



ที่ FI202302-01

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และชี้แจงผลการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงเกินร้อยละ 20 เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ซีพี จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 ที่เปลี่ยนแปลงเกินร้อยละ 20 เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(หน่วย : พันบาท)

งบกำไรขาดทุน	Q4/2565	%	Q4/2564	%	Q3/2565	%	YoY%	QoQ%	2565	%	2564	%	YoY%
รายได้รวม	1,089,508	105.6%	898,113	109.7%	1,356,628	106.0%	21.3%	-19.7%	4,899,505	107.3%	3,712,765	107.8%	32.0%
รายได้จากการขาย	1,031,727	100.0%	818,720	100.0%	1,279,318	100.0%	26.0%	-19.4%	4,566,400	100.0%	3,444,160	100.0%	32.6%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	22,354	2.2%	2,345	0.3%	-	0.0%	853.2%	100.0%	-	0.0%	-	0.0%	
รายได้อื่น	35,427	3.4%	77,048	9.4%	77,310	6.0%	-54.0%	-54.2%	333,105	7.3%	268,605	7.8%	24.0%
ต้นทุนขาย	612,217	59.3%	497,604	60.8%	755,582	59.1%	23.0%	-19.0%	2,702,901	59.2%	2,089,127	60.7%	29.4%
กำไรขั้นต้น	419,509	40.7%	321,115	39.2%	523,736	40.9%	30.6%	-19.9%	1,863,499	40.8%	1,355,033	39.3%	37.5%
ค่าใช้จ่ายการขายและการบริหาร	284,143	27.5%	324,535	39.6%	376,693	29.4%	-12.4%	-24.6%	1,374,660	30.1%	1,083,813	31.5%	26.8%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	167,679	16.3%	237,896	29.1%	256,450	20.0%	-29.5%	-34.6%	982,881	21.5%	759,883	22.1%	29.3%
ค่าใช้จ่ายการบริหาร	116,464	11.3%	86,639	10.6%	95,120	7.4%	34.4%	22.4%	383,270	8.4%	318,255	9.2%	20.4%
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	-	0.0%	-	0.0%	25,123	2.0%		-100.0%	8,510	0.2%	5,675	0.2%	50.0%
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	193,148	18.7%	75,974	9.3%	224,353	17.5%	154.2%	-13.9%	821,944	18.0%	539,825	15.7%	52.3%
ต้นทุนทางการเงิน	(617)	-0.1%	(625)	-0.1%	(531)	0.0%	-1.3%	16.2%	(2,285)	-0.1%	(2,516)	-0.1%	-9.2%
ขาดทุนจากการด้อยค่าซึ่งเป็นไปตาม TFRS 9	797	0.1%	(530)	-0.1%	(412)	0.0%	-250.4%	-293.2%	(3,866)	-0.1%	(859)	0.0%	350.0%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ของบริษัทร่วม และการร่วมค้า	(680)	-0.1%	(3,730)	-0.5%	(472)	0.0%	-81.8%	44.2%	344	0.0%	(20,235)	-0.6%	-101.7%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	192,648	18.7%	71,089	8.7%	222,938	17.4%	171.0%	-13.6%	816,136	17.9%	516,215	15.0%	58.1%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	152,506	14.8%	57,020	7.0%	178,409	13.9%	167.5%	-14.5%	654,429	14.3%	410,235	11.9%	59.5%
กำไร(ขาดทุน) ส่วนของบริษัทใหญ่	154,340	15.0%	55,981	6.8%	178,141	13.9%	178.7%	-13.4%	653,151	14.3%	410,814	11.9%	59.0%

ภาพรวม

ผลประกอบการของ บริษัท ซีพี จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ตามงบการเงินรวมประจำปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้รวมเท่ากับ 4,899.5 ล้านบาท ซึ่งเป็นยอดรายได้จากการขายที่สูงที่สุดตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ (All Time High) คิดเป็นการเติบโต 32.0% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักมาจากการเติบโตของยอดขายในต่างประเทศจากทั้งในภูมิภาค เอเชีย ยุโรป ตะวันออกกลาง จากการที่บริษัทสามารถขยายช่องทางการขายในตลาดต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะช่องทางการขายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ (National Chain)



สัดส่วนต้นทุนขายในปี 2565 ต่อรายได้จากการขายอยู่ที่ 59.2% คิดเป็นการปรับตัวลดลง 1.5 pts. เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า โดยบริษัทฯ ได้รับปัจจัยบวกบางส่วนจากการอ่อนค่าของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ แต่ยังไม่สามารถชดเชยการเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการผลิตที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องได้ ทั้งนี้ ปัจจัยหลักที่ทำให้ต้นทุนขายปรับตัวดีขึ้นมาจากการบริหารจัดการภายในด้านการผลิต อาทิเช่น การเพิ่มขึ้นของอัตราการใช้กำลังการผลิต ลดการสูญเสีย ตลอดจนการบริหารจัดการต้นทุนทรัพยากรบุคคล เชื้อเพลิง พลังงาน และโซลูชันการผลิตอื่นๆ

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในปีนี้ (ไม่รวมผลกำไร/ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) อยู่ที่ 1,366.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้าที่ 1,078.1 หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้น 26.7% ซึ่งมาจากการเพิ่มขึ้นของกิจกรรมทางการขายและการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายในตลาดต่างประเทศเป็นสำคัญ แต่หากเทียบสัดส่วนต่อยอดขายจะอยู่ที่ 29.9% ปรับตัวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้าที่ 31.3% จากประสิทธิภาพการใช้งบประมาณที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการส่งออกจากสถานการณ์การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ในตลาดต่างประเทศมีผลคลี่คลายลง โดยค่าใช้จ่ายที่ลดลงนี้ส่งผลให้การรับรู้รายการดังกล่าวในรายได้อื่นในส่วนนี้ลดลงเช่นเดียวกับไตรมาสที่ 4 โดยกำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ปีนี้อยู่ที่ 653.2 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 59.0% จากปีก่อนหน้าที่มีกำไรสุทธิที่ 410.8 ล้านบาท

สำหรับภาพรวมของไตรมาสที่ 4 ปี 2565 บริษัทมีรายได้รวมเท่ากับ 1,089.5 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ที่ 154.3 ล้านบาท คิดเป็นการเติบโตที่ 21.3% และ 178.7% ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า

รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในปีนี้ เท่ากับ 4,566.4 ล้านบาท ซึ่งเป็นยอดรายได้จากการขายที่สูงที่สุดตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ (All Time High) คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 32.6% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า

รายได้จากการขายในไตรมาสที่ 4 ของปี 2565 ยังคงเป็นรายได้จากการขายที่สูงที่สุดสำหรับไตรมาสที่ 4 ตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ ที่ 1,031.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นที่ +26.0% อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จะมีการปรับตัวลดลง -19.4% ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงจากฤดูกาลขายสินค้าที่มีแนวโน้มอ่อนตัวลงในช่วงฤดูหนาว

รายได้จากการขายต่างประเทศ 3,511.4 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 57.2% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งเป็นการปรับฐานใหม่ของแต่ละประเทศในปีนี้จากความสามารถในการขยายฐานลูกค้าเข้าสู่หลายช่องทางหลักได้เพิ่มมากขึ้น โดยขยายช่องทางจัดจำหน่ายเข้าสู่ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ในประเทศฝรั่งเศส รวมถึงเพิ่มช่องทางกระจายสินค้าให้ครอบคลุมในหลายประเทศ ส่งผลให้มียอดคำสั่งซื้อในทุกภูมิภาคเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

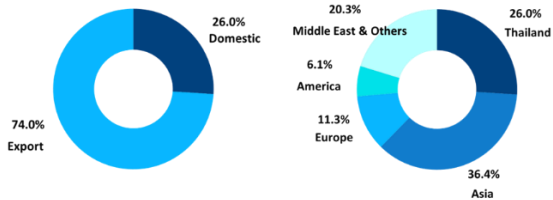
นอกจากนี้ สำหรับภูมิภาคเอเชียซึ่งบริษัทฯ ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายครอบคลุมทั่วประเทศแล้ว อาทิเช่นประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศอินโดนีเซีย บริษัทฯ ก็ได้ทำแคมเปญการตลาดเพื่อจับกลุ่ม Gen Z มากขึ้น โดยเฉพาะการตลาดออนไลน์ผ่าน Loyalty Campaign, แพลตฟอร์ม Metaverse อย่าง Zepeto, การนำเสนอสินค้าผ่านรายการ Reality Show ของศิลปิน BTS หรือแม้แต่แคมเปญเพื่อการสื่อสารบน Instagram และ Facebook เพื่อกระตุ้นการซื้อเครื่องดื่มของบริษัทฯ ควบคู่กับมืออาหาร (Food Pairing)

ทั้งนี้ สินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดในตลาดต่างประเทศคือ เครื่องดื่มผสมวุ้นมะพร้าวแบรนด์ โมกู โมกู (Mogu Mogu) และเครื่องดื่มผสมวานิลลาจอร์เจ้ ซีปเป้ อโลวรา คริงค์ เป็นต้น ซึ่ง SAPPE มีการส่งออกสินค้าไปกว่า 90 ประเทศทั่วโลก โดยเห็นได้จากการเติบโตของยอดขายในปีนี้เทียบกับปีก่อนในแต่ละภูมิภาค อันได้แก่ทวีปยุโรปมีการเติบโตสูงถึง 148.6%, ทวีปเอเชียเติบโต 56.1% และตะวันออกกลางเติบโต 43.2% โดยแม่ไตรมาสที่ 4 ของทุกปีจะเป็น Low Season สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม แต่บริษัทฯ ยังคงเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในไตรมาสที่ 4/2565 เปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า จากคำสั่งซื้อที่เพิ่มเข้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 บริษัทฯ ยังคงเล็งเห็นการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการบริโภคสินค้าจากกลุ่มลูกค้าเดิมด้วยแผนการลงทุนทางการตลาดที่มีอย่างต่อเนื่อง และความสามารถในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในกลุ่มลูกค้าใหม่

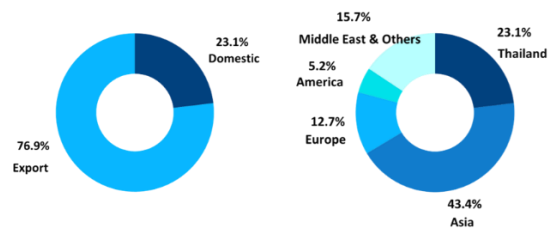


สำหรับรายได้จากการขายในประเทศ 1,055.0 ล้านบาท คิดเป็นการลดลง 12.8% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า เนื่องจากทั้งปัจจัยภายนอก การบริโภคในประเทศยังไม่ฟื้นตัวนัก ประกอบกับปัจจัยภายในบริษัทฯ ด้านข้อจำกัดด้านกำลังการผลิตของโรงงานที่ต้องรองรับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดในตลาดต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแผนงานการออกสินค้าใหม่ในปีที่มีการปรับลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เริ่มเห็นสัญญาณการฟื้นตัวที่ดีขึ้นของเศรษฐกิจโดยรวม และได้ปรับแผนการออกสินค้าใหม่สำหรับปี 2566 บริษัทฯ คาดการณ์ว่ารายได้จากการขายในประเทศจะกลับมาเติบโต จากแผนงานการออกสินค้าใหม่ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปี 2566 ประมาณ 20 SKUs รวมถึงการทำตลาดในช่องทาง Online และ e-Commerce ซึ่งเป็นช่องทางที่บริษัทฯ เล็งเห็นศักยภาพและโอกาสการเติบโตระดับสูงในอนาคต

รายได้จากการขายไตรมาส 4/2565



รายได้จากการขายปี 2565



ต้นทุนขาย

บริษัทเริ่มรับรู้ต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนเม็ดพลาสติก (PET Resin) ที่สูงขึ้นตามราคาน้ำมัน รวมถึงต้นทุนวัตถุดิบอื่นๆ เช่น น้ำตาล วัชระพร้าว บรรจุภัณฑ์อื่นๆ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังสามารถบริหารจัดการต้นทุนให้ลดลงได้ โดยต้นทุนขายในปี 2565 คิดเป็น 59.2% หรือปรับตัวลดลง 1.5 pts. เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้าที่ 60.7% อันมีสาเหตุมาจาก

1. การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนของยอดขายต่างประเทศซึ่งมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานสูงกว่าตลาดในประเทศ
2. การเพิ่มขึ้นของยอดขายต่างประเทศบางส่วนจากการอ่อนค่าของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ
3. การเพิ่มขึ้นของอัตราการใช้กำลังการผลิต เพื่อรองรับการปรับฐานใหม่ของแต่ละตลาดต่างประเทศที่เติบโตอย่างมาก
4. การบริหารจัดการต้นทุนการจากกระบวนการผลิตที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เช่น การวางแผนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารทรัพยากรบุคคลด้านการผลิต การเพิ่มผลผลิตสุทธิ (Yield) และลดการสูญเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต (Loss)
5. โครงการลงทุนลดต้นทุนการผลิตด้านอื่นๆ เช่น โครงการลงทุนติดตั้งโซล่าเซลล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน การใช้ Machine Learning เพื่อตรวจสอบคุณภาพสินค้า และ Automation Process เพื่อทดแทนการใช้แรงงานทั่วไป

ค่าใช้จ่ายในการขาย

บริษัทฯ มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายในปีนี้ เท่ากับ 21.5% ของรายได้จากการขาย ปรับตัวลดลง 0.5 pts เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่ 22.1% โดยมีสาเหตุหลักมาจากการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายที่ส่งผลกับกิจกรรมทางการขายและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการปรับตัวลดลงค่าระวางเรือที่เริ่มปรับตัวลงตั้งแต่ไตรมาสที่ 2/2565 ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการลดลงของค่าใช้จ่ายในการส่งออก รวมถึงการลดลงของรายได้อื่นและค่าใช้จ่ายในการขายจากบริการการขนส่งทางเรือให้แก่ลูกค้าต่างประเทศ ในบางรายที่ทยอยกลับไปจัดหาเรือเองได้ตามปกติ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร



บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายการบริหารในปีนี้เท่ากับ 383.3 ล้านบาท หรือคิดเป็น 8.4% ต่อรายได้จากการขาย ปรับตัวลดลงจากปีก่อนหน้าที่ 9.2% ต่อรายได้จากการขาย เนื่องจากยอดขายเติบโตสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหารอย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ของบริษัทร่วม และการร่วมค้า

บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วม และร่วมค้าจำนวน 0.3 ล้านบาท ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยเป็นผลกำไรมาจากเงินลงทุนใน บริษัท ดาบ่อน เซ็ปเป้ เบฟเวอเรจส์ จำกัด (คิดจากการถือหุ้น 25.0%) ที่ 1.4 ล้านบาท จากเงินลงทุนใน บริษัท ໄວປ໌ จำกัด (คิดจากการถือหุ้น 60.0%) 0.2 ล้านบาท และเป็นผลขาดทุนมาจากเงินลงทุนใน บริษัท เอ็มอินเทลลิเจนซ์ จำกัด (คิดจากการถือหุ้น 16.2%) ที่ 1.2 ล้านบาท

กำไร(ขาดทุน)สุทธิต่อส่วนของบริษัทใหญ่

กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ในปี 2565 เท่ากับ 653.2 ล้านบาท ซึ่งเป็นกำไรสุทธิที่สูงที่สุดตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ หรือคิดเป็น 14.3% ต่อรายได้จากการขาย เติบโต 59.0% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่ 410.8 ล้านบาท

กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ในไตรมาสที่ 4 ของปี 2565 เท่ากับ 154.3 ล้านบาท ยังคงเป็นกำไรสุทธิที่สูงที่สุดตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ สำหรับไตรมาสที่ 4 หรือคิดเป็น 15.0% ต่อรายได้จากการขาย เติบโต 178.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้าที่ 55.4 ล้านบาท

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ
บริษัท เซ็ปเป้ จำกัด (มหาชน)

(นางสาวปิยจิต ริกอริยะพงศ์)
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร