



ที่ FI202002-01

วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563

เรื่อง รายงานผลการดำเนินงานสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และผลการดำเนินงาน
ที่เปลี่ยนแปลงจากงวดเดียวกันของปี 2561 เกินกว่าร้อยละ 20
เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตามข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่อ้างถึง ให้กรณีที่ผลการดำเนินงานตามงบกำไรขาดทุนของบริษัทจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงจากงวดเดียวกันของปีก่อนเกินร้อยละ 20 กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนต้องทำรายงานชี้แจงสาเหตุการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว พร้อมกับนำส่งงบการเงินนั้น บริษัทฯ ขอชี้แจงผลประกอบการของบริษัทฯ รายละเอียด ดังนี้

ตาราง 1 : งบกำไรขาดทุน 2562

(หน่วย : พันบาท)

| งบกำไรขาดทุน | 2562 | % | 2561 | % | YoY% |
|--|------------------|---------------|------------------|---------------|--------------|
| รายได้รวม | 3,386,856 | 100.0% | 2,885,884 | 100.0% | 17.4% |
| รายได้จากการขาย | 3,299,478 | 97.4% | 2,826,862 | 97.9% | 16.7% |
| กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน | 7,378 | 0.2% | 7,481 | 0.3% | -1.4% |
| กำไรจากการเปลี่ยนแปลงส่วนได้เสียในบริษัทร่วม | 10,081 | 0.3% | - | 0.0% | 100.0% |
| รายได้อื่น | 69,919 | 2.1% | 51,541 | 1.8% | 35.7% |
| ต้นทุนขาย | 2,083,847 | 61.5% | 1,799,820 | 62.4% | 15.8% |
| กำไรขั้นต้น | 1,303,008 | 38.5% | 1,086,064 | 37.6% | 20.0% |
| ค่าใช้จ่ายการขายและการบริหาร | 780,809 | 23.1% | 648,968 | 22.5% | 20.3% |
| ค่าใช้จ่ายการขาย | 490,110 | 14.5% | 383,488 | 13.3% | 27.8% |
| ค่าใช้จ่ายการบริหาร | 290,699 | 8.6% | 265,480 | 9.2% | 9.5% |
| กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษี | 522,199 | 15.4% | 437,095 | 15.1% | 19.5% |
| ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ในการลงทุนบริษัทร่วม | (18,346) | -0.6% | 82 | 0.0% | -22420.4% |
| ต้นทุนทางการเงิน | 1,116 | 0.0% | 184 | 0.0% | 507.3% |
| กำไรก่อนภาษีเงินได้ | 502,737 | 14.8% | 436,994 | 15.1% | 15.0% |
| ภาษีเงินได้นิติบุคคล | 100,011 | 2.9% | 85,627 | 2.9% | 16.8% |
| กำไร(ขาดทุน)สุทธิ | 402,726 | 11.9% | 351,367 | 12.2% | 14.6% |
| กำไร(ขาดทุน) ส่วนของบริษัทใหญ่ | 403,063 | 11.9% | 351,551 | 12.2% | 14.7% |



ภาพรวม

ผลประกอบการของ บริษัท เซ็ปเป้ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ตามงบการเงินรวมประจำปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้รวมเท่ากับ 3,386.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17.4% จากปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่ (B'lue) ที่ร่วมลงทุนกับ บริษัท ดานอน เซ็ปเป้ เบฟเวอเรจส์ จำกัด (Danone) การรวมกิจการของกลุ่มธุรกิจ ออล โคโค่ กรุ๊ป (All Coco) เข้ามาเป็นบริษัทย่อย การเติบโตในกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของเซ็ปเป้ทั้งจากสินค้าเดิมอย่าง บิวตี้ ซีรีส์ และสินค้าใหม่ (NPD) ในกลุ่ม Healthier Snack รวมถึงการบันทึกกำไรพิเศษจากการรวมกิจการของกลุ่มธุรกิจ All Coco ในไตรมาส 1/2562 ที่ 10.1 ล้านบาท

ในส่วนของต้นทุนขาย หากพิจารณาถึงต้นทุนการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เดิม บริษัทฯ สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ต่ำลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักมาจากการจัดการต้นทุนในโรงงานได้ดีขึ้น ลดการสูญเสียทางการผลิต และการวางแผนการผลิตได้ดีขึ้น ผ่านการสนับสนุนด้านเทคนิคและกระบวนการลดต้นทุนต่างๆ จาก Danone Group รวมทั้งปัจจัยการลดลงของราคาค่าต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ (Raw Materials & Packaging Materials) ด้วย แม้ว่าจะได้รับแรงกดดันจากการแข็งค่าของค่าเงินบาทตลอดทั้งปีตั้งแต่ต้นปี 2562 และการรวมธุรกิจใหม่จาก Danone และ All Coco ที่มีสัดส่วนต้นทุนขายสูงกว่าผลิตภัณฑ์เดิมของบริษัท อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงต้นทุนตามงบการเงินรวม บริษัทฯ ยังคงสามารถควบคุมสัดส่วนต้นทุนรวมต่อรายได้รวมได้ดี โดยปรับตัวลดลง 0.9 pts จากปีก่อนหน้า

สำหรับสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยมีสาเหตุมาจากการรวมกิจการของ All Coco เข้ามาเป็นบริษัทย่อย การลงทุนในบริษัทร่วมทุนและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับ Danone และการลงทุนเพื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับตลาดในประเทศและต่างประเทศ ขณะที่สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม มีการปรับตัวลงเล็กน้อยจากการเติบโตของรายได้รวม

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงสามารถบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้กำไรสุทธิของบริษัทในปี 2562 อยู่ที่ 402.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.6% จากช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า แม้ว่าจะมีการรับรู้ขาดทุนจากบริษัทร่วม (บริษัท ดานอน เซ็ปเป้ เบฟเวอเรจส์ จำกัด) เป็นจำนวน 18.3 ล้านบาท

รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในปี 2562 เท่ากับ 3,299.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าที่ 2,826.8 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเพิ่ม ขึ้น 16.7%

รายได้จากการขายในประเทศยังคงมีการเติบโต เนื่องจากยอดขายของผลิตภัณฑ์ใหม่อย่าง B'lue เข้ามาเสริมพอร์ตโฟลิโอตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาสที่ 1/2562 โดยทางบริษัทฯ สามารถขยายช่องทางได้ครอบคลุมทั่วประเทศได้อย่างรวดเร็ว พร้อมกับผลตอบรับจากผู้บริโภคที่อยู่ในระดับที่น่าพอใจ ในส่วนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของ All Coco ก็มีการขยายตัวในช่องทางขายใหม่ๆ โดยเฉพาะช่องทาง Out of Home ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสำหรับยอดขายภายใต้ตราสินค้าของ เซ็ปเป้ ก็ยังมีการเติบโตทั้งจากกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักอย่าง บิวตี้ ซีรีส์ (เซ็ปเป้ บิวตี้ ครีမ် และ เซ็ปเป้ บิวตี้ เจลลี่) และกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD) ในกลุ่มสินค้า Healthier Snack เช่นตราสินค้า แม็กซ์ ทีพี และคินอช

ด้านรายได้จากการขายต่างประเทศ มีการเติบโตเล็กน้อยเนื่องจากได้รับแรงกดดันจากการแข็งค่าของค่าเงินบาทตลอดทั้งปีตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 ประกอบกับปัญหาในตะวันออกกลาง ทั้งนี้ ในปัจจุบัน บริษัทฯ ยังคงดำเนินการเลือกบางประเทศที่มีศักยภาพสูงและมีอัตรากำไรที่ดี มุ่งเน้นการทำตลาดและขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศกลุ่มนี้ให้มีสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยงในการกระจุกตัวของตลาดต่างประเทศ ตลอดจนได้เริ่มจัดจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดต่างประเทศ เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า B'lue, All Coco และ เซ็ปเป้ บิวตี้ ครีမ် เป็นต้น โดยคาดการณ์ยอดขายตลาดต่างประเทศในปี 2563 จะกลับมาเติบโตตามปัจจัยพื้นฐานเดิมของบริษัทฯ เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่าลงอย่างต่อเนื่อง และตลาดตะวันออกกลางเห็นสัญญาณฟื้นตัวจากปีก่อนหน้า



ต้นทุนขาย

ต้นทุนขายในปี 2562 อยู่ในระดับที่ต่ำ นอกจากการลดลงของราคาดัชนีวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ (Raw Materials & Packaging Materials) บริษัทยังบริหารจัดการโรงงานที่ดีขึ้น เช่น ลดการสูญเสียในการผลิต ลดปริมาณใช้พลาสติกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนการวางแผนการผลิตที่ดีขึ้น จากการสนับสนุนด้านเทคนิคจาก Danone Group นอกจากนี้ แม้ว่าจะมีการรวมธุรกิจใหม่เข้ามาเพิ่มเติมอย่าง B'lue และ All Coco ซึ่งมีสัดส่วนต้นทุนขายต่อรายได้รวมสูงกว่าผลิตภัณฑ์เดิมของบริษัท แต่สัดส่วนต้นทุนขายต่อรายได้รวมก็ยังอยู่ในระดับที่น่าพอใจที่ 61.5% ของรายได้รวม ปรับตัวลดลง 0.9 pts เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่ 62.4% ของรายได้รวม

ทั้งนี้ หากไม่รวมธุรกิจ B'lue และ All Coco สัดส่วนต้นทุนขายต่อรายได้รวมสำหรับแบรนด์เดิมที่อยู่ภายใต้ Sappe โดยตรงจะอยู่ในระดับ 58.8% คิดเป็นการปรับตัวลดลง 3.6 pts เมื่อเทียบกับตัวเลขเดียวกันของปีก่อนหน้า

ค่าใช้จ่ายในการขาย

บริษัทฯ มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมในปี 2562 เท่ากับ 14.5% ปรับตัวสูงขึ้น 1.2 pts เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของกิจกรรมทางการขายและการตลาดเพื่อการสร้างกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ อย่าง B'lue และการรวมกิจการของกลุ่มธุรกิจ ออล โคโค กิ๊ปปี้ (All Coco)

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายการบริหารในปี 2562 เท่ากับ 290.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 265.5 ล้านบาท จากการรวมกิจการของกลุ่มธุรกิจ ออล โคโค กิ๊ปปี้ (All Coco) หรือคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมที่ 8.9% ปรับตัวลดลง 0.6 pts เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้าที่ 9.2% เนื่องจากบริษัทฯ สามารถบริหารจัดการการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหารได้ต่ำกว่าการเติบโตของรายได้รวม

ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ในการลงทุนในบริษัทร่วม

ในไตรมาสนี้ บริษัทฯ รับรู้ขาดทุนจำนวน 18.3 ล้านบาท จากการร่วมลงทุนในบริษัท บริษัท ดานอน เซ็ปเป้ เบฟเวอเรจส์ จำกัด (คิดจากการถือหุ้น 25%) โดยเป็นการลงทุนทางการขายและการตลาดเพื่อสร้าง Brand Awareness ในช่วงเริ่มต้นซึ่งเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้

กำไร(ขาดทุน)สุทธิ

กำไรสุทธิในปี 2562 เท่ากับ 402.7 ล้านบาทหรือคิดเป็น 11.9% ต่อรายได้รวม เติบโต 14.6% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อนหน้าที่ 351.4 ล้านบาท

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวปิยจิต รักษิระพงษ์)
กรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร