



ที่ FI202405-01

วันที่ 14 พฤษภาคม 2567

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567 และชี้แจงผลการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงเกินร้อยละ 20 เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท เซ็ปเป้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567 ที่เปลี่ยนแปลงเกินร้อยละ 20 เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(หน่วย : พันบาท)

งบกำไรขาดทุน	Q1/2567	%	Q1/2566	%	Q4/2566	%	YoY%	QoQ%
รายได้รวม	1,904,077	103.7%	1,570,028	103.3%	1,266,024	104.7%	21.3%	50.4%
รายได้จากการขาย	1,836,004	100.0%	1,520,252	100.0%	1,208,693	100.0%	20.8%	51.9%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	-	0.0%	15,212	1.0%	14,109	1.2%	-100.0%	-100.0%
รายได้อื่น	68,073	3.7%	34,564	2.3%	43,222	3.6%	97.0%	57.5%
ต้นทุนขาย	990,642	54.0%	863,837	56.8%	660,594	54.7%	14.7%	50.0%
กำไรขั้นต้น	845,362	46.0%	656,415	43.2%	548,099	45.3%	28.8%	54.2%
ค่าใช้จ่ายการขายและการบริหาร	468,074	25.5%	354,472	23.3%	402,742	33.3%	32.0%	16.2%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	341,946	18.6%	251,155	16.5%	252,810	20.9%	36.1%	35.3%
ค่าใช้จ่ายการบริหาร	116,749	6.4%	103,318	6.8%	149,932	12.4%	13.0%	-22.1%
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	9,380	0.5%	-	0.0%	-	0.0%	100.0%	100.0%
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	445,361	24.3%	351,719	23.1%	202,688	16.8%	26.6%	119.7%
ต้นทุนทางการเงิน	(565)	0.0%	(705)	0.0%	(606)	-0.1%	n.a.	n.a.
ขาดทุนจากการค้ำประกันเป็นไปตาม TFRS 9	(1,028)	-0.1%	(20,145)	-1.3%	3,237	0.3%	n.a.	-131.8%
ขาดทุนจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย	(2,548)	-0.1%	-	0.0%	-	0.0%	-100.0%	-100.0%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ของบริษัทร่วม และการร่วมค้า	2,396	0.1%	(506)	0.0%	750	0.1%	n.a.	219.4%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	443,616	24.2%	330,362	21.7%	206,070	17.0%	34.3%	115.3%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	89,602	4.9%	67,392	4.4%	43,239	3.6%	33.0%	107.2%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	354,014	19.3%	262,971	17.3%	162,831	13.5%	34.6%	117.4%
กำไร(ขาดทุน) ส่วนของบริษัทใหญ่	352,347	19.2%	274,790	18.1%	168,017	13.9%	28.2%	109.7%



ภาพรวม

ผลประกอบการของ บริษัท เซ็ปเป้ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ตามงบการเงินรวมในไตรมาส 1/2567 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 1,836.0 ล้านบาท ซึ่งเป็นยอดรายได้จากการขายที่สูงที่สุดรายไตรมาสตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ (All-Time High) คิดเป็นการเติบโต 20.8% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักมาจากการเติบโตของยอดขายในต่างประเทศจากทุกภูมิภาค เอเชีย ยุโรป ตะวันออกกลาง และอเมริกา จากการที่บริษัทฯ สามารถขยายช่องทางการขายในตลาดต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะช่องทางการขายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ (National Chain)

สัดส่วนต้นทุนขายในไตรมาส 1/2567 ต่ำรายได้จากการขายอยู่ที่ 54.0% คิดเป็นการปรับตัวลดลง 2.9 pts. เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า โดยบริษัทฯ มีการบริหารจัดการภายในด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น ประกอบกับได้รับปัจจัยบวกจากทั้งการอ่อนค่าของค่าเงินบาท ส่งผลให้สัดส่วนต้นทุนการผลิตต่อรายได้จากการขายปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในไตรมาสนี้ (ไม่รวมผลกำไร/ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) อยู่ที่ 458.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่ 354.5 หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้น 29.4% ซึ่งมาจากการเพิ่มขึ้นของกิจกรรมทางการขายและการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายในตลาดต่างประเทศเป็นสำคัญ ส่งผลให้กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ในไตรมาสนี้อยู่ที่ 352.3 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 28.2% จากไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่มีกำไรสุทธิที่ 274.8 ล้านบาท

รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในไตรมาสนี้ เท่ากับ 1,836.0 ล้านบาท ซึ่งเป็นยอดรายได้จากการขายที่สูงที่สุดรายไตรมาสตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ (All-Time High) คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 20.8% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า โดยมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายทั้งในตลาดต่างประเทศและในประเทศ

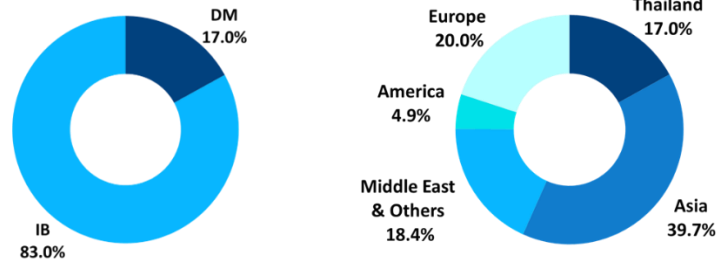
รายได้จากการขายต่างประเทศ 1,524 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 24.3% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า เป็นการปรับฐานใหม่ของแต่ละประเทศในปีนี้อีกครั้ง จากความสามารถในการขยายฐานลูกค้าเข้าสู่หลายช่องทางห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้มากขึ้นในทุกทวีป

ทั้งนี้ สินค้าที่ได้รับความนิยมที่สุดในตลาดต่างประเทศคือ เครื่องดื่มผสมวุ้นมะพร้าวแบรนด์ โมกู โมกู (Mogu Mogu) และเครื่องดื่มผสมวานิลลาแบรนด์ เซ็ปเป้ อโลวรา ครังค์ เป็นต้น ซึ่ง SAPPE มีการส่งออกสินค้าไปกว่า 100 ประเทศทั่วโลก โดยเห็นได้จากการเติบโตของยอดขายเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า อันได้แก่ตะวันออกกลางมีการเติบโตสูงถึง 107.4%, ทวีปอเมริกาเติบโต 43.9%, ทวีปยุโรปเติบโต 17.6% และทวีปเอเชียเติบโต 5.9% จากคำสั่งซื้อที่เพิ่มเข้ามาอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ยังคงเห็นการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการบริโภคสินค้าทั้งกลุ่มลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ ด้วยแผนการตลาดและความสามารถในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

สำหรับรายได้จากการขายในประเทศ 312 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 6.1% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า โดยสินค้าที่ได้รับความนิยมที่สุดของตลาดในประเทศ ยังคงเป็นแบรนด์ เซ็ปเป้ บิวตี (Sappe Beauti) ที่ล่าสุดได้ประกาศรีแบรนด์ครั้งใหญ่ในรอบ 18 ปี ผ่านแคมเปญ “สวยเรา ไม่ต้องสวยใคร” นำเรื่องของ Diversity & Equality ของผู้หญิงมาใช้ในแคมเปญ รวมถึงผลิตภัณฑ์คอลลาเจนชนิดผง เซ็ปเป้ บิวตี พาวเดอร์ สติคซ์ (Sappe Beauti Powder Stix) ที่ทำยอดขายได้ดีในช่องทาง Traditional Trade ด้วยจุดแข็งด้านราคาที่เข้าถึงง่าย และยังไม่มีส่วนแบ่งในตลาดนี้โดยตรง ส่วนน้ำผสมวิตามินแบรนด์บลู (B'lu) ก็ยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการผลักดันการทำตลาดในช่องทาง Online และ e-Commerce เป็นช่องทางที่บริษัทฯ เห็นเห็นศักยภาพและโอกาสการเติบโตในระดับสูงในอนาคต



รายได้จากการขายไตรมาส 1/2567



ต้นทุนขาย

สัดส่วนต้นทุนขายในไตรมาส 1/2567 ต่อรายได้จากการขายอยู่ที่ 54.0% คิดเป็นการปรับตัวลดลง 2.9 pts. เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้า โดยบริษัทฯ มีการบริหารจัดการภายในด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น ประกอบกับได้ประโยชน์จากการอ่อนค่าของค่าเงินบาท รวมถึงการบริหารจัดการเครื่องจักรและทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับอัตราค่าจ้างการผลิต ณ ระดับ 79% จากการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักรและกระบวนการผลิต

ทั้งนี้ จากการเพิ่มขึ้นอย่างมากของยอดขายในตลาดต่างประเทศในช่วงที่ผ่านมา ทำให้บริษัทฯ มีความจำเป็นต้องขยายกำลังการผลิต โดยในปีนี้ บริษัทฯ ตัดตั้งไลน์การผลิตไลน์บรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มใหม่แล้วเสร็จปลายไตรมาส 1/2567 และเริ่มเดินหน้าผลิตสินค้าเพื่อส่งมอบให้กับผู้บริโภคในไตรมาสที่ 2/2567 เป็นต้นไป

ในส่วนของโรงงานใหม่เพื่อขยายกำลังการผลิตรองรับการเติบโตของยอดขายปี 2568 ปัจจุบัน บริษัทฯ อยู่ระหว่างการจัดซื้อจัดจ้างทั้งเครื่องจักรใหม่และการก่อสร้าง โดยยังคงเป็นไปตามแผนการ Commercialization ในช่วงไตรมาสที่ 1/2568

ค่าใช้จ่ายในการขาย

บริษัทฯ มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายในไตรมาสนี้เท่ากับ 18.6% ปรับตัวเพิ่มขึ้น 2.1 pts. เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่ 16.5% โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลงทุนด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ การขยายฐานผู้บริโภค รวมถึงสร้าง Awareness, Engagement และ Loyalty กับผู้บริโภคต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

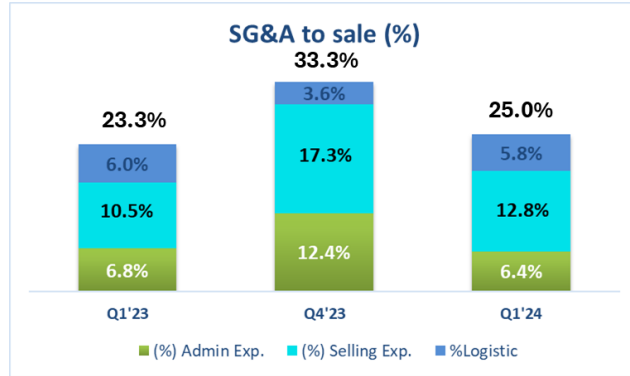
ทั้งนี้ สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายทั้งปี ยังคงอยู่ในการควบคุมและบริหารจัดการได้โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพสูงสุดของการใช้งบประมาณ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายการบริหารในไตรมาสนี้เท่ากับ 116.7 ล้านบาท หรือคิดเป็น 6.4% ต่อรายได้จากการขาย ปรับตัวลดลงจากไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่ 6.8% ต่อรายได้จากการขาย เนื่องจากยอดขายเติบโตสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหาร



ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายไตรมาส 1/2567



ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ของบริษัทร่วม และการร่วมค้า

บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วม และการร่วมค้าจำนวน 2.4 ล้านบาท โดยเป็นผลกำไรมาจากเงินลงทุนใน บริษัท เอ็มอิน เทลสิเจนซ์ จำกัด (คิดเป็นการถือหุ้น 16.2%) ที่ 2.3 ล้านบาท, บริษัท โวป จำกัด (คิดจากการถือหุ้น 60.0%) 0.6 ล้านบาท และเป็นผลขาดทุนจากเงินลงทุนใน บริษัท ดานอน ซีพีบี เบทเวอร์เรจส์ จำกัด (คิดเป็นการถือหุ้น 25.0%) ที่ 0.5 ล้านบาท

กำไร(ขาดทุน)สุทธิส่วนของบริษัทใหญ่

กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ในไตรมาส 1/2567 เท่ากับ 352.3 ล้านบาท ซึ่งเป็นกำไรสุทธิที่สูงที่สุดรายไตรมาสตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ หรือคิดเป็น 19.2% ต่อรายได้จากการขาย เทียบได้ 28.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่ 274.8 ล้านบาท

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ
บริษัท ซีพีบี จำกัด (มหาชน)

(นางสาวปิยจิต รักอริยะพงศ์)
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร