

สรุปภาพรวมธุรกิจที่สำคัญ

- กำไรสุทธิ* สำหรับไตรมาสที่สี่ของปี 2561 ("Q4'61") อยู่ที่ 789 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +269.6% YoY โดยกำไรสุทธิ* สำหรับปี 2561 อยู่ที่ 3,005 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +6.1% YoY อัตรากำไรสุทธิ* ในปี 2561 อยู่ที่ 12.0% เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ 11.2% ในปี 2560
- ในปี 2561 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศทั้งหมด (รวมซี-วีดีและคาลพิส) เดิมโตที่ 2.7% YoY รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลยังคงรักษาอัตราการเติบโตได้ดีจากการเติบโตของตลาดต่างประเทศ (กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์) ที่เติบโตในอัตรา 42.8% YoY ทำให้รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลโดยรวมเพิ่มขึ้น 11.5% จากปีก่อน รายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศได้รับผลกระทบจากค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น หากพิจารณาที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ รายได้รวมของบริษัทจากการขายสินค้าในต่างประเทศเติบโต 1.5% โดยหลักมาจากการขยายตัวของตลาดในประเทศเมียนมาร์
- ในปี 2561 รายได้รวมจากการขายอยู่ที่ 24,297 ล้านบาท ลดลง -2.9% YoY ซึ่งเป็นผลมาจากการสิ้นสุดสัญญาการจัดจำหน่ายสินค้าของยูนิชาร์ม และการลดลงของจากรายได้จาก OEM โดยเฉพาะ รายได้จากการจำหน่ายขวดแก้วลดลง 33.7% เนื่องจากการปิดปรับปรุงเดาหลอมแก้วในต้นปี 2561
- ในปี 2561 ส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบารุงกำลังของโอเอสสกาอยู่ที่ 54% เป็นไปตามเป้าหมายระยะกลางของบริษัท โดยส่วนแบ่งการตลาดของ เอ็ม-150 อยู่ที่ 37.9% สูงขึ้น 0.9% จากไตรมาสก่อนหน้า สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีการเดิมส่วนผสมเพื่อให้ได้คุณสมบัติเฉพาะ ซี-วีดียังคงเป็นผู้นำตลาด โดยใน Q4'61 มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 25.0% สูงกว่าผู้ที่ได้ส่วนแบ่งการตลาดลำดับที่สองอยู่ 2.9%
- ในปี 2561 โครงการ Fitness First (โครงการจัดทำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนโดยรวมของบริษัท) ช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้กว่า 700 ล้านบาท โดยส่งผลอย่างชัดเจนใน Q4'61 ทำให้กำไรขั้นต้นของบริษัท ปรับเพิ่มขึ้น 2.7% จาก Q3'61 มาอยู่ที่ 34.5%

*กำไรสุทธิ = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด Q4'61 และ 2561

ตารางสรุปงบกำไรขาดทุน

หน่วย: ล้านบาท	Q4'61	Q4'60	% YoY	2561	2560	% YoY
รายได้รวม	6,519	6,418	1.6%	24,971	25,340	-1.5%
รายได้จากการขาย	6,333	6,364	-0.5%	24,297	25,027	-2.9%
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	4,690	4,829	-2.9%	18,575	18,975	-2.1%
ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล	675	611	10.4%	2,452	2,195	11.7%
บริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน	911	859	6.0%	3,063	3,645	-16.0%
ธุรกิจอื่นๆ	57	65	-12.2%	207	211	-1.9%
รวมรายได้อื่น	186	54	248.3%	674	313	115.0%
กำไรขั้นต้น	2,186	2,082	5.0%	7,883	8,262	-4.6%
SG&A	1,336	1,700	-21.4%	4,947	5,033	-1.7%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	903	914	-1.2%	3,498	3,384	3.3%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	434	786	-44.9%	1,449	1,649	-12.1%
EBIT	1,073	472	127.4%	3,803	3,722	2.2%
EBITDA	1,342	736	82.4%	4,875	4,778	2.0%
กำไรสำหรับงวดจากการดำเนินงานที่ยกเลิก – สุทธิจากภาษี	0	-22	-100.0%	27	40	-34.1%
กำไรสำหรับงวด	796	238	234.3%	3,062	2,939	4.2%
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท	789	214	268.7%	3,005	2,834	6.1%
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (%)						
อัตรากำไรขั้นต้น	34.5%	32.7%	1.8%	32.4%	33.0%	-0.6%
SG&A ต่อรายได้จากการขาย	21.1%	26.7%	-5.6%	20.4%	20.1%	0.3%
EBIT margin	16.5%	7.4%	9.1%	15.2%	14.7%	0.5%
EBITDA margin	20.6%	11.5%	9.1%	19.5%	18.9%	0.6%
อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด	12.2%	3.7%	8.5%	12.3%	11.6%	0.7%
อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท	12.1%	3.3%	8.8%	12.0%	11.2%	0.9%

ในเดือนกันยายน ปี 2561 บริษัท โอเอสสกา จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") ได้จำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท อินเทอร์เน็ตทีฟ คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยแห่งหนึ่งในกลุ่มบริษัท และได้รับรู้กำไรจากการขายก่อนหักภาษีเป็นจำนวน 12.3 ล้านบาท ซึ่งรวมอยู่ในกำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในงบกำไรขาดทุนรวม

เนื่องจากการขายบริษัทย่อยในสวนงานที่ให้บริการทางด้านสื่อโฆษณาทั้งหมดออก ทำให้งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ Q3'61 ที่แสดงเปรียบเทียบต้องถูกจัดประเภทใหม่ จากเดิมเป็นส่วนหนึ่งของงบรวม เปลี่ยนเป็นการนำเสนอเป็นรายการเดี่ยว คือ "กำไรสำหรับงวดจากการดำเนินงานที่ยกเลิก – สุทธิจากภาษี" ซึ่งบันทึกอยู่หลังค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงินระหว่างกาลสำหรับงวดสามเดือนและเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 ข้อ 7)

ในเดือนพฤศจิกายนปี 2561 บริษัทฯ ได้จำหน่าย บริษัท ไวท์กรุป จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบธุรกิจการค้าเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม การให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ และการให้บริการซ่อมบำรุง บริษัทได้รับกำไรสุทธิหลังหักภาษีจากการจำหน่ายเงินลงทุนจำนวนไม่มากนัก เนื่องจาก บริษัทได้รับกำไร/ขาดทุนจากผลประกอบการของไวท์กรุปเป็นรายได้รวมแล้ว

ผลประกอบการสำหรับงวด Q4'61 เปรียบเทียบกับ Q4'60

ในงวด Q4'61 บริษัทฯมีรายได้จากการขายอยู่ที่ 6,333 ล้านบาท ลดลง 31 ล้านบาท YoY (หรือ -0.5%) สาเหตุหลักมาจาก 1) รายได้จากการให้บริการผลิตและจำหน่ายลง (OEM) โดยเฉพาะรายได้จากการจำหน่ายขวดแก้วที่ลดลง -33.7% 2) ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นส่งผลกระทบต่อ การแปลงรายได้จากเงินตราต่างประเทศเป็นเงินบาท และ 3) การลดลงของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศกัมพูชา อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายเครื่องดื่มในประเทศทั้งหมด (รวมซี-วิตและคาลพิส) เติบโต 6.5% YoY และรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นถึง 7.2% YoY

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศอยู่ที่ 3,837 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 59 ล้านบาทจาก Q4'60 (หรือ +1.6% YoY) ในขณะที่ รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศลดลง 15.6% เนื่องจากผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน และผลประกอบการที่ไม่เป็นไปตามคาดในประเทศกัมพูชา อย่างไรก็ตาม หากคำนวณที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ รายได้จากการขายในต่างประเทศยังคงมีอัตราการเติบโตอยู่บ้าง

โดยรวมแล้ว บริษัทฯมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอยู่ที่ 4,690 ล้านบาท ลดลง 139 ล้านบาท (หรือ -2.9% YoY) ใน Q4'61 อย่างไรก็ตาม หากรวมรายได้จากซี-วิตและคาลพิส (ซึ่งเป็นรายได้ที่อยู่ในส่วนของการให้บริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน) รายได้จากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศไทยทั้งหมด เติบโตที่ 6.5% YoY

สำหรับตลาดในประเทศ เอ็ม-150 เติบโตที่ 1.4% ส่วนฉลามยังคงมีกระแสการตอบรับที่ดีหลังจากการเปิดตัวฉลามผสมกระชายดำในเดือนสิงหาคม ปี 2561 โดยมีอัตราเติบโตที่ +17.2% YoY และรายได้ของโสมอิน-ซิม ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (+37.8% YoY)

ในส่วนของตลาดต่างประเทศ รายได้จากการขายอยู่ที่ 853 ล้านบาท ใน Q4'61 ลดลง 198 ล้านบาท (หรือ -18.9% YoY) เนื่องจากผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนและยอดขายที่ไม่เป็นไปตามคาดในกัมพูชา สำหรับเมียนมาร์ ยอดขายยังคงเติบโตในอัตราตัวเลขสองหลัก ณ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราคงที่

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 64 ล้านบาท (หรือ +10.4% YoY) อยู่ที่ 675 ล้านบาท โดยรายได้จากการขายในต่างประเทศที่ขยายตัวถึง 40.3% YoY ในขณะที่ รายได้จากการขายภายในประเทศที่เติบโต 7.2% YoY เนื่องมาจากการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในไตรมาสก่อนหน้า (Q3'61) และการออกสินค้าใหม่ของทเวล์ฟสัสมร่วมกับบีเอ็นเค 48 ใน Q4'61 อย่างไรก็ตาม อัตราการเติบโตในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากเปรียบเทียบกับ Q4'60 ซึ่งเป็นไตรมาสที่บริษัทประสบความสำเร็จจากการเปิดตัวผลิตภัณฑ์เบบี๋ มายด์ ไวท์ ซากูระ ในเดือนตุลาคมปี 2560

บริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน

ซี-วิตผลักดันการเติบโตของกลุ่มด้วยรายได้ที่เพิ่มขึ้นใน Q4'61 ถึง 111.2% YoY หลังจากการขายกำลังการผลิตและการจัดจำหน่ายใน Q2'61 ซี-วิตได้กลายเป็นผู้นำในตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีการเติมส่วนผสมเพื่อให้ได้คุณสมบัติเฉพาะ ด้วยส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 25.0% ใน Q4'61 เพิ่มขึ้นจาก 23.3% ใน Q3'61 ในทางกลับกัน รายได้จากการให้บริการผลิตและจำหน่าย (OEM) ลดลง -34.2% YoY โดยรวม รายได้ในส่วนของการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชนอยู่ที่ 911 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 52 ล้านบาท (หรือ +6.0%) YoY

Q4'61 อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ สูงขึ้นอยู่ที่ 34.5% หรือเพิ่ม +2.7% QoQ กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 105 ล้านบาท YoY (หรือ +5.0%) อยู่ที่ 2,186 ล้านบาท ใน Q4'61 ซึ่งการพัฒนานี้เป็นผลมาจากโครงการ Fitness First ที่สามารถผลักดันให้ต้นทุนโดยรวมลดลง

ค่าใช้จ่าย SG&A ของบริษัทฯลดลง 363 ล้านบาท หรือ -21.4% YoY อยู่ที่ 1,336 ล้านบาท ในงวด Q4'61 โดยหลักเป็นผลมาจากการลดลงของรายการที่ไม่เกิดขึ้นเป็นประจำ ซึ่งบันทึกอยู่ภายใต้ค่าใช้จ่ายในการบริหารใน Q4'60 (เช่น การตั้งสำรองสำหรับคดีความที่ประเทศเคนยา และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการปรับโครงสร้างบริษัท) ค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่ายลดลง -1.2% YoY ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและส่งเสริมการขายคิดเป็นสัดส่วนของยอดขายลดลงเล็กน้อย ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่าง -44.9% YoY ใน Q4'61 เนื่องจากรายการที่กล่าวไปข้างต้น

ในงวด Q4'61 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิสำหรับงวดอยู่ที่ 796 ล้านบาท (+234.3% YoY) และมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทอยู่ที่ 789 ล้านบาท (+269.6% YoY)

สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวดปี 2561 เปรียบเทียบกับงวดปี 2560

ในปี 2561 รายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มภายในประเทศทั้งหมด (รวมเครื่องดื่มซี-วิตและคาลพิส**) เติบโต 2.7% รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเติบโตที่ 11.7% โดยหลักมาจากการขายในตลาดต่างประเทศ (กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์) รายได้จากการขายของบริษัทอยู่ที่ 24,297 ล้านบาท ลดลง 2.9% YoY เนื่องจากการสิ้นสุดสัญญาการจัดจำหน่ายสินค้าของยูนิชาร์มในเดือนมีนาคมปี 2560 แต่ถ้าวัดผลกระทบจากยูนิชาร์มออก รายได้รวมของปี 2561 ลดลงเพียง 0.7% ซึ่งเป็นผลมาจาก รายได้จากการให้บริการผลิตและจำหน่าย (OEM) ลดลง 31.5% YoY ผลประกอบการที่ไม่เป็นไปตามคาดในประเทศกัมพูชาและผลกระทบอัตราแลกเปลี่ยน แต่ถ้าวัดจากที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ รายได้จากการขายในต่างประเทศมีการเติบโตในต้นบวก

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

ในปี 2561 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอยู่ที่ 18,575 ล้านบาท ลดลง 400 ล้านบาท YoY (หรือ -2.1%) แต่รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มภายในประเทศทั้งหมด รวมซี-วีดีและแคลคูลัส** เด็บโตที่ 2.7% YoY โดยซี-วีดีเด็บโตที่ +74.6% YoY หลังการขายกำลังการผลิตและการจัดจำหน่ายเมื่อกลางปี 2561

ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีกลุ่มลูกค้าชัดเจน และมีส่วนผสมของสมุนไพรมีส่วนช่วยผลก้น ยอดขายในประเทศของบริษัทเป็นอย่างมาก โดยความสำเร็จจากการปรับปรุงลักษณะใหม่ของผู้บริโภค-ชิมในช่วงปลายปี 2560 ยังคงเพิ่มยอดขายในปี 2561 อย่างต่อเนื่อง ด้วยอัตราการเติบโต 109.1% YoY ส่วนการเปิดตัวของเครื่องดื่มผสมกระชายดำในเดือนสิงหาคมปี 2561 สามารถหยุดการลดลงของยอดขายแบรนด์ผสมได้เป็นอย่างดี โดยทั้งปีผลรวมยอดขายลดลงเพียง 0.7% YoY เมื่อเทียบกับการลดลงของยอดขายช่วงก่อนเปิดตัวของผสมกระชายดำที่ลดลงถึง 15% YoY แต่หลังการเปิดตัวของผสมกระชายดำ ยอดขายปรับตัวเพิ่มขึ้น 18.0% YoY สำหรับกาแฟเอ็ม-เพรสโซ (ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เปิดตัวในเดือนกุมภาพันธ์ปี 2561) มีส่วนช่วยเพิ่มรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในปีนี้อีกด้วย

ในปี 2561 บริษัทฯ มีรายได้รวมจากการขายในประเทศอยู่ที่ 14,902 ล้านบาท (ลดลงจากปี 2560 อยู่ 65 ล้านบาท, หรือ -0.4% YoY) โดยบริษัทฯ ยังคงครองส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทยที่ 54%

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในต่างประเทศลดลง 335 ล้านบาท YoY (หรือ -8.4%) อยู่ที่ 3,673 ล้านบาท เนื่องจากผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนและยอดขายที่ลดลงในกลุ่มภูเขา แต่รายได้จากการขายในเมียนมาร์ซึ่งเป็นตลาดหลักของบริษัท ยังคงเติบโตในอัตราเลขสองหลัก ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

ในปี 2561 รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 257 ล้านบาท YoY (หรือ +11.7%) อยู่ที่ 2,452 ล้านบาท เด็บโตขึ้นจากทั้งสินค้าเบรียมาด์ (+13.5% YoY อยู่ที่ 1,637 ล้านบาท) และสินค้าเวลฟิฟัส (+10.1% YoY อยู่ที่ 705 ล้านบาท) โดยรายได้จากการขายภายในประเทศของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล เด็บโต 8.5% อยู่ที่ 2,165 ล้านบาท ซึ่งเติบโตจากทั้งสินค้าเบรียมาด์ (+10.1% YoY) และสินค้าเวลฟิฟัส (+7.4% YoY) บริษัทฯ เชื่อว่าทั้งสองตราสินค้านี้จะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากการปรับหน่วยสินค้าของผลิตภัณฑ์ การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงขึ้น และการควบคุมค่าใช้จ่ายในการโฆษณาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ส่วนรายได้จากการขายในต่างประเทศเด็บโต 86 ล้านบาท YoY (หรือ +42.8%) อยู่ที่ 287 ล้านบาท

บริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน

รายได้จากการให้บริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน ลดลง 582 ล้านบาท YoY (หรือ -16.0%) อยู่ที่ 3,063 ล้านบาท ในปี 2561 โดยหลักเกิดจากรายได้ที่หายไปจากการสิ้นสุดสัญญาการจัดจำหน่ายสินค้าของยูนิชาร์มในเดือนมีนาคม ปี 2560 (-579 ล้านบาท YoY) และการลดลงของรายได้จากกลุ่ม OEM (-31.5% YoY) โดยเฉพาะรายได้จากการจำหน่ายขวดแก้ว (-33.7% YoY) เนื่องจากจากการปิดซ่อมบำรุงเตาหลอมแก้วที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างไรก็ตามรายได้จากเครื่องดื่มซี-วีดียังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง (+74.6% YoY) โดยเฉพาะหลังจากรายการขายกำลังการผลิตสำเร็จในช่วงกลางปี 2561

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นอยู่ที่ 7,883 ล้านบาท ในปี 2561 โดยรวมแล้ว อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ 32.4% (เปรียบเทียบกับ 33.0% ในปีก่อน) ในปี 2561 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจาก 1) ค่าใช้จ่ายการตลาดและส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล 2) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนหลัก เช่น ต้นทุนเศษแก้วในครั้งแรกของปี 2561 และการเพิ่มขึ้นของราคาก๊าซธรรมชาติ และ 3) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนแปรสภาพ (conversion cost) ซึ่งเป็นผลมาจากรายได้ของธุรกิจ OEM ที่ลดลง โดยโครงการ Fitness First สามารถลดผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนได้เป็นอย่างดี

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่าย SG&A ลดลง 86 ล้านบาท YoY (หรือ +1.7%) อยู่ที่ 4,947 ล้านบาท เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ต่ำลง 200 ล้านบาท (-12.1% YoY) เป็นผลมาจากการลดลงของค่าตอบแทนพนักงานและรายการที่ไม่เกิดขึ้นเป็นประจำใน Q4'60 เช่น การตั้งสำรองสำหรับคดีความที่ประเทศเคนยา อย่างไรก็ตาม ค่าโฆษณาและกิจกรรมส่งเสริมการขายสูงขึ้น เนื่องมาจากการสนับสนุนการออกผลิตภัณฑ์ใหม่และการนำสินค้าเดิมมาปรับปรุงลักษณะใหม่ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา 54 ล้านบาทในปี 2561 เพิ่มขึ้น 44% จากปีก่อน

ในปี 2561 บริษัทฯ บันทึกรายการจำหน่ายเงินลงทุนในธุรกิจสื่อโฆษณาและไวท์กรุป อยู่ที่ 158 ล้านบาท

บริษัทฯ มีกำไรสำหรับงวด อยู่ที่ 3,062 ล้านบาท (+4.2% YoY) และมีกำไรสุทธิ* อยู่ที่ 3,005 ล้านบาท (+6.1% YoY) และมีอัตรากำไรสุทธิ* อยู่ที่ 12.0%

*กำไรสุทธิ = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท

**ซี-วีดีและแคลคูลัส เป็นรายได้ที่รวมอยู่ในส่วนของการให้บริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน

เป้าหมายการดำเนินงานปี 2562

ในปี 2562 กลยุทธ์และเป้าหมายการเติบโตยังคงสอดคล้องกับเป้าหมายระยะกลางที่วางไว้ บริษัทฯ คาดว่ารายได้จะเติบโตในอัตราเลขตัวเดียวระดับกลางๆ (mid-single digit growth) และบริษัทฯ วางแผนที่จะเปิดตัว 2-4 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มใหม่ โดยเน้นที่กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีการเติมน้ำผสมเพื่อให้ได้คุณสมบัติเฉพาะ เอ็ม-150 ยังคงเป็นตราสินค้าหลักสำหรับการขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศ และบริษัทมุ่งเน้นสร้างความแข็งแกร่งให้ โสมอิน-ซิม และจลามกระชายดำซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของคุณประโยชน์จากสมุนไพร ซี-รีด ยังคงเป็นตราสินค้าหลักสำหรับเครื่องดื่มที่มีการเติมน้ำผสมเพื่อให้ได้คุณสมบัติเฉพาะ และจะเสริมทัพด้วยการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่แบบมีมายด์ และ ทเวลฟ์พลัส ยังคงเป็นตราสินค้าหลักของผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนจะขยายตลาดเพิ่มเข้าไปสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าและผิวพรรณ

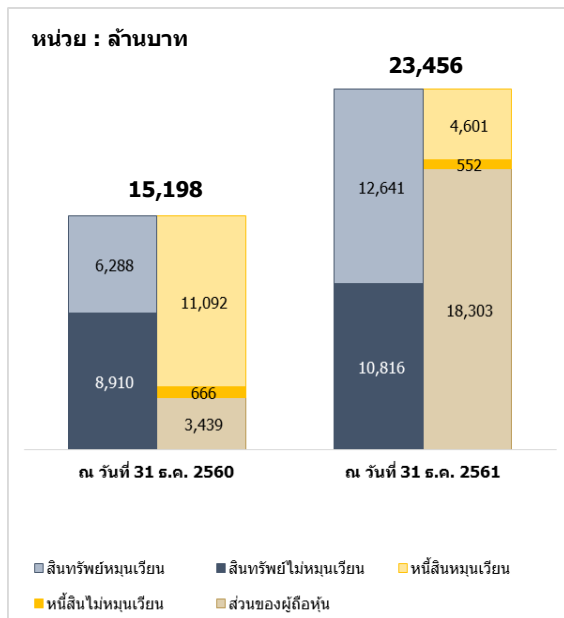
ประเทศ กัมพูชา ลาว และ เมียนมาร์ (CLM) ยังคงเป็นตลาดหลักของการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศ ตลาดใหญ่ยังคงเป็นประเทศเมียนมาร์ โดยกลยุทธ์หลักคือการเพิ่มความแข็งแกร่งให้ตราสินค้าชาร์ดเมียนมาร์และเอ็ม-150 และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบต่างๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น โรงงานผลิตแห่งใหม่ที่ประเทศเมียนมาร์คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปลายปี 2562 โดยบริษัทฯ จะสามารถรับกำไรจากการผลิตจากโรงงานแห่งใหม่นี้ด้วย

นอกจากนี้ บริษัทฯ คาดว่ายอดขายจากการให้บริการผลิตและจัดจำหน่าย OEM จะดีขึ้น โดยเฉพาะ OEM ขวดแก้ว เพราะการซ่อมบำรุงเตาหลอมแก้วแล้วเสร็จในไตรมาสที่ 2 ปี 2561

เป้าหมายกำไรในปี 2562 เป็นไปตามแผนงานระยะกลางที่ตั้งเป้าไว้ บริษัทฯ ยังคงดำเนินโครงการ Fitness First อย่างต่อเนื่อง ในปี 2562 บริษัทฯ คาดว่าจะได้รับผลของโครงการที่ทำมาตลอดปี 2561 อย่างเต็มที่ โครงการที่จะทำเพิ่มเติม คือ การลดน้ำหนักขวดแก้ว การเพิ่มประสิทธิภาพของคลังสินค้าและกระบวนการกระจายสินค้า การปรับบรรจุภัณฑ์และสูตรผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น บริษัทฯ คาดว่าอัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจะปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะ จากการเปิดดำเนินงานของโรงงานแก้วแห่งใหม่ของสยามกลาสอยุธยา (SGA2) ที่คาดว่าจะเริ่มดำเนินการได้กลางปี 2562 ซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ต้องการปรับเพิ่มกำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ผ่านการออกสินค้าใหม่ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ดีขึ้น และการทำ premiumization บริษัทฯ ยังคงมองหาโอกาสและตลาดใหม่ๆ โดยบริษัทฯ กำลังศึกษาโอกาสการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศเวียดนาม และ ประเทศจีน ซึ่งแผนงานก้าวหน้าตามเป้าหมายที่วางไว้ นอกจากนี้ บริษัทฯ เล็งเห็นศักยภาพในการเติบโตของช่องทางการขายผ่านตัวแทนสินค้าอัตโนมัติ โดยบริษัทฯ คาดว่าจะสามารถจัดตั้งบริษัทร่วมทุนแล้วเสร็จในปี 2562

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

งบแสดงฐานะทางการเงินโดยสรุป



ตารางสรุปงบแสดงฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2560 (ล้านบาท)	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2561
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	376	4,486
ลูกหนี้การค้า และ ลูกหนี้อื่น	2,837	3,030
สินค้าคงเหลือ	1,744	1,557
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	145	3,567
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่จัดประเภทเป็นสินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขาย	1,186	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	6,288	12,641
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	6,933	6,518
เงินลงทุนระยะยาว	1,222	2,608
สินทรัพย์อื่น	754	1,690
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	8,910	10,816
รวมสินทรัพย์	15,198	23,456
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2560 (ล้านบาท)	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2561
เจ้าหนี้การค้า และ เจ้าหนี้อื่น	4,338	4,131
เงินกู้ยืมระยะสั้น	6,082	-
หนี้สินอื่น	944	1,023
หนี้สินที่จัดประเภทเป็นถือไว้เพื่อขาย	394	-
รวมหนี้สิน	11,758	5,153
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	231	3,004
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	-	11,848
กำไรสะสม	3,011	3,298
ส่วนเกินจากการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน	328	353
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	(240)	(415)
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	109	215
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,439	18,303
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	15,198	23,456

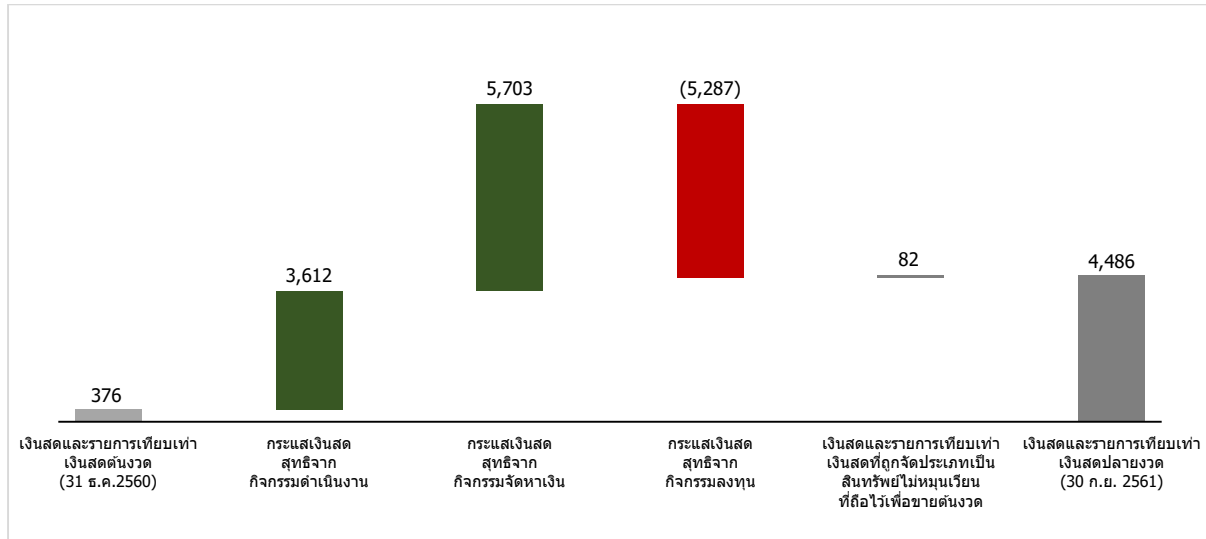
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมอยู่ที่ 23,456 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้น 8,259 ล้านบาท (หรือ +54.3%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดที่เพิ่มขึ้น จำนวน 4,110 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนของการวิเคราะห์กระแสเงินสด) ระหว่างนี้บริษัทนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ไปลงทุนในตราสารหนี้ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ส่งผลให้สินทรัพย์หมุนเวียนอื่นและเงินลงทุนระยะยาวเพิ่มขึ้น 3,422 ล้านบาท และ 1,386 ล้านบาทตามลำดับ (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงินหมายเลข 6)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 5,153 ล้านบาท ซึ่งลดลงกว่า 6,605 ล้านบาท (หรือ -56.2%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยหลักมาจาก เงินกู้ยืมระยะสั้นลดลง 6,082 ล้านบาท เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นลดลง 207 ล้านบาท และ หนี้สินที่จัดประเภทเป็นหนี้ถือไว้เพื่อขายลดลง 394 ล้านบาท หลังจากการจำหน่ายเงินลงทุนในฟิวเจอร์ กรุ๊ป

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น 18,303 ล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่า 14,864 ล้านบาท จากวันที่ 31 ธันวาคม 2560 เนื่องจากการรับรู้กำไรสำหรับงวดส่วนที่เป็นของบริษัท 3,005 ล้านบาท รวมถึงการเพิ่มขึ้นของทุนและส่วนเกินมูลค่าหุ้น 14,621 ล้านบาท แต่ถูกหักล้างด้วยการจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นส่วนที่เป็นของบริษัท 2,742 ล้านบาทในปี 2561

การวิเคราะห์กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท



ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด อยู่ที่ 4,486 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4,110 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ 3,612 ล้านบาท มีกระแสเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 5,703 ล้านบาท โดยเป็นกระแสเงินสดรับจากการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) จำนวน 14,723 ล้านบาท หักล้างกับการชำระเงินกู้จำนวน 6,095 ล้านบาท และการจ่ายเงินปันผลจำนวน 2,809 ล้านบาท (รวมถึงการจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นส่วนของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม) บริษัทฯ มีกระแสเงินสดจ่ายสุทธิจากกิจกรรมลงทุน จากการซื้อที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์จำนวน 1,255 ล้านบาท การได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์แบบสัญญาเช่า โดยบริษัท โอเอสสกา เมียนมาร์ จำนวน 364 ล้านบาท และลงทุนในตราสารหนี้ทั้งระยะสั้นและระยะยาวจำนวน 5,192 ล้านบาท โดยหักล้างกับกระแสเงินสดรับจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม


การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

	4Q'61	4Q'60	2561	2560
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร				
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	34.5	32.7	32.4	33.0
EBITDA margin (%)	20.6	11.5	19.5	18.9
อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด (%)	12.2	3.7	12.3	11.6
อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท (%)	12.1	3.3	12.0	11.2
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) - trailing	28.2	72.1	28.2	72.1
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) - trailing	15.8	18.5	15.8	18.5
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน				
ระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	35	38	36	37
ระยะเวลาการเก็บหนี้ (วัน)	42	43	45	51
ระยะเวลาการชำระหนี้ (วัน)	43	40	43	41
อัตราส่วนสภาพคล่อง และอัตราส่วนด้านหนี้สิน				
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	2.75	0.57	2.75	0.57
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.28	3.42	0.28	3.42

บริษัท มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 34.5% ในงวด Q4'61 เปรียบเทียบกับ 32.7% ในงวด Q4'60 โดยที่ค่าใช้จ่าย SG&A ต่อรายได้จากการขายอยู่ที่ 21.1% ในงวด Q4'61 เมื่อเปรียบเทียบกับ 26.7% ในปีก่อน บริษัท มี EBITDA margin สูงขึ้น จาก 11.5% ในงวด Q4'60 มาอยู่ที่ 20.6% ในงวด Q4'61 ในขณะที่อัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจาก 3.3% ในงวด Q4'60 มาอยู่ที่ 12.1% ในงวด Q4'61 โดยในปีที่แล้วบริษัทบันทึก หนี้สินทางการเงินได้รอกการตัดบัญชี (DTL) 132 ล้านบาทจากการจำหน่ายเงินลงทุนใน ฟิวเจอร์ กรุป ใน Q4'60

บริษัท มี cash cycle เป็น 34 วัน ในงวด Q4'61 เปรียบเทียบกับ 41 วัน ในงวด Q4'60 ซึ่งเกิดจากรยะเวลาดำเนินการขายสินค้าเฉลี่ยที่ลดลงและระยะเวลาการเก็บหนี้ที่ดีขึ้น

บริษัท มีอัตราส่วนสภาพคล่องที่คงที่ ประมาณ 2.75 เท่า เนื่องจากบริษัทฯ ได้รับเงินสดและเงินลงทุนจากการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ส่วนอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงเหลือ 0.28 เท่า



ภาคผนวก: อัตราส่วนทางการเงิน และ สูตรคำนวณ

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร

อัตรากำไรขั้นต้น (%) = (รายได้จากการขาย - ต้นทุนขาย) / รายได้จากการขาย

SG&A ต่อรายได้จากการขาย (%) = (ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย + ค่าใช้จ่ายในการบริหาร) / รายได้จากการขาย

EBIT margin (%) = (กำไรก่อนภาษีเงินได้ + ต้นทุนทางการเงิน) / รายได้รวม

EBITDA margin (%) = (กำไรก่อนภาษีเงินได้ + ต้นทุนทางการเงิน + ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน) / รายได้รวม

อัตรากำไรสุทธิ สำหรับงวด (%) = กำไรสำหรับงวด / รายได้รวม

อัตรากำไรสุทธิ ส่วนที่เป็นของบริษัท (%) = กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท / รายได้รวม

อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) = กำไรสำหรับงวด / ค่าเฉลี่ยส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) = กำไรสำหรับงวด / ค่าเฉลี่ยสินทรัพย์รวม

อัตราส่วนสภาพคล่อง

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า) = รวมสินทรัพย์หมุนเวียน / รวมหนี้สินหมุนเวียน

อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ย (วัน) = สินค้าคงเหลือเฉลี่ย / (ต้นทุนขาย / จำนวนวันของงวด¹)

ระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน) = ลูกหนี้การค้าก่อนหนี้สงสัยจะสูญเฉลี่ย / (รายได้จากการขายรวม / จำนวนวันของงวด¹)

ระยะเวลาการชำระหนี้ (วัน) = เจ้าหนี้การค้ารวม / (ต้นทุนขาย / จำนวนวันของงวด¹)

อัตราส่วนด้านหนี้สิน

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) = หนี้สินรวม / ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

¹ จำนวนวันของงวด ไข่ไก่ 1 ปีมี 360 วัน เช่น ไข่ 90 วัน ในการคำนวณอัตราส่วนทางการเงินสำหรับงวดสามเดือน และ 180 วัน ในการคำนวณอัตราส่วนทางการเงินสำหรับงวดหกเดือน เป็นต้น