|-----------|------------|-------------------------|-----------|------------|
| S&P Restaurant | 132 | 127 | 5 | 136 | 131 | 5 |
| S&P Bakery Shop | 278 | 278 | - | 271 | 271 | - |
| S&P DeTA | 29 | 29 | - | 33 | 33 | - |
| Grand Seaside | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| Patio | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| Patara | 7 | 1 | 6 | 8 | 1 | 7 |
| Nais & SNP Cake Studio | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| Maisen | 10 | 10 | - | 11 | 11 | - |
| Umenohana | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| รวม | 460 | 449 | 11 | 463 | 451 | 12 |



รายได้ หน่วย : ล้านบาท

รายได้จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ



3M

9M

รายได้ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 มีมูลค่า 1,622ลบ. ลดลง 48ลบ. หรือ ลดลง 2.9% เมื่อเทียบกับปีก่อน มีสาเหตุหลักมาจาก

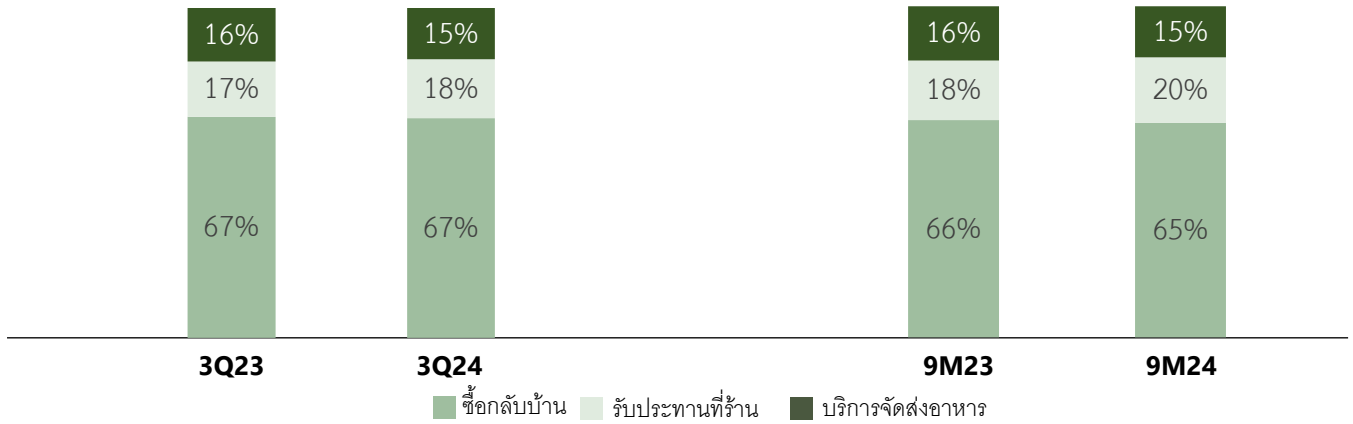
- ▶ **ร้านอาหารในประเทศ:** ลดลง -25ลบ. หรือ ลดลง 2% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการลดลงจากการซื้อกลับบ้าน (ลดลง 4%) และ บริการจัดส่งอาหาร (ลดลง 7%) โดยเฉพาะร้านในไฮเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้า แต่ชดเชยบางส่วนด้วยการเติบโตในการรับประทานที่ร้าน (เพิ่มขึ้น 3%) จากร้านในโรงพยาบาลและสนามบิน
- ▶ **ธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต:** ลดลง 19ลบ. หรือ ลดลง 10% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากช่วงเวลาการรับรู้รายได้ในการจำหน่ายขนมไหว้พระจันทร์ OEM ที่เร็วขึ้นกว่าปีก่อน เริ่มตั้งแต่ปลายไตรมาส 2 ปี 2567 ถึงกลางไตรมาส 3 ปี 2567 แต่ถูกชดเชยด้วยการเติบโตอย่างแข็งแกร่งจากธุรกิจรับจ้างผลิต กลุ่มลูกค้า food chain และยังมีโปรโมชันเค้กแซ่แข็งในช่องทางค้าปลีก
- ▶ **ร้านอาหารต่างประเทศ:** ลดลง 4ลบ. หรือ ลดลง 5% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากยอดขายที่ลดลงของร้านอาหารในประเทศกัมพูชาและอังกฤษ

รายได้ใน 9 เดือนแรกปี 2567 มีมูลค่า 4,512ลบ. ลดลง 50ลบ. หรือ ลดลง 1.1% เมื่อเทียบกับปีก่อน มีสาเหตุหลักมาจาก

- ▶ **ร้านอาหารในประเทศ:** ลดลง 64ลบ. หรือ ลดลง 2% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจาก ยอดขายที่ลดลงจากการซื้อกลับบ้าน (ลดลง 3%) และบริการจัดส่งอาหาร (ลดลง 8%) โดยเฉพาะจากร้านในไฮเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า และร้านนอกห้างสรรพสินค้า (Stand Alone) , แต่ชดเชยบางส่วนด้วยการเติบโตในการรับประทานที่ร้าน (เพิ่มขึ้น 10%) จากร้านในโรงพยาบาลและสนามบิน
- ▶ **ธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต:** เพิ่มขึ้น 12ลบ. หรือ เพิ่มขึ้น 2% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเติบโตอย่างแข็งแกร่งจากธุรกิจรับจ้างผลิตและ OEM ในกลุ่มลูกค้าสายการบินและ กลุ่มลูกค้า food chain อีกทั้งยังมีโปรโมชันเค้กแซ่แข็งในช่องทางค้าปลีก
- ▶ **ร้านอาหารต่างประเทศ:** เพิ่มขึ้น 2ลบ. หรือ เพิ่มขึ้น 1% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากร้านอาหารในประเทศออสเตรเลีย



รายได้จำแนกตามสัดส่วนการขาย



3M

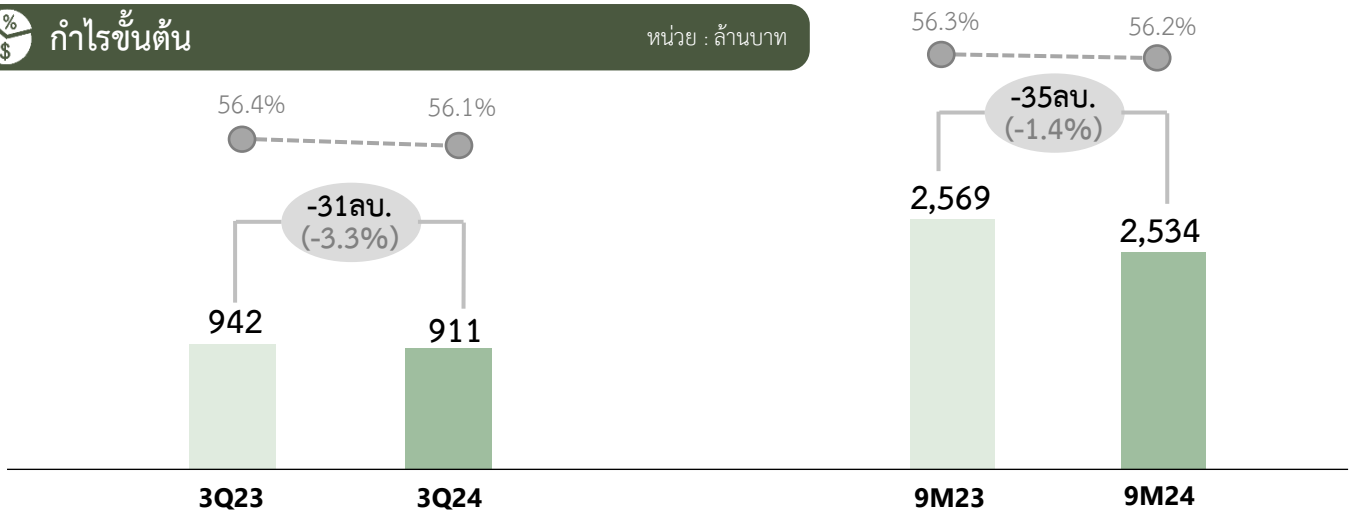
9M

- ▶ **รับประทานที่ร้าน:** เพิ่มขึ้น 3% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากอาหารจานเดียว และการทำโปรโมชันอาหารว่าง และเครื่องดื่ม เพื่อเสริมมืออาหารนั้นให้ครบถ้วน ซึ่งช่วยเพิ่มยอดขายต่อบิลสูงขึ้น
- ▶ **ซื้อกลับบ้าน:** ลดลง 4% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากจำนวนลูกค้าโดยรวมลดลง โดยเฉพาะร้านในไฮเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้า แต่ชดเชยบางส่วนด้วยการเติบโตจาก Fresh Bake (เดิมชื่อ Bakery Studio) รวมถึงการเสนอขายสินค้าเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มยอดขายเฉลี่ยต่อบิล
- ▶ **บริการจัดส่งอาหาร:** ลดลง 7% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นการรับประทานที่ร้านแทน

- ▶ **รับประทานที่ร้าน:** เพิ่มขึ้น 7% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการทำโปรโมชันต่อเนื่องของอาหารจานเดียวยอดนิยม และความหลากหลายของอาหารว่าง ของหวาน และเครื่องดื่ม เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและเพิ่มยอดขายเฉลี่ยต่อบิลสูงขึ้น
- ▶ **ซื้อกลับบ้าน:** ลดลง 3% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากจำนวนลูกค้าโดยรวมลดลง โดยเฉพาะร้านในไฮเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้า โดยการสรรหาผลิตภัณฑ์หลักที่จะดึงดูดลูกค้าและเพิ่มยอดขายเฉลี่ยต่อบิล ซึ่งประกอบด้วย Fresh Bake, ผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPDs) รวมถึงเมนูเครื่องดื่มใหม่ของ Blue Cup, ผลิตภัณฑ์เทศกาลต่าง ๆ (ผลิตภัณฑ์ตรุษจีน, ข้าวแช่, เค้กวันแม่, และขนมไหว้พระจันทร์)
- ▶ **บริการจัดส่งอาหาร:** ลดลง 8% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเน้นการรับประทานที่ร้านมากขึ้น ภาพรวมสัดส่วนลูกค้าบนแพลตฟอร์มผู้ให้บริการจัดส่งอาหารเติบโตอย่างต่อเนื่องผ่านเมนูอาหารจานเดียวและเค้กปอนด์

กำไรขั้นต้น

หน่วย : ล้านบาท



3M

9M

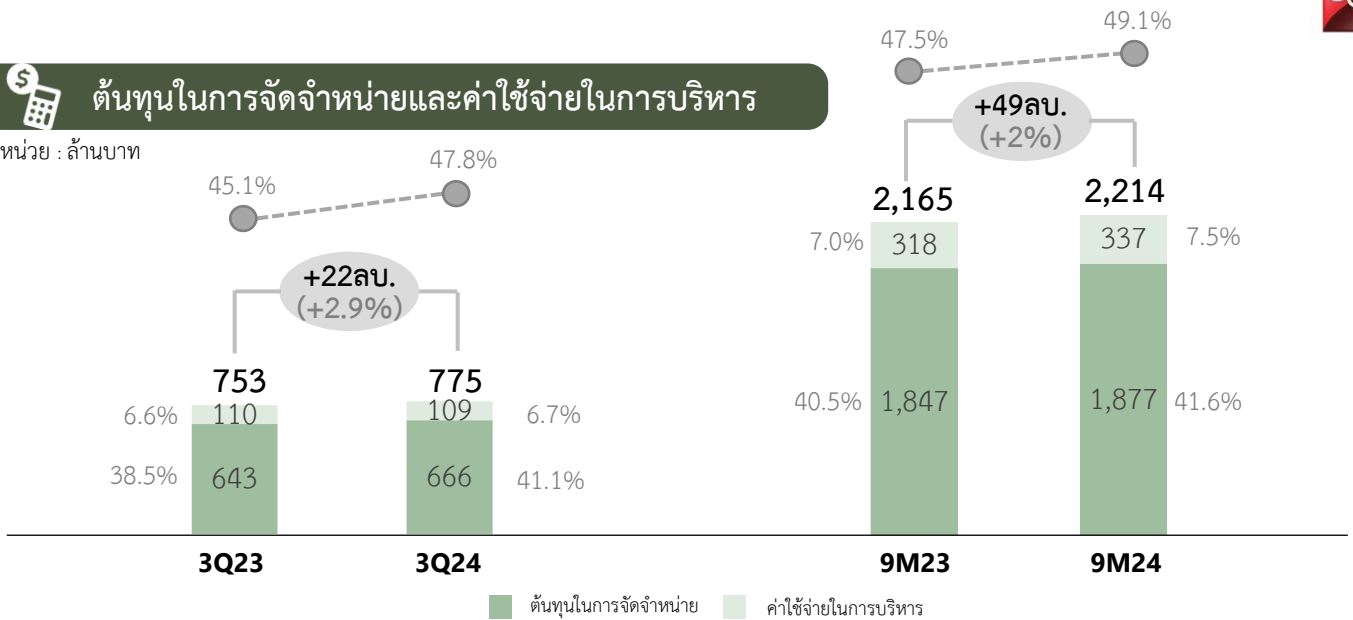
%อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 คือ 56.1% ลดลง 0.3% ลดลงจากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากสัดส่วน %กำไรขั้นต้นที่แตกต่างกันในกลุ่มธุรกิจร้านอาหารในประเทศ และธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต

%อัตรากำไรขั้นต้นใน 9 เดือนแรกปี 2567 คือ 56.2% ลดลงจากปีที่แล้วเล็กน้อย สาเหตุหลักมาจากการลดลงของ %กำไรขั้นต้นที่ลดลงในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 ถึงแม้ว่าราคาต้นทุนวัตถุดิบจะสูงขึ้น บริษัทฯ ยังคงรักษาระดับ %กำไรขั้นต้น จากการจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ และยังมีการผลิตแบบ LEAN และการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายคงที่ของโรงงาน



💰 ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย : ล้านบาท



3M

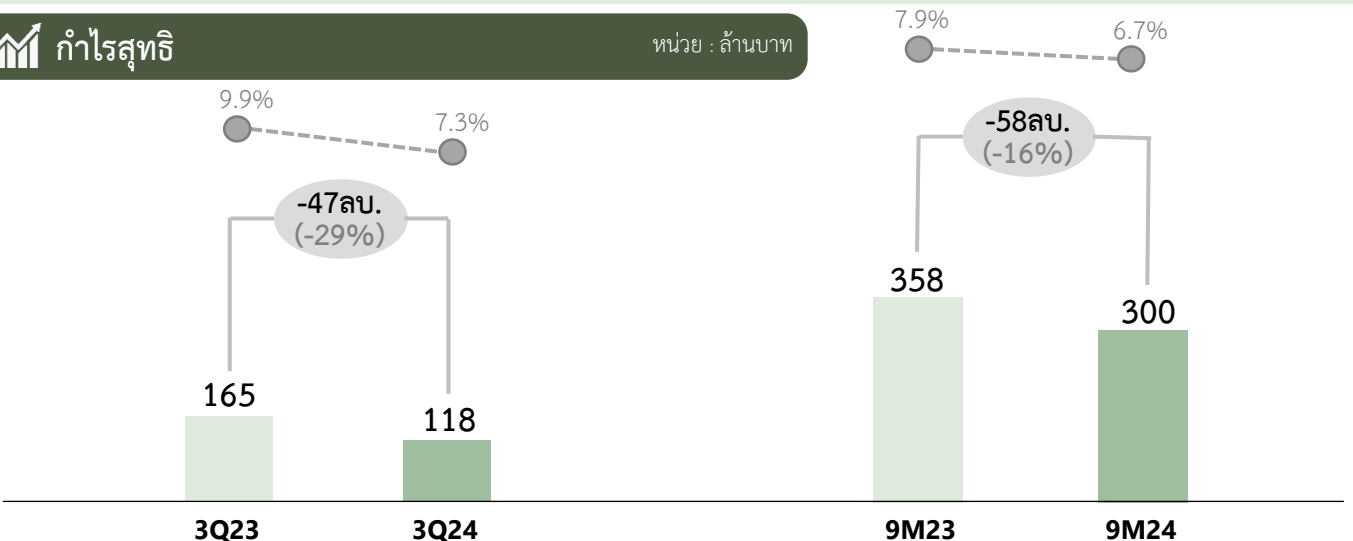
- ▶ **ต้นทุนในการจัดจำหน่าย** มีมูลค่า 666ลบ. หรือเพิ่มขึ้น 23 ลบ. เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการเช่าที่มีส่วนที่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่สูงกว่าปีที่แล้ว รวมถึงค่าเสื่อมราคาจากการปรับปรุงและการเปิดสาขาใหม่ในปีที่แล้วและปีนี้ %อัตราต้นทุนในการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น 2.6% ต่ำกว่าปีก่อน สาเหตุหลักมาจากรายได้ที่ลดลงและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น
- ▶ **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** เทียบเคียงกับปีก่อน ในขณะที่ %อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้น 0.1% ต่ำกว่าปีก่อน สาเหตุหลักมาจากต้นทุนคงที่ที่มีอยู่ ในขณะที่รายได้ลดลง

9M

- ▶ **ต้นทุนในการจัดจำหน่าย** มีมูลค่า 1,877ลบ. หรือเพิ่มขึ้น 30ลบ. เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการเช่าและค่าเสื่อมราคาจากการปรับปรุงและการเปิดสาขาใหม่ในปีที่แล้วและปีนี้ รวมถึงการลงทุนใหม่ในโครงการ Fresh Bake %อัตราต้นทุนในการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น 1.1% ต่ำกว่าปีก่อน สาเหตุหลักมาจากต้นทุนคงที่ในการจัดจำหน่ายที่มีอยู่ ในขณะที่รายได้ลดลง
- ▶ **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** เพิ่มขึ้น 19ลบ. เมื่อเทียบกับปีก่อน และ %อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้น 0.5% ต่ำกว่าปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นโดยรวมของครึ่งปีแรก 2567 เทียบกับครึ่งปีแรก 2566 โดยมีสาเหตุมาจาก 1) การกลับรายการสำรองหนี้สูญในไตรมาส 2 ปี 2566 2) การตัดจำหน่ายสินทรัพย์จากการปิดสาขา 7 แห่งในไตรมาส 1 ปี 2567 3) การตั้งสำรองหนี้สูญในไตรมาส 2 ปี 2567 และ 4) การปรับปรุง One-time

📈 กำไรสุทธิ

หน่วย : ล้านบาท



3M

9M

กำไรสุทธิในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 มีมูลค่า 118ลบ. ลดลง 47ลบ. หรือ ลดลง 29% เมื่อเทียบกับปีก่อน และ กำไรสุทธิใน 9 เดือนแรก ปี 2567 มีมูลค่า 300ลบ. ลดลง 58ลบ. หรือ ลดลง 16% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากยอดขายที่ลดลงในขณะที่ต้นทุนในการจัดจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้น สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการเช่าสูงขึ้น และค่าเสื่อมราคาจากการปรับปรุงและการเปิดสาขาใหม่ในปีที่แล้วและปีนี้



4 สรุปฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน

| ดัชนีชี้วัดสำคัญ (ล้านบาท) | ก.ย. 67 | | ธ.ค. 66 | |
|---|--------------|-------------|--------------|-------------|
| | ล้านบาท | % | ล้านบาท | % |
| เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด | 831 | 18% | 718 | 14% |
| สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม | 112 | 2% | 367 | 7% |
| สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น | 552 | 12% | 580 | 11% |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | 1,495 | 32% | 1,665 | 33% |
| เงินลงทุนในบริษัทร่วม | 148 | 3% | 111 | 2% |
| เงินลงทุนในการร่วมค้า | 155 | 3% | 186 | 4% |
| ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ | 1,636 | 35% | 1,642 | 33% |
| สินทรัพย์สิทธิการใช้ | 1,169 | 25% | 1,353 | 27% |
| สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น | 91 | 2% | 88 | 2% |
| รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน | 3,199 | 68% | 3,380 | 67% |
| รวมสินทรัพย์ | 4,694 | 100% | 5,045 | 100% |
| เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน | 1 | 0% | 1 | 0% |
| ส่วนของหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี | 11 | 0% | 11 | 0% |
| ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อที่ถึงกำหนดภายใน 1 ปี | 392 | 8% | 395 | 8% |
| เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น | 806 | 17% | 804 | 16% |
| หนี้สินหมุนเวียนอื่น | 67 | 1% | 104 | 2% |
| รวมหนี้สินหมุนเวียน | 1,277 | 26% | 1,315 | 26% |
| ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน | 8 | 0% | 16 | 0% |
| ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนเพื่อผลประโยชน์พนักงาน | 172 | 4% | 154 | 3% |
| หนี้สินตามสัญญาเช่า | 552 | 12% | 731 | 14% |
| หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น | 70 | 1% | 69 | 2% |
| รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน | 802 | 18% | 970 | 19% |
| รวมหนี้สิน | 2,079 | 44% | 2,285 | 45% |
| ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว | 515 | 11% | 515 | 10% |
| ส่วนเกินมูลค่าหุ้น | 690 | 15% | 690 | 14% |
| ส่วนเกินจากกำไรจากการโอนธุรกิจให้แก่การร่วมค้า | 80 | 2% | 80 | 2% |
| ทุนสำรองตามกฎหมาย | 52 | 1% | 52 | 1% |
| ยังไม่ได้จัดสรร | 1,231 | 26% | 1,368 | 27% |
| องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น | 12 | 0% | 18 | 0% |
| ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม | 35 | 1% | 37 | 1% |
| รวมส่วนของผู้ถือหุ้น | 2,615 | 56% | 2,760 | 55% |
| รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | 4,694 | 100% | 5,045 | 100% |
| ทุนจดทะเบียน | 515 | | 515 | |
| ราคาพาร์ (บาท/หุ้น) | 1.00 | | 1.00 | |
| จำนวนหุ้น (ล้านหน่วย) | 515 | | 515 | |

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 831 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 113 ล้านบาท เทียบกับเดือนธันวาคม 2566 โดยหลักมาจากการลดการจ่ายชำระในทรัพย์สิน อาคาร และอุปกรณ์ รวมถึงสินทรัพย์ไม่มีตัวตน 64 ล้านบาท และเงินสดที่ได้รับจากการขายทรัพย์สินทางปัญญาให้กับกิจการร่วมค้า 15 ล้านบาท

สินทรัพย์ทางการเงินที่มูลค่ายุติธรรม 112 ล้านบาท ลดลง 255 ล้านบาท เทียบกับเดือนธันวาคม 2566 โดยหลักมาจากการขายกองทุนรวม สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า: ลดลง 184 ล้านบาท เนื่องจากการคิดค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้และการครบกำหนดของหนี้สินตามสัญญาเช่า

หนี้สินหมุนเวียนอื่น ๆ: ลดลง 35 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลดลงของภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย



5 ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

ปัจจัยบวกภายนอก:

โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเพื่อเพิ่มการบริโภคในประเทศช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2024 เริ่มต้นด้วยการแจกเงินสด 10,000 บาท ซึ่งถือเป็นก้าวสำคัญในการกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคและสร้างโอกาสทางธุรกิจ

ปัจจัยบวกภายใน:

เทศกาลที่กำลังจะมาถึงซึ่งประกอบด้วยเค้กและคุกกี้ในช่วงปีใหม่

6 พัฒนาการด้านความยั่งยืน

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจอาหารและเบเกอรี่อย่างแข็งแกร่ง ตามหลักบรรษัทภิบาล พร้อมกับการดูแลสังคม และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) 7 ข้อ อันเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์หลักองค์กรที่ครอบคลุม 3P คือ People, Planet และ Prosperity โดยในไตรมาส 3 ปี 2567 บริษัทฯ มีการดำเนินงานด้านความยั่งยืนครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้ผู้บริโภค คู่ค้า พันธมิตรได้มาซึ่งสุขภาพดีและมีความสุขไปพร้อมกับการเติบโตบริษัทฯ

ด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มีการดำเนินงานด้วยความมุ่งมั่น สะท้อนความสำเร็จต่างๆ ผ่านพิธีมอบโล่ประกาศเกียรติคุณและรางวัลที่ได้รับ ดังนี้

1. โล่ประกาศเกียรติคุณองค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก (Climate Action Leading Organization: CALO) ระดับดีเด่น ประจำปี 2567 เพื่อเชิดชูเกียรติให้กับองค์กรที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการจัดการและแสดงความรับผิดชอบต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ผ่านการแสดงความมุ่งมั่นที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ตลอดจนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในระดับองค์กร จัดโดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
2. รางวัลตราสัญลักษณ์ G-Green ระดับประเทศ ประจำปี 2566 โดยบริษัทฯ เข้าร่วมโครงการ Green Restaurant จำนวน 11 แห่ง เพื่อเชิดชูเกียรติร้านอาหารเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด จัดโดย กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยในปี 2567 มีสาขาเข้าร่วมโครงการเพิ่ม 12 แห่ง
3. รางวัล MEA ENERGY AWARDS ปีที่ 7 ระดับ Standard แก่ร้าน S&P 3 แห่ง ได้แก่ ซอฟศิริราช คอนเนอร์ ซอฟปตท.ชัยพลกษัย และซอฟปตท.ราชพลกษัย ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพอากาศได้มาตรฐาน ในระดับ Standard จากผู้เข้ารับรางวัลทั้งหมด 125 แห่ง จัดโดยการไฟฟ้านครหลวง
4. ประกาศเกียรติคุณ "มหกรรมธุรกิจอาหารประเทศไทย ครั้งที่ 17 (MAKRO HORECA) 2024" แก่ผลิตภัณฑ์บัวลอยสามสี ซึ่งได้มีการพิจารณาคัดเลือกคู่ค้า ที่มี "การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม" จัดโดย บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน)
5. โครงการจัดทำ Carbon Footprint Organization โดยบริษัทฯ ยังคงเก็บข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่องทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ (Carbon Footprint Product & Carbon Footprint Reduction) โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์และฉลากลดโลกร้อนจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.)
6. โครงการ S&P EV Truck สำหรับขนส่งและกระจายสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขา เพื่อมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ซึ่งอยู่ระหว่างการพิจารณาขยายโครงการ
7. "โครงการแยกขยะให้ถูกถัง ปลูกฝังจิตสำนึก" แก่พนักงาน เพื่อให้ความรู้และความเข้าใจการคัดแยกขยะและหมุนเวียนไปใช้ประโยชน์สามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตได้ ตั้งแต่ระดับบุคคลเพื่อมุ่งหวังขยายผลไประดับครอบครัวและองค์กรต่อไป

ด้านสังคม บริษัทฯ มีดำเนินงาน ดังนี้

1. "โครงการสำรวจการมีส่วนร่วมและความผูกพันของบุคลากร ประจำปี 2567" เพื่อพัฒนาสุขภาวะที่ดีในการทำงานของพนักงานและสร้างองค์กรที่เข้มแข็ง
2. "โครงการ S&P Growing Together" เพื่อเยี่ยมชมกระบวนการผลิตของคู่ค้า รับทราบความต้องการและแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบจากเกษตรกรโดยตรงเพื่อมั่นใจในความปลอดภัยของอาหาร ตลอดจนเป็นเพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชน อาทิ เนื้อไก่ที่เลี้ยงด้วยอาหารเสริมสมุนไพร จ.สระบุรี ตะกร้าผักตบชวา ณ วิสาหกิจชุมชนจักสานผักตบชวาบ้านบางตาแผ่นดิน จ.อ่างทอง กระเป๋าผ้าขาม้งงานฝีมือของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านโนนธาตุ จ.อำนาจเจริญ
3. "โครงการ Knowledge Sharing" บริษัทฯ ยังมุ่งวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการและสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิกแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
4. "โครงการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจลูกค้า" เพื่อรับทราบข้อคิดเห็นและความคาดหวังของลูกค้า และพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการเพื่อเติมเต็มประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

ด้านบรรษัทภิบาล

1. บริษัทฯ ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2567 (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2024 : CGR) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในระดับ 5 ดาว หรือ "ดีเลิศ" (Excellent) อย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาศักยภาพของบริษัทฯ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืน
2. บริษัทฯ ได้การรับรองการต่อต้านยาเสพติดด้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เป็นครั้งที่ 3 ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) อย่างต่อเนื่อง



7 แคมเปญและโปรโมชั่นหลักในไตรมาสที่ 4 ปี 2567

FOREVER FAVORITES
A time for celebration.

1 ส.ร. 2567 - 31 ส.ร. 2568

เมนูถูกใจในภัทรภัท

- อินโหนดูแลบุล โหล่นงอ (Deep Fried Chicken Wrap with Sauce) 165.-
- เส้นก๋วยเตี๋ยวผัดสดกับหมู ไหล่นงอ (Hot Noodle with Pork, Fresh Vegetables) 175.-
- หมั่นทอกระเทียมทอด (Fried Garlic Shrimp) 165.-
- ปลาหมึกทอดพริกหรือพริกแดง (S&P Chile Cauliflower Fried with Squid) 165.-

10 พ.ย. 67 - 31 ส.ร. 67

ชุดปลากระพง SEABASS SET

ราคา 625.- (ลด 80.-)

ชุดปลาหมึกคู่กับข้าว (Squid with Rice)

- ปลาหมึกทอดพริก
- ผัดผัสดูแลบุล
- ข้าวสวยร้อนๆ

1 ส.ร. 67 - 31 ส.ร. 67

เมนูคัดสรร.. พิเศษ

ข้าวหมูทอดกระเทียมพริกไทยนุ่ม 168.- S-Pure

สะตอดัดกุ้งหมูสับ 218.- S-Pure

ก๋วยเตี๋ยวราดหน้าหมูสไลซ์ 165.- S-Pure

ข้าวสะตอกุ้งหมูสับนุ่ม 168.- S-Pure

แกงจืดผักกาดขาวเต้าหู้หมูสับ 145.- S-Pure

โจ๊กหมูทรงเครื่อง 135.- S-Pure

หนุ่ยเลี้ยงด้วยอาหารสูตรเสริม SYMBIOTICS

น้ำผลไม้สด
ดื่มสดชื่นดีต่อสุขภาพ

- น้ำส้ม 65.- (Longan Juice)
- น้ำมะนาวสด 65.- (Fresh Lime Squash)
- น้ำลำไย 85.- (Longan Fruits)
- น้ำมะนาว 75.- (Lime Fruits)
- น้ำชมพู่หรือส้ม 95.- (Strawberry Fruits)
- น้ำมะนาวสด 65.- (Fresh Lime Soda)

ร่วมใจกันปันน้ำใจหาทานที่ / ตามไอทีการโอนเงินเท่านั้น

สมาชิก S&P CARD (10% Bonus TDs) / รับแบบสะสมแต้ม

เฉพาะสั่งผ่าน InS.1344 (www.snp1344.com)

BlueCup Day

98.-

1344



- Coffee Series :**
1. Iced Espresso
 2. Iced Americano Lime Soda



NPD Happy Hippo Cake,
to catch up on market trend,
launch 1-30 Nov24



NPD Assorted Cake,
rotating new flavors to attract
customers, effective Nov.



20% Discount
Improve Wednesday Store Traffic
with Comm. Support

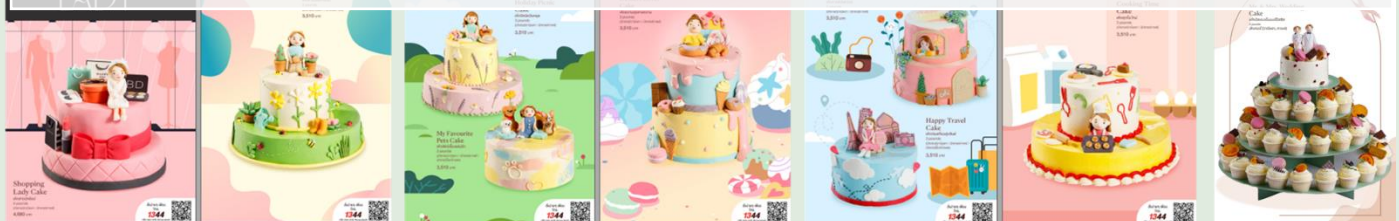


New Year Cake

For period (1/11/24 – 10/1/25)



Continue to strengthen Cake Leadership with Phase 2 Catalog Cake





S&P Syndicate Public Company Limited

2034/100-103, Italthai Tower, 23rd Floor., New Petchburi Rd.,

Bangkapi, Huaykwang, Bangkok 10310

Tel.: (02) 785-4000 Fax.: (02) 785-4040

For inquiries related to the Investor Relations, please contact us by:



irsnp@snpfood.com