

SPC : บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)

3M/2568 (ม.ค. - มี.ค. 2568)

ภาพรวมธุรกิจ

เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ด้วยระบบโลจิสติกส์ที่ทันสมัย ครอบคลุมทุกช่องทางกระจาย และมีเครือข่ายกว้างขวางในการกระจายสินค้าหลายรายการและหลากหลายแบรนด์สู่ครอบคลุมคนไทยทั่วประเทศ

งบการเงิน

	3M68	3M67	2567	2566
--	------	------	------	------

งบกำไรขาดทุน (ลบ.)

รายได้	10,275.49	9,798.86	41,820.48	38,460.81
ค่าใช้จ่าย	9,453.73	9,083.90	38,461.73	35,619.82
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	671.44	556.51	2,709.65	2,234.69

งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)

สินทรัพย์	37,679.15	37,740.75	37,883.83	37,835.44
หนี้สิน	9,654.94	10,530.32	10,375.09	11,207.01
ส่วนผู้ถือหุ้น	27,585.27	26,834.53	27,091.82	26,269.61

งบกระแสเงินสด (ลบ.)

กิจกรรมดำเนินงาน	131.11	42.05	675.33	2,041.48
กิจกรรมลงทุน	-624.06	118.52	-1,113.30	-356.14
กิจกรรมจัดหาเงิน	56.10	1.50	-681.73	-413.76

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

กำไรต่อหุ้น (บาท)	2.04	1.70	8.25	6.83
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	17.12	17.13	17.62	16.40
อัตรากำไรสุทธิ (%)	6.72	5.85	6.64	5.94
D/E Ratio (วิน)	0.34	0.39	0.38	0.42
ROE (%)	10.38	8.77	10.16	8.82
ROA (%)	9.15	7.78	8.83	7.58

แผนธุรกิจ

SPC มุ่งเน้นการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นใน 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยมีแผนขยายการลงทุนในธุรกิจอื่น ๆ เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ซึ่งได้ลงทุนในโรงพยาบาลนวนเวช และ โรงพยาบาลบรมใจรักษ์ เป็นต้น รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่แข็งแกร่งและครอบคลุมทั่วประเทศ นอกจากนี้ SPC ให้ความสำคัญกับการทำการตลาดแบบไวรัล และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น มีการวางแผนที่จะนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการต้นทุน และพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น การใช้ AI เพื่อจัดการต้นทุน และเพิ่มการใช้รถที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการขนส่งสินค้า เป็นต้น

แผนการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน

- **ดำเนินธุรกิจภายใต้กลยุทธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว:** บริษัทมีการวางกลยุทธ์ เพื่อการเติบโตทางธุรกิจทั้งระยะสั้น และระยะยาว แต่ยังคงความยืดหยุ่นในการปรับตัว โดยคำนึงถึงปัจจัยเสี่ยง ทั้งภายในและภายนอกอย่างครบถ้วน
- **ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส:** บริษัทมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส (Transparency) และตรวจสอบได้ใช้หลักธรรมาภิบาล ต่อ ด้านการทุจริต และคอร์รัปชันในทุกขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ
- **ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย:** บริษัทมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นให้เกิดผลกระทบในทางลบให้น้อยที่สุดหรือไม่มีเลย ต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งสังคมใกล้และไกล ทั้งทางตรงและทางอ้อม และยังมีมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าร่วมกันด้วยความจริงใจ
- **ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม:** บริษัทมีนโยบายในการบริหารจัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการปฏิบัติการ ให้เกิดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมและชุมชนให้น้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

Highlight ที่น่าสนใจของบริษัท

ด้วยประสบการณ์กว่า 83 ปี ของการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ที่ SPC ได้มอบบริการการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพแบบครบวงจร มีศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศที่มากกว่า 76 จุด มีระบบโลจิสติกส์ที่ทันสมัย ขนส่งรวดเร็ว และครอบคลุมทุกช่องทางกระจาย และ SPC ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาบริการต่อไป เพื่อสร้างความสุขให้กับคนไทยทุกครัวเรือน ด้วยการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพอย่างมีคุณธรรม

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

สรุปผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีกำไรสุทธิในไตรมาส 1/2568 จำนวน 671.44 ล้านบาท เปรียบเทียบกับไตรมาส 1/2567 จำนวน 556.51 ล้านบาท **เพิ่มขึ้น**จำนวน 114.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 20.65 โดยปัจจัยหลักที่ส่งผลให้กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น มีดังนี้

1. **รายได้รวม:** บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้รวมในไตรมาส 1/2568 จำนวน 10,235.64 ล้านบาท **เพิ่มขึ้น**จากไตรมาส 1/2567 จำนวน 476.38 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.88 จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย
2. **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย และค่าใช้จ่ายในการบริหาร:** บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร จำนวน 1,101.99 ล้านบาท **เพิ่มขึ้น**จากไตรมาส 1/2567 จำนวน 82.21 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.06 โดยค่าใช้จ่ายหลักที่เพิ่มขึ้น คือค่าส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยสนับสนุนการขายตลาด และเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง
3. **รายได้เงินปันผล:** บริษัทมีรายได้จากเงินปันผล **เพิ่มขึ้น**จำนวน 141 ล้านบาท ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้กำไรของบริษัทเติบโต

พัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ มีการกำหนดเป้าหมายยอดขายที่ชัดเจนเพื่อเป็นการสร้างทิศทางและแรงจูงใจให้กับองค์กร พร้อมทั้งพัฒนากลยุทธ์การขาย และการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยการเพิ่มสินค้าใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด การขยายฐานลูกค้าใหม่ รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการพัฒนาและเสริมความแข็งแกร่งให้กับช่องทางออนไลน์ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถเข้าถึง และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่มุ่งพัฒนาการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมทุกกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท ตลอดจนกำหนดกระบวนการในการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยนำกรอบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรเชิงบูรณาการตามมาตรฐานสากล (COSO Enterprise Risk Management) มาประยุกต์เป็นแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยมีหน่วยงานบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่ในการกำกับดูแลความเสี่ยงอย่างเป็นอิสระ มีการประเมินความเสี่ยงในระดับองค์กร (Corporate Risk) รวมถึงมีการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงรอบด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านการปฏิบัติการ ด้านการเงิน ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG) รวมถึงด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ทั้งนี้ เพื่อกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยง และควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ ตลอดจนมีการติดตามและรายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ (รายละเอียดข้อมูลความเสี่ยงที่สำคัญเพิ่มเติมในแบบ 56-1 One Report 2024, หน้า 19-24)

รางวัลและความสำเร็จที่ผ่านมาของบริษัท

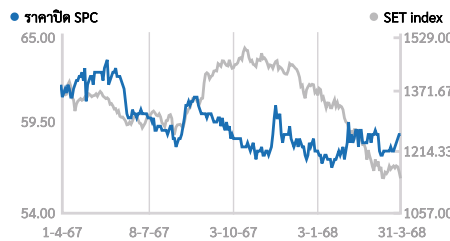
- **Top 50 Companies In Thailand 2025 ประจำปี 2568** ที่คนรุ่นใหม่อยากร่วมงานด้วยมากที่สุดจาก WorkVenture
- บริษัทฯ ในฐานะผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ **"มาม่า"** ครองตำแหน่งแบรนด์ที่ผู้บริโภคไทยไว้วางใจสูงสุด 25 ปีซ้อน การ์นตีด้วยรางวัล **"2025 Thailand's Most Admired Brand"**
- บริษัทฯ เข้ารับ **โล่ประกาศเกียรติคุณ** ในโอกาสเป็นผู้สนับสนุนการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ร่วมกับภาคเอกชนอื่น ๆ เพื่อช่วยกันผลักดัน พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยให้ยั่งยืน

โครงสร้างรายได้ตามประเภทธุรกิจ

รายได้จากการขาย	97.5%
รายได้จากการให้เช่าและบริการ	0.13%
รายได้เงินปันผล	2.05%
อื่นๆ	0.32%

ข้อมูลหลักทรัพย์

SET / SERVICE / COMM



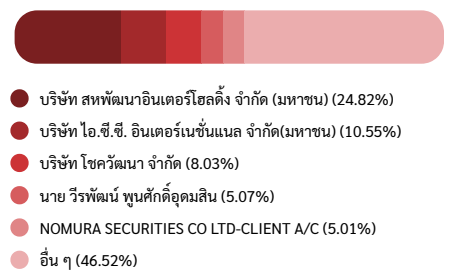
ณ วันที่ 31/03/68	SPC	COMM	SET
P/E (เท่า)	7.19	19.85	15.78
P/BV (เท่า)	0.72	1.54	1.10
Dividend yield (%)	4.06	2.89	4.37
	31/03/68	30/12/67	28/12/66
Market Cap (ลบ.)	19,470.00	19,387.50	20,460.00
ราคา (บาท/หุ้น)	59.00	58.75	62.00
P/E (เท่า)	7.19	6.86	10.73
P/BV (เท่า)	0.72	0.71	0.80

CG Report:



ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ณ วันที่ 11/03/2568



ช่องทางการติดต่อบริษัท

- 📄 <http://www.sahapat.co.th>
- ✉ ir@sahapat.co.th
- ☎ 0-2318-0062
- 🏢 2156 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
- 🌐 ข้อมูลการซื้อขายอื่น ๆ : https://www.settrade.com/C04_01_stock_quote_p1.jsp?txtSymbol=SPC

หมายเหตุ : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัทจดทะเบียนไม่ได้นำมาเผยแพร่หรือเชื่อมโยงกับกองทุนใด ๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุน ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลพื้นฐานและตรวจสอบคำปรึกษาจากผู้ประกอบการวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ได้อำนาจในการเผยแพร่ข้อมูลหรือข้อมูลอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายจากการนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้โดยไม่ถูกต้องหรือไม่ตรงกับความเป็นจริง รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใดนำเอกสารหรือข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์หรือข้อมูลอื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัทฯ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานการสื่อสารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วันที่เผยแพร่ข้อมูล 30/06/2568

