



ที่ FI202305-01

วันที่ 11 พฤษภาคม 2566

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2566 และชี้แจงผลการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงเกินร้อยละ 20 เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท เซ็ปเป้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2566 ที่เปลี่ยนแปลงเกินร้อยละ 20 เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(หน่วย : พันบาท)

งบกำไรขาดทุน	Q1/2566	%	Q1/2565	%	Q4/2565	%	YoY%	QoQ%
รายได้รวม	1,570,028	103.3%	1,142,741	112.1%	1,089,508	105.6%	37.4%	44.1%
รายได้จากการขาย	1,520,252	100.0%	1,018,978	100.0%	1,031,727	100.0%	49.2%	47.4%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	15,212	1.0%	1,499	0.1%	22,354	2.2%	914.8%	-31.9%
รายได้อื่น	34,564	2.3%	122,264	12.0%	35,427	3.4%	-71.7%	-2.4%
ต้นทุนขาย	863,837	56.8%	598,692	58.8%	612,217	59.3%	44.3%	41.1%
กำไรขั้นต้น	656,415	43.2%	420,286	41.2%	419,509	40.7%	56.2%	56.5%
ค่าใช้จ่ายการขายและการบริหาร	354,472	23.3%	350,708	34.4%	284,143	27.5%	1.1%	24.8%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	251,155	16.5%	266,289	26.1%	167,679	16.3%	-5.7%	49.8%
ค่าใช้จ่ายการบริหาร	103,318	6.8%	84,419	8.3%	116,464	11.3%	22.4%	-11.3%
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%		
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	351,719	23.1%	193,341	19.0%	193,148	18.7%	81.9%	82.1%
ต้นทุนทางการเงิน	(705)	0.0%	(560)	-0.1%	(617)	-0.1%	25.9%	14.3%
ขาดทุนจากการด้อยค่าซึ่งเป็นไปตาม TFRS 9	(20,145)	-1.3%	134	0.0%	797	0.1%	-15128.3%	-2628.1%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ของบริษัทร่วม และการร่วมค้า	(506)	0.0%	815	0.1%	(680)	-0.1%	-162.2%	-25.5%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	330,362	21.7%	193,730	19.0%	192,648	18.7%	70.5%	71.5%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	67,392	4.4%	37,523	3.7%	40,142	3.9%	79.6%	67.9%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	262,971	17.3%	156,207	15.3%	152,506	14.8%	68.3%	72.4%
กำไร(ขาดทุน) ส่วนของบริษัทใหญ่	274,790	18.1%	153,388	15.1%	154,340	15.0%	79.1%	78.0%



ภาพรวม

ผลประกอบการของ บริษัท ซีพีแสบ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ตามงบการเงินรวมในไตรมาส 1/2566 บริษัทฯ มีรายได้รวมเท่ากับ 1,570.0 ล้านบาท ซึ่งเป็นยอดรายได้จากการขายที่สูงที่สุดรายไตรมาสตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ (All Time High) คิดเป็นการเติบโต 37.4% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักมาจากการเติบโตของยอดขายในต่างประเทศจากทุกภูมิภาค เอเชีย ยุโรป ตะวันออกกลาง อเมริกา และไทย จากการที่บริษัทสามารถขยายช่องทางการขายในตลาดต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่องทางการขายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ (National Chain) และมาจากการเติบโตของยอดขายในประเทศจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่กว่า 7 รายการสินค้า

สัดส่วนต้นทุนขายในไตรมาส 1/2566 ต่ำกว่ารายได้จากการขายอยู่ที่ 56.8% คิดเป็นการปรับตัวลดลง 2.0 pts. เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า โดยบริษัทฯ ได้รับปัจจัยบวกจากทั้งจากการอ่อนค่าของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ และการบริหารจัดการภายในด้านการผลิตที่ดีขึ้นอย่างมาก ส่งผลให้สัดส่วนต้นทุนการผลิตต่อรายได้จากการขายปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในปี (ไม่รวมผลกำไร/ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) อยู่ที่ 354.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่ 350.7 หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้น 1.1% ซึ่งมาจากการเพิ่มขึ้นของกิจกรรมทางการขายและการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายในตลาดต่างประเทศเป็นสำคัญ แต่หากเทียบสัดส่วนต่อรายได้จากการขายจะอยู่ที่ 23.3% ปรับตัวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่ 34.4% จากประสิทธิภาพการใช้งบประมาณการขายและการตลาดที่ดีขึ้น ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการส่งออกจากสถานการณ์วิกฤต Logistics ระหว่างประเทศเริ่มกลับสู่ภาวะปกติ โดยค่าใช้จ่ายที่ลดลงนี้ส่งผลให้การรับรู้รายการดังกล่าวในรายได้อื่นในส่วนนี้ลดลงเช่นเดียวกัน ส่งผลให้กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ในไตรมาสนี้อยู่ที่ 274.8 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 79.1% จากไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่มีกำไรสุทธิที่ 153.4 ล้านบาท

รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในไตรมาสนี้ เท่ากับ 1,520.2 ล้านบาท ซึ่งเป็นยอดรายได้จากการขายที่สูงที่สุดรายไตรมาสตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ (All Time High) คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 49.2% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า โดยมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายทั้งในตลาดต่างประเทศและในประเทศ รวมถึงการวางแผนการบริหารฤดูกาลขายสินค้า (Seasonal Sales) ที่มีการยับยั้งกิจกรรมการขาย เพื่อให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มอัตราการใช้กำลังการผลิต (Utilization Rate) ให้สูงขึ้นในทุกๆไตรมาส

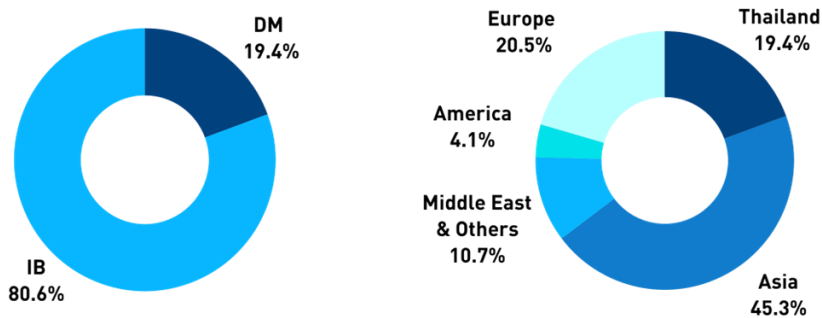
รายได้จากการขายต่างประเทศ 1,225.7 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 60.7% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า เป็นการปรับฐานใหม่ของแต่ละประเทศในปี จากความสามารถในการขยายฐานลูกค้าเข้าสู่หลายช่องทางห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยเฉพาะทวีปยุโรปได้มากขึ้น นอกจากนี้ สำหรับ Key Countries ในเอเชียอาคิ เกาหลีใต้ และ ฟิลิปปินส์ บริษัทฯ ก็ยังทำการตลาดอย่างต่อเนื่องเช่น การร่วมเป็นผู้สนับสนุนซีรีส์เกาหลีใน Netflix และการต่อยอดแบรนด์ โมกุ โมกุ ให้เป็น Lifestyle Brand ในโลกเสมือนผ่านแพลตฟอร์มเมตาเวิร์สที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย “เซ็ปเพ็ตโต้ (ZEPETO)” ซึ่งมีผู้เล่นกว่า 400 ล้านคน

ทั้งนี้ สินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดในตลาดต่างประเทศคือ เครื่องดื่มผสมวุ้นมะพร้าวแบรนด์ โมกุ โมกุ (Mogu Mogu) และเครื่องดื่มผสมวานิลลาจระเข้ ซีพีแสบ โอโลว์รา คริงค์ เป็นต้น ซึ่ง SAPPE มีการส่งออกสินค้าไปกว่า 98 ประเทศทั่วโลก โดยเห็นได้จากการเติบโตของยอดขายในไตรมาสนี้เทียบกับไตรมาสก่อนในแต่ละภูมิภาค อันได้แก่ทวีปยุโรปมีการเติบโตสูงถึง 126.1%, ทวีปเอเชียเติบโต 47.2%, ทวีปอเมริกาเติบโต 45.6% และตะวันออกกลางเติบโต 42.3% บริษัทฯ ยังคงเล็งเห็นการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการบริโภคสินค้าจากกลุ่มลูกค้าเดิมด้วยแผนการลงทุนทางการตลาดที่มีอย่างต่อเนื่อง และความสามารถในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในกลุ่มลูกค้าใหม่ในไตรมาสต่อไป



สำหรับรายได้จากการขายในประเทศ 294.5 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 15.0% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า โดยมีการออกสินค้าใหม่กว่า 6 รายการสินค้าที่วางขายในรูปแบบจำหน่ายจำกัดจำนวน (Seasonal) ในช่องทางร้านสะดวกซื้อ (CVS) และ 1 รายการสินค้าที่วางขายในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญในการผลักดันการทำตลาดในช่องทาง Online และ e-Commerce เป็นช่องทางที่บริษัทฯ เล็งเห็นศักยภาพและโอกาสการเติบโตระดับสูงในอนาคตที่สามารถเติบโตถึง 43.3% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับไตรมาสก่อนหน้า โดยภายในปี 2566 บริษัทฯ ยังมีแผนการออกสินค้าใหม่ทั้งสิ้น 20 รายการสินค้า ซึ่งคาดการณ์ว่าจะส่งผลให้รายได้จากการขายในประเทศจะกลับมาเติบโตได้ต่อเนื่อง

รายได้จากการขายไตรมาส 1/2566



ต้นทุนขาย

สัดส่วนต้นทุนขายในไตรมาส 1/2566 ต่อรายได้จากการขายอยู่ที่ 56.8% คิดเป็นการปรับตัวลดลง 2.0 pts. เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า โดยบริษัทฯ ได้รับความช่วยเหลือจากทั้งจากการอ่อนค่าของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ ปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงการบริหารจัดการเครื่องจักรและทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับอัตราค่าจ้างการผลิตที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ณ ระดับ 81% ของกำลังการผลิตสูงสุดใหม่ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น 19.4% จากปีก่อนหน้า จากการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักรและกระบวนการผลิต

ทั้งนี้ จากการเพิ่มขึ้นอย่างมากของยอดขายในตลาดต่างประเทศในปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทมีความจำเป็นต้องขยายกำลังการผลิต โดยในปีนี้ บริษัทอยู่ระหว่างการจัดซื้อจัดจ้าง การก่อสร้าง และการติดตั้ง คลังสินค้าอัตโนมัติ ไลน์การผลิตและไลน์บรรจุเครื่องดื่มใหม่ รวมถึงโครงการลดต้นทุนต่างๆ เช่น การใช้ Machine Learning เพื่อตรวจสอบคุณภาพสินค้า และ Automation Process เพื่อทดแทนการใช้แรงงานทั่วไป และ โครงการติดตั้งโซลาร์เซลล์ลอยน้ำ (คาดการณ์ว่าจะพร้อมใช้งานภายในไตรมาสที่ 2/2566) เป็นต้น

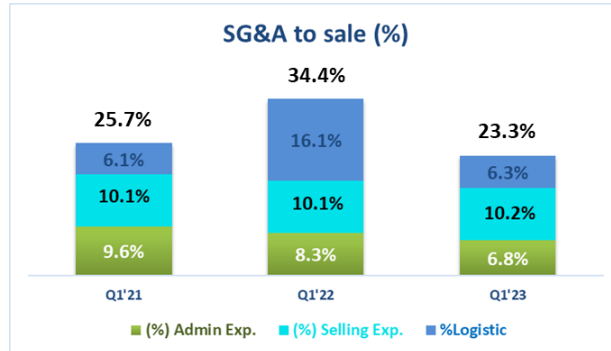
ค่าใช้จ่ายในการขาย

บริษัทฯ มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายในไตรมาสนี้เท่ากับ 16.5% ของรายได้จากการขาย ปรับตัวลดลง 9.6 pts. เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่ 26.1% โดยมีสาเหตุหลักมาจากการปรับตัวลดลงของค่าระวางเรือตั้งแต่ไตรมาสที่ 2/2565 ส่งผลโดยตรงต่อการลดลงของค่าใช้จ่ายในการส่งออก และค่าใช้จ่ายในการขายจากบริการจัดหาการขนส่งทางเรือให้แก่ลูกค้าต่างประเทศ โดยปัจจุบัน ลูกค้าหลายรายก็ได้ทยอยกลับไปจัดหาเรือด้วยตนเองได้ตามปกติแล้ว



ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายการบริหารในไตรมาสนี้เท่ากับ 103.3 ล้านบาท หรือคิดเป็น 6.8% ต่อยอดจากการขาย ปรับตัวลดลงจากไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่ 8.3% ต่อยอดจากการขาย เนื่องจากยอดขายเติบโตสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหารอย่างมีนัยสำคัญ



ขาดทุนจากการด้อยค่าซึ่งเป็นไปตาม TFRS 9

ในไตรมาสนี้ บริษัทมีการบันทึกค่าใช้จ่ายพิเศษสำหรับการตั้งค่าเผื่อลูกหนี้การค้าต่างประเทศของ บริษัท ออลโคโค กรุ๊ป จำกัด เป็นจำนวน 20.3 ล้านบาท โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ออลโคโค กรุ๊ป จำกัด เป็นจำนวน 51% และมีผลกระทบต่อกำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ที่ 10.3 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการติดตามการชำระหนี้อย่างใกล้ชิด และสามารถกลับรายการการขาดทุนนี้หากบริษัทได้รับชำระหนี้ในอนาคต

อนึ่ง บริษัทฯ ได้ดำเนินการสอบถามคุณภาพลูกหนี้การค้าทั้งบริษัทใหญ่และบริษัทย่อยทั้งหมด โดยปัจจุบัน ลูกค้าต่างประเทศของ Sappe (บริษัทใหญ่) เกือบทั้งหมดเป็นการรับชำระเงินสดล่วงหน้า 100% ก่อนไหลคืนค้าขึ้นกราบเรือ ขณะที่เพียงบางส่วนมีการรับชำระผ่าน Letter of Credit หรือมี Standby L/C ซึ่งเป็นธุรกรรมที่มีสถาบันการเงินที่น่าเชื่อถือทั้งในและต่างประเทศเป็นตัวกลางสำหรับรับประกันการรับชำระหนี้ ส่วนลูกหนี้การค้าในประเทศส่วนใหญ่นั้นเป็น Modern Trade และ Distributors รายใหญ่ จึงมีความเสี่ยงการผิดนัดชำระค่อนข้างต่ำมาก

ส่วนคุณภาพลูกหนี้การค้าในบริษัทย่อยก็ได้มีการสอบถามอีกครั้ง และไม่พบความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของกำไรสุทธิในงบการเงินรวมของบริษัทใหญ่

ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ของบริษัทร่วม และการร่วมค้า

บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนของบริษัทร่วม และร่วมค้าจำนวน 0.5 ล้านบาท โดยเป็นผลขาดทุนมาจากเงินลงทุนใน บริษัท ดาน่อน เซ็ปเป้ เบฟเวอเรจส์ จำกัด (คิดจากการถือหุ้น 25.0%) ที่ 0.6 ล้านบาท, จากเงินลงทุนใน บริษัท โวป จำกัด (คิดจากการถือหุ้น 60.0%) 0.2 ล้านบาท และเป็นผลกำไรมาจากเงินลงทุนใน บริษัท เอ็มอินเทลลิเจนซ์ จำกัด (คิดจากการถือหุ้น 16.2%) ที่ 0.3 ล้านบาท



กำไร(ขาดทุน)สุทธิส่วนของบริษัทใหญ่

กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ในไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 274.9 ล้านบาท ซึ่งเป็นกำไรสุทธิที่สูงที่สุดรายไตรมาสตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ หรือคิดเป็น 18.1% ต่อรายได้จากการขาย เดบิต 79.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่ 153.4 ล้านบาท

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ
บริษัท เซ็ปเป้ จำกัด (มหาชน)

(นางสาวปิยจิต รัตอริยะพงศ์)
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร