



ที่ FI201902-01

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2562

เรื่อง รายงานผลการดำเนินงานสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 และผลการดำเนินงาน
ที่เปลี่ยนแปลงจากงวดเดียวกันของปี 2560 เกินกว่าร้อยละ 20

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตามข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่อ้างถึง ให้กรณีที่ผลการดำเนินงานตามงบกำไรขาดทุนของบริษัทจดทะเบียน
เปลี่ยนแปลงจากงวดเดียวกันของปีก่อนเกินร้อยละ 20 กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนต้องทำรายงานชี้แจงสาเหตุการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว พร้อมกับ
นำส่งงบการเงินนั้น บริษัทฯ ขอชี้แจงผลประกอบการของบริษัทฯ รายละเอียด ดังนี้

(หน่วย : พันบาท)

ตาราง 1 : งบกำไรขาดทุนปี2561

งบกำไรขาดทุน	2561	%	2560	%	YoY%
รายได้รวม	2,885,884	100.0%	2,745,968	100.0%	5.1%
รายได้จากการขาย	2,826,862	97.9%	2,687,319	97.9%	5.2%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	7,481	0.3%	18,097	0.6%	-58.7%
รายได้อื่น	51,541	1.8%	40,552	1.5%	27.1%
ต้นทุนขาย	1,799,820	62.4%	1,637,264	59.6%	2.7%
กำไรขั้นต้น	1,086,064	37.6%	1,108,704	40.4%	-2.0%
ค่าใช้จ่ายการขายและการบริหาร	648,968	22.5%	606,108	22.1%	0.4%
ค่าใช้จ่ายการขาย	383,488	13.3%	363,492	13.3%	5.5%
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน	-	0.0%	-	0.0%	
ค่าใช้จ่ายการบริหาร	265,480	9.2%	242,616	8.8%	9.4%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษี	437,096	15.1%	502,596	18.3%	-13.0%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ในการลงทุนบริษัทร่วม	82	0.0%	1,130	0.0%	-92.7%
ต้นทุนทางการเงิน	184	0.0%	179	0.0%	2.8%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	436,994	15.1%	503,547	18.3%	-13.2%
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	85,627	3.0%	103,032	3.8%	-16.9%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	351,367	12.2%	400,515	14.6%	-12.3%
กำไร(ขาดทุน) ส่วนของบริษัทใหญ่	351,551	12.2%	401,144	14.6%	-12.4%



ภาพรวม

ผลประกอบการของ บริษัท เซ็ปเป้ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ตามงบการเงินรวมของผลการดำเนินงานปี 2561 บริษัทฯ มีรายได้รวมเท่ากับ 2,885.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +5.1% จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายต่างประเทศ ทั้งการเปิดประเทศใหม่เพิ่มขึ้น และยังสามารถขยายช่องทางจัดจำหน่ายและตั้งฐานผู้บริโภคใหม่ๆ ในต่างประเทศเข้ามาได้ด้วย ในส่วนของต้นทุนขายเพิ่มขึ้น 2.7 pts ของช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา ในด้านสัดส่วนของค่าใช้จ่ายการขายและบริหารต่อยอดขายไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ทำให้กำไรสุทธิของบริษัทในปี 2561 อยู่ที่ 351.4 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 ที่ 400.5 ล้านบาท

ตาราง 2 : ตารางเปรียบเทียบผลการดำเนินงานผลกระทบจากกำไร/ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเพื่อการวิเคราะห์

	ตามงบการเงิน					หลังปรับปรุง FX					
	2561	%	2560	%	YoY%	รายการปรับปรุง อัตราแลกเปลี่ยน	2561 หลังปรับปรุง	%	2560 หลังปรับปรุง	%	YoY%
รายได้รวม	2,885,884	100.0%	2,745,968	100.0%	5.1%	68,243	2,954,127	100.0%	2,745,968	100.0%	7.6%
ต้นทุนขาย	1,799,820	62.4%	1,637,264	59.6%	2.7%		1,799,820	60.9%	1,637,264	59.6%	1.3%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	351,367	12.2%	400,515	14.6%	-12.3%		406,255	13.8%	400,515	14.6%	1.4%

ทั้งนี้หากวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัท โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยนในช่วงเดียวกันกับปี 2560 จะพบว่ารายได้จากการขายของบริษัท ลดลงจากผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนคิดเป็นมูลค่า 68.2 ล้านบาท หากนำรายได้ส่วนนี้รวมกลับเข้ามา จะทำให้รายได้รวมในปี 2561 อยู่ที่ 2,954.1 ล้านบาท คิดเป็นการเติบโต 7.6% เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา และต้นทุนขายเทียบกับรายได้รวมจะอยู่ในระดับ 60.9% สูงกว่าปี 2560 ที่ 59.6% เล็กน้อยจากต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่ราคามีผลเสียดังที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้กำไรสุทธิ ปี 2561 อยู่ที่ 13.8% เทียบกับปี 2560 ที่ 14.6%

รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในปี 2561 เท่ากับ 2,826.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ 2,687.3 ล้านบาท หรือคิดเป็น 5.2% (หากตัดผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้จากการขายจะเติบโตที่ 7.6%) ตลาดต่างประเทศยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในหลายประเทศ รวมถึงการขยายช่องทางทางการจัดจำหน่ายเข้าสู่ช่องทางหลักในประเทศใหม่ๆ และสามารถตั้งฐานผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ ที่ได้กว้างขึ้น ซึ่งปัจจุบัน บริษัทฯ ดำเนินการเลือกบางประเทศที่มีศักยภาพสูง และมุ่งเน้นการขยายตลาดในประเทศกลุ่มนี้ให้มีสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต เพื่อกระจายความเสี่ยงในการกระจุกตัวของตลาดของบริษัทฯ

ในส่วนของรายได้จากการขายในประเทศถือว่าเป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ ถึงแม้ว่าตลาดเครื่องสำอางในประเทศจะหดตัว แต่ทางบริษัทฯ ได้มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาในพอร์ตโฟลิโออย่างต่อเนื่องเพื่อชดเชยรายได้ในส่วนนี้ โดยไตรมาสที่ 2 มีการนำเสนอกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ Healthier Snack ด้วยการออกผลิตภัณฑ์อย่าง Beauti Jelly และไตรมาสที่ 4 บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่อย่าง Beauti Drink Acna เพื่อคอกย้ำความแข็งแกร่งของแบรนด์ Beauti Drink นอกจากนี้ภายใต้แบรนด์เพริชก็มีการออกสินค้าใหม่อย่าง เพริชวอดล่า และ เพริชชาแพ เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มกาแฟที่จะขายดีในช่วงฤดูหนาวของทุกปี



ต้นทุนขาย

ต้นทุนขายในปี 2561 คิดเป็น 62.4% ต่อรายได้รวม เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่ 59.6% การเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายในปีนี้เป็นผลมาจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ 1. ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งปัจจัยด้านนี้ทำให้อัตราต้นทุนขายต่อรายได้บริษัทสูงขึ้นประมาณ 1.5 pts เมื่อเทียบกับปีก่อน 2. ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ได้มีการปรับราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงต้นไตรมาสที่ 2/2561 โดยการเพิ่มขึ้นของราคาเม็ดพลาสติกส่งผลให้อัตราต้นทุนขายต่อรายได้ในปีนี้สูงขึ้นประมาณ 1.1 pts เมื่อเทียบกับปีก่อน นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ได้มีการลงทุนพัฒนาเครื่องจักร เพื่อรองรับการผลิตเพิ่มเติมจากทางบริษัท Danone ด้วยเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมาส่งผลให้อัตราต้นทุนขายต่อรายได้จากการขายสินค้านั้นสูงขึ้น ซึ่งแม้จะเป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยาก แต่ทางบริษัทฯ ก็ได้มีมาตรการการบริหารจัดการต้นทุนผลิตในส่วนอื่นๆ ทั้งหมดให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ

ค่าใช้จ่ายในการขาย

บริษัทฯ มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมในปีนี้เท่ากับ 13.3% อยู่ในระดับเดิมเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมดังกล่าวยังคงอยู่ในกรอบงบประมาณที่บริษัทฯ วางไว้

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายการบริหารในปีนี้เท่ากับ 265.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่ 242.6 ล้านบาท เป็นการเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของกิจการ

ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ในการลงทุนในบริษัทร่วม

ในปีนี้ บริษัทฯ รับรู้กำไรจำนวน 82,195 บาทจากการร่วมลงทุนใน กลุ่มบริษัท ออลโค โค กรุ๊ป (คิดจากการถือหุ้น 40% ของทุนจดทะเบียน)

กำไร(ขาดทุน)สุทธิ

กำไรสุทธิในปีนี้ เท่ากับ 351.4 ล้านบาทหรือคิดเป็น 12.2% ต่อรายได้รวม เปรียบเทียบกับปีก่อนหน้าที่ 400.5 ล้านบาทหรือ 14.6% ต่อรายได้รวม

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวปิยจิต รักริยะพงศ์)
กรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร