



ที่ FI202505-01

วันที่ 13 พฤษภาคม 2568

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2568

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท เซ็ปเป้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานประจำไตรมาสสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(หน่วย : พันบาท)

งบกำไรขาดทุน	Q1/2568	%	Q1/2567	%	Q4/2567	%	YoY%	QoQ%
รายได้รวม	1,183,255	103.6%	1,904,077	103.7%	1,442,013	104.7%	-37.9%	-17.9%
รายได้จากการขาย	1,142,421	100.0%	1,836,004	100.0%	1,376,920	100.0%	-37.8%	-17.0%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	4,331	0.4%	-	0.0%	7,928	0.6%	100.0%	-45.4%
รายได้อื่น	36,503	3.2%	68,073	3.7%	57,165	4.2%	-46.4%	-36.1%
ต้นทุนขาย	616,832	54.0%	990,642	54.0%	738,534	53.6%	-37.7%	-16.5%
กำไรขั้นต้น	525,589	46.0%	845,362	46.0%	638,386	46.4%	-37.8%	-17.7%
ค่าใช้จ่ายการขายและการบริหาร	288,811	25.3%	468,074	25.5%	474,511	34.5%	-38.3%	-39.1%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	184,183	16.1%	341,946	18.6%	326,990	23.7%	-46.1%	-43.7%
ค่าใช้จ่ายการบริหาร	104,628	9.2%	116,749	6.4%	147,521	10.7%	-10.4%	-29.1%
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	-	0.0%	9,379	0.5%	-	0.0%	n.a.	n.a.
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	277,612	24.3%	445,361	24.3%	228,968	16.6%	-37.7%	21.2%
ต้นทุนทางการเงิน	(440)	0.0%	(565)	0.0%	(463)	0.0%	n.a.	n.a.
ขาดทุนจากการด้อยค่าซึ่งเป็นไปตาม TFRS 9	(1,642)	-0.1%	(1,028)	-0.1%	990	0.1%	n.a.	n.a.
ขาดทุนจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	0.0%	(2,548)	-0.1%	-	0.0%	n.a.	n.a.
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) ของบริษัทร่วม และการร่วมค้า	394	0.0%	2,396	0.1%	(2,680)	-0.2%	n.a.	n.a.
กำไรก่อนภาษีเงินได้	275,924	24.2%	443,616	24.2%	226,815	16.5%	-37.8%	21.7%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	47,904	4.2%	89,602	4.9%	30,928	2.2%	-46.5%	54.9%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	228,020	20.0%	354,014	19.3%	195,887	14.2%	-35.6%	16.4%
กำไร (ขาดทุน) ส่วนของบริษัทใหญ่	223,579	19.6%	352,347	19.2%	189,121	13.7%	-36.5%	18.2%



ภาพรวม

ผลประกอบการของ บริษัท ซีพีแรม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ตามงบการเงินรวมไตรมาสที่ 1 ประจำปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 1,142 ล้านบาท ลดลง 37.8% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักมาจากการลดลงของยอดขายต่างประเทศ ขณะที่ยอดขายในประเทศยังคงเติบโตจากการที่บริษัทฯ สามารถขยายช่องทางการขายในช่องทางค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) รวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในประเทศ 6 รายการ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งของสินค้าแบรนด์หลักด้วย

แม้รายได้จากการขายจะลดลง แต่สัดส่วนต้นทุนขายในไตรมาสแรกปี 2568 เท่ากับ 54.0% ของรายได้จากการขาย เทียบเท่ากับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยบริษัทฯ มีการบริหารจัดการภายในด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น ประกอบกับได้ประโยชน์จากราคาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่ราคาปรับตัวลดลง

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารอยู่ที่ 289 ล้านบาท ปรับตัวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้าที่ 468 ล้านบาท คิดเป็นการลดลง 38.3% สอดคล้องกับช่วงที่ยอดขายปรับตัวลดลงในไตรมาสนี้ ซึ่งกลยุทธ์ของบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการใช้งบประมาณเกี่ยวกับการขายและการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ส่งผลให้กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ในไตรมาสนี้อยู่ที่ 234 ล้านบาท คิดเป็น 19.6% ต่อรายได้จากการขาย

รายได้จากการขาย

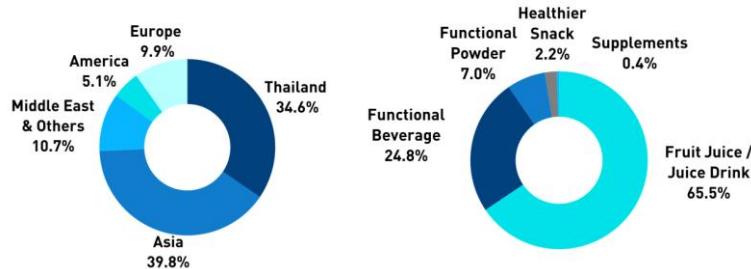
บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในปีนี เท่ากับ 1,142 ล้านบาท ลดลง 37.8% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า และปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่แล้ว 17.0% โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของตลาดต่างประเทศ

รายได้จากการขายต่างประเทศ 747 ล้านบาท คิดเป็นการลดลง 51.0% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า และลดลง 37.8% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยมีสาเหตุมาจากการสต็อกสินค้าของผู้จัดจำหน่าย (Distributors) ในทวีปยุโรปที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ซึ่งบริษัทฯ มีแผนรองรับในการบริหารจัดการ และคาดการณ์ระดับสินค้าคงคลังดังกล่าวจะกลับมาเป็นปกติในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2568 นอกจากนี้ เนื่องจากบริษัทฯ จำเป็นต้องวางแผนด้านห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และปรับเพิ่มน้ำหนักของสต็อกสินค้าสำหรับประเทศมุสลิม โดยเฉพาะอินโดนีเซียและภูมิภาคตะวันออกกลางตั้งแต่วัสดุไตรมาสที่ 4 เพื่อรองรับฤดูกาลขายรวมฤดูในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2568 ดังนั้น ยอดขายต่างประเทศในไตรมาสนี้ของกลุ่มประเทศดังกล่าวจึงปรับตัวลดลงเป็นปกติของธุรกิจ

สำหรับรายได้จากการขายในประเทศ 396 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 26.6% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า และเพิ่มขึ้น 11.9% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักมาจากกลยุทธ์การตลาด Sappe Beauti Drink, Sappe Beauti Powder Stix และ B'lue ที่มุ่งไปยังผู้บริโภคเป้าหมาย ตลอดจนสามารถขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในช่องทางค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) ได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ยังมีการเติบโตจากการผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าวและเนื้อมะพร้าวของ All Coco Group และยังมีการออกสินค้าใหม่ 6 รายการในช่องทางร้านสะดวกซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้แบรนด์หลักอีกด้วย



รายได้จากการขายไตรมาส 1/2568



ต้นทุนขาย

สัดส่วนต้นทุนขายในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 ต่อรายได้จากการขายอยู่ที่ 54.0% เท่ากับไตรมาสแรกของปี 2567 แม้รายได้จากการขายจะลดลงโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ โดยบริษัทฯ ได้ประโยชน์จากปัจจัยภายนอกคือราคาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่ราคาปรับตัวลดลง รวมถึงการบริหารจัดการภายในโรงงานที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด 4 ปีที่ผ่านมา อาทิเช่น Automation Projects, Production & HR Planning, Solar Rooftop, Solar Floating, หรือการนำ Machine Learning เข้ามาร่วมใช้ใน กระบวนการ Quality Control ซึ่งบริษัทฯ จะยังคงดำเนินการโครงการลดต้นทุนอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ค่าใช้จ่ายในการขาย

บริษัทฯ มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายในไตรมาสนี้เท่ากับ 16.1% ปรับตัวลดลง 2.5 pts. เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยแม้จะยังคงมีการกีดกันเพื่อสร้างการรับรู้ การขยายฐานผู้บริโภค รวมถึงสร้าง Awareness, Engagement และ Loyalty กับผู้บริโภคเพื่อเป้าหมายระยะยาว Global Brand ที่บริษัทฯ มุ่งหวัง แต่ด้วยสถานการณ์ปัจจุบัน บริษัทฯ จำเป็นต้องควบคุมงบประมาณและบริหารจัดการค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายการบริหารในปีนี้อยู่ที่ 104.6 ล้านบาท คิดเป็น 9.2% ต่อรายได้จากการขาย ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า 10.4% โดยมีการลดลงของค่าเช่าคลังสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ หลังจากเริ่มดำเนินงานคลังสินค้าใหม่ในไตรมาสที่ 4 ปี 2567

กำไร(ขาดทุน)สุทธิส่วนของบริษัทใหญ่

กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เท่ากับ 224 ล้านบาท คิดเป็น 19.6% ต่อรายได้จากการขาย คิดเป็นการลดลงต่ำกว่าการลดลงของยอดขายเล็กน้อยที่ 36.5% ขณะที่ยังเติบโตจากไตรมาสก่อนหน้า 18.2%

จึงเรียนมาเพื่อทราบ



ขอแสดงความนับถือ
บริษัท เซ็ปเป้ จำกัด (มหาชน)

(นางสาวปิยจิต รักอริยะพงศ์)
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร