



ที่ FI202111-01

วันที่ 11 พฤศจิกายน 2564

เรื่อง รายงานผลการดำเนินงานสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 และผลการดำเนินงาน  
ที่เปลี่ยนแปลงจากงวดเดียวกันของปี 2563 เกินกว่าร้อยละ 20  
เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตามข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่อ้างถึง ให้กรณีที่ผลการดำเนินงานตามงบกำไรขาดทุนของบริษัทจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงจากงวดเดียวกัน  
ของปีก่อนเกินร้อยละ 20 กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนต้องทำรายงานชี้แจงสาเหตุการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว พร้อมกับนำส่งงบการเงินนั้น บริษัทฯ ขอชี้แจงผล  
ประกอบการของบริษัทฯ รายละเอียด ดังนี้

งบกำไรขาดทุนปี Q3/2564

งบกำไรขาดทุน	Q3/2021	%	Q3/2020	%	Q2/2021	%	YoY%	QoQ%	9M/2021	%	9M/2020	%	YoY%
<b>รายได้รวม</b>	<b>1,083,863</b>	<b>100.0%</b>	<b>954,248</b>	<b>100.0%</b>	<b>960,495</b>	<b>100.0%</b>	<b>13.6%</b>	<b>12.8%</b>	<b>2,816,997</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,526,796</b>	<b>100.0%</b>	<b>11.5%</b>
รายได้จากการขาย	1,000,145	92.3%	940,366	98.5%	891,006	92.8%	6.4%	12.2%	2,625,440	93.2%	2,474,825	97.9%	6.1%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	-	0.0%	1,168	0.1%	-	0.0%	-100.0%		-	0.0%	-	0.0%	
รายได้อื่น	83,718	7.7%	12,714	1.3%	69,489	7.2%	558.5%	20.5%	191,557	6.8%	38,934	1.5%	392.0%
<b>ต้นทุนขาย</b>	<b>595,583</b>	<b>55.0%</b>	<b>576,349</b>	<b>60.4%</b>	<b>536,289</b>	<b>55.8%</b>	<b>3.3%</b>	<b>11.1%</b>	<b>1,591,522</b>	<b>56.5%</b>	<b>1,564,674</b>	<b>61.9%</b>	<b>1.7%</b>
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>488,280</b>	<b>45.0%</b>	<b>377,899</b>	<b>39.6%</b>	<b>424,206</b>	<b>44.2%</b>	<b>29.2%</b>	<b>15.1%</b>	<b>1,225,475</b>	<b>43.5%</b>	<b>949,085</b>	<b>37.6%</b>	<b>29.1%</b>
<b>ค่าใช้จ่ายการขายและการบริหาร</b>	<b>305,599</b>	<b>28.2%</b>	<b>197,952</b>	<b>20.7%</b>	<b>262,715</b>	<b>27.4%</b>	<b>54.4%</b>	<b>16.3%</b>	<b>761,624</b>	<b>27.0%</b>	<b>559,798</b>	<b>22.2%</b>	<b>36.1%</b>
ค่าใช้จ่ายการขาย	221,157	20.4%	124,785	13.1%	182,427	19.0%	77.2%	21.2%	521,988	18.5%	324,448	12.8%	60.9%
ค่าใช้จ่ายการบริหาร	81,314	7.5%	73,167	7.7%	80,002	8.3%	11.1%	1.6%	231,616	8.2%	222,787	8.8%	4.0%
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน	3,128	0.3%	-	0.0%	286	0.0%	100.0%	993.8%	8,020	0.3%	12,563	0.5%	-36.2%
<b>กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b>182,682</b>	<b>16.9%</b>	<b>179,947</b>	<b>18.9%</b>	<b>161,491</b>	<b>16.8%</b>	<b>1.5%</b>	<b>13.1%</b>	<b>463,852</b>	<b>16.5%</b>	<b>389,287</b>	<b>15.4%</b>	<b>19.2%</b>
ต้นทุนทางการเงิน	(528)	0.0%	(749)	-0.1%	(707)	-0.1%	-29.6%	-25.4%	(1,891)	-0.1%	(2,440)	-0.1%	13.6%
กลืนรายการขาดทุนจากการค้ำ (TFRS 9)	8	0.0%	426	0.0%	(168)	0.0%	-98.0%	-105.0%	(330)	0.0%	4,118	0.2%	-108.0%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ในการลงทุนบริษัทร่วม	(3,610)	-0.3%	(9,956)	-1.0%	(3,609)	-0.4%	-63.7%	0.0%	(16,505)	-0.6%	(15,458)	-0.3%	6.8%
<b>กำไรก่อนภาษีเงินได้</b>	<b>178,553</b>	<b>16.5%</b>	<b>169,668</b>	<b>17.8%</b>	<b>157,007</b>	<b>16.3%</b>	<b>5.2%</b>	<b>13.7%</b>	<b>445,127</b>	<b>15.8%</b>	<b>375,504</b>	<b>14.9%</b>	<b>18.5%</b>
ภาษีเงินได้บิดเบือน	35,557	3.3%	35,104	3.7%	31,835	3.3%	1.3%	11.7%	91,911	3.3%	76,290	3.0%	20.5%
<b>กำไร(ขาดทุน)สุทธิ</b>	<b>142,995</b>	<b>13.2%</b>	<b>134,564</b>	<b>14.1%</b>	<b>125,172</b>	<b>13.0%</b>	<b>6.3%</b>	<b>14.2%</b>	<b>353,215</b>	<b>12.5%</b>	<b>299,214</b>	<b>11.8%</b>	<b>18.0%</b>
กำไร(ขาดทุน) ส่วนของบริษัทใหญ่	142,000	13.1%	132,773	13.9%	126,866	13.2%	6.9%	11.9%	355,434	12.6%	297,537	11.8%	19.5%



## ภาพรวม

ผลประกอบการของ บริษัท เซ็ปเป้ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ตามงบการเงินรวมในไตรมาส 3/2564 บริษัทฯ มีรายได้รวมเท่ากับ 1,083.9 ล้านบาท ซึ่งเป็นยอดขายได้รวมที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับทุกไตรมาสก่อนหน้า หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้น 13.6% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายในต่างประเทศที่ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 หลังจากทั่วโลกเริ่มรับการฉีดวัคซีนเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ยอดขายในประเทศมีการปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศที่ยังไม่คลี่คลายลง รวมทั้งผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วมหลายพื้นที่ตามต่างจังหวัด ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเดินทางของผู้บริโภคและปัญหาการขนส่งสินค้า

สัดส่วนต้นทุนขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ 55.0% คิดเป็นการปรับตัวลดลงกว่า 5.4 pts. เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ 3/2563 โดยมีปัจจัยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของอัตรการใช้กำลังการผลิต ตลอดจนการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในไตรมาสนี้อยู่ที่ 302.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนที่ 198.0 หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้น 52.7% ซึ่งมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการส่งออกจากสถานการณ์การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ในตลาดต่างประเทศ โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นนี้สามารถเรียกเก็บเพิ่มเติมจากลูกค้าในต่างประเทศได้ และมีการรับรู้รายการดังกล่าวในรายได้อื่น ส่งผลให้กำไรสุทธิในไตรมาสนี้อยู่ที่ 143.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.3% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้าที่มีกำไรสุทธิที่ 134.6 ล้านบาท

## รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในไตรมาสนี้ เท่ากับ 1,000.1 ล้านบาท ซึ่งเป็นยอดขายได้จากการขายที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับทุกไตรมาสก่อนหน้า และเป็นการเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า 940.4 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้น 6.4% โดยแบ่งเป็นรายได้จากการขายในประเทศ 315.0 ล้านบาท คิดเป็นการลดลง 33.7% เมื่อเปรียบเทียบกับ ไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า และรายได้จากการขายต่างประเทศ 685.1 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 47.2% เมื่อเปรียบเทียบกับ ไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า

สำหรับรายได้จากการขายในประเทศซึ่งปรับตัวลดลง มีสาเหตุหลักมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทวีความรุนแรงขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า รวมทั้งได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วมหลายพื้นที่ตามต่างจังหวัด ส่งผลโดยต่อยอดขายในช่องทางการขายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditioal Trade) ในขณะที่ยอดขายในช่องทาง Online และ E-Commerce มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่สามารถชดเชยยอดขายในช่องทางหลักเดิมของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีแผนการจัดจำหน่ายสินค้าใหม่ (NPD) อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายไตรมาส 2/2564 นี้ อันได้แก่ กาแฟแบรนด์ เพรียวคอฟฟี่ สูตรคอลลาเจน ไทพ์ู, กาแฟแบรนด์แม็กซ์ทิฟ สูตรถั่งเช่า, ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร SAPPE x TAKABB, บิวตี้ คริงค์ รูบี้ เลดี้ และ ลูกอมครุฑเพ็ญศรี รวมถึงสินค้าใหม่ในไตรมาสนี้ อันได้แก่ กูมิ กูมิ เยลลี่ รสโยเกิร์ต, เซ็ปเป้ โอเลเวอร์ 2 รสชาติ น้ำผึ้งเลมอน และพีช และ เซ็ปเป้ บิวตี้ คริงค์ สูตรหวานน้อย Beauti Immu-C (บิวตี้ อิมมู-ซี) และ Beauti Booster (บิวตี้ บูสเตอร์) โดยบริษัทฯ คาดการณ์ว่าสินค้าใหม่เหล่านี้จะสามารถทำให้ยอดขายในประเทศกลับมาเติบโตได้หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เริ่มคลี่คลายลงในปลายปีจนถึงปี 2565 เป็นต้นไป

สำหรับรายได้การขายในต่างประเทศ ที่ปรับตัวสูงขึ้นถึง 47.2% บริษัทฯ เห็นสัญญาณฟื้นตัวอย่างชัดเจนหลังจากทั่วโลกเริ่มรับการฉีดวัคซีนเพิ่มมากขึ้นในไตรมาสนี้ ซึ่งส่งผลดีต่อการฟื้นตัวของกำลังซื้อของผู้บริโภคในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในไตรมาสนี้ที่บริษัทเริ่มเห็นการฟื้นตัวที่ชัดเจนมากขึ้นในภูมิภาคเอเชียที่เป็นมีสัดส่วนการส่งออกที่สูงที่สุด แม้ว่าปัจจุบันจากสถานการณ์การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ตั้งแต่ช่วงปลายปี 2563 ยังไม่คลี่คลาย และส่งผลให้ค่าระวางการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น ทางบริษัทฯ ได้มีการหารือกับพันธมิตรในการที่จะบริหารจัดการปัญหาในส่วนนี้ในระยะยาวแล้ว

## ต้นทุนขาย

ต้นทุนขายในไตรมาส 3/2564 คิดเป็น 55.0% ต่อรายได้รวม ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนที่ 60.4% อันเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของอัตรการใช้กำลังการผลิตหลังจากที่ยอดขายในตลาดต่างประเทศมีการฟื้นตัวอย่างมาก การอ่อนค่าของค่าเงินบาทในไตรมาสนี้ และการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง



### ค่าใช้จ่ายในการขาย

บริษัทฯ มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมในไตรมาสนี้เท่ากับ 20.4% ของรายได้รวม ปรับตัวเพิ่มขึ้น 7.3 pts เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้าที่ 13.1% โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลงทุนด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการส่งออกจากสถานการค้าการค้าเขตการค้าเสรีคอนเทนเนอร์ในตลาดต่างประเทศ ส่งผลให้ค่าระวางการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น

ในปัจจุบันบริษัทฯ เป็นผู้จัดหาผู้ให้บริการการขนส่งทางเรือให้กับลูกค้าต่างประเทศบางราย เนื่องจากสามารถจัดหาอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าอัตราค่าบริการที่ลูกค้าในประเทศจัดหาเอง และเรียกเก็บค่าใช้จ่ายในส่วนนี้คืนในภายหลัง ในส่วนนี้จึงทำให้ทั้งค่าใช้จ่ายในการขายและรายได้อื่นเพิ่มขึ้นชัดเจนเช่นกันตั้งแต่ไตรมาส 1/2564 เป็นต้นมา

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการปรับลดงบประมาณการตลาดในประเทศบางส่วน และเพิ่มงบประมาณการตลาดในต่างประเทศเพื่อสร้างการรับรู้ การขยายฐานผู้บริโภค รวมถึงสร้าง Loyalty กับผู้บริโภคต่างประเทศมากขึ้นผ่านกลยุทธ์แบบ O2O (Online to Online/Offline Marketing) ส่งผลให้การเติบโตของยอดขายในตลาดต่างประเทศเติบโตอย่างก้าวกระโดด เพื่อชดเชยการชะลอตัวของยอดขายในประเทศ

ทั้งนี้ สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายที่ไม่รวมการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการส่งออกต่อรายได้รวมดังกล่าว ยังคงอยู่ในการควบคุมและบริหารจัดการได้โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพของการใช้งบประมาณ ภายใต้ภาวะตลาดที่ไม่ปรกติจากการแพร่ระบาดของโควิด-19

### ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายการบริหารในไตรมาสนี้เท่ากับ 81.3 ล้านบาท หรือคิดเป็น 7.5% ต่อรายได้รวม ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้าที่ 73.2 ล้านบาท หรือคิดเป็น 7.7% ต่อรายได้รวม

### ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ในการลงทุนในบริษัทร่วม

ในไตรมาสนี้ บริษัทฯ รับรู้ขาดทุนจำนวน 3.6 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการร่วมลงทุนใน บริษัท ดานอน เซ็ปเป้ เบฟเวอเรจส์ จำกัด (คิดจากการถือหุ้น 25%) โดยเป็นการลงทุนด้านค่าใช้จ่ายทางการขายและการตลาดเพื่อสร้าง Brand Awareness ในระยะกลาง-ยาวตามแผนงานที่วางไว้ และคาดการณ์ว่าผลขาดทุนดังกล่าวจะลดลงอย่างมีนัยสำคัญในปี 2565 เป็นต้นไป

### กำไร(ขาดทุน)สุทธิ

กำไรสุทธิในไตรมาส 3/2564 เท่ากับ 143.0 ล้านบาทหรือคิดเป็น 13.2% ต่อรายได้รวม เติบโต 6.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวปิยจิต รักริยะพงศ์)  
กรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร