

สรุปภาพรวมธุรกิจที่สำคัญ

- กำไรสุทธิ* สำหรับไตรมาส 2 ของปี 2562 ("Q2'62") อยู่ที่ 710 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.5% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และอัตรากำไรสุทธิ* สำหรับ Q2'62 อยู่ที่ 11.3% เพิ่มขึ้น 0.2% YoY ส่วนกำไรสุทธิ* สำหรับครึ่งปีแรกของปี 2562 ("1H'62") อยู่ที่ 1,599 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +10.7% YoY และอัตรากำไรสุทธิ* ในงวด อยู่ที่ 12.6% เพิ่มขึ้น 0.6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน หากไม่นับรวมการตั้งสำรองผลประโยชน์พนักงานตาม พ.ร.บ. คุ้มครองแรงงานฉบับใหม่ จะมีกำไรสุทธิ* อยู่ที่ 12.5% สำหรับ Q2'62 และอยู่ที่ 13.2% สำหรับ 1H'62
- สำหรับไตรมาส 2 ปี 2562 บริษัทมีรายได้รวมจากการขายอยู่ที่ 6,295 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.7% YoY โดยรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศทั้งหมดเติบโต 7.3% YoY และรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลในประเทศเติบโต 23.7% YoY ส่วนรายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศ ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ เติบโต 8.7% ทำให้รายได้รวมจากการขายในครึ่งปีแรกของปี 2562 เติบโตเพิ่มขึ้น 5.0% จากการเติบโตของทุกกลุ่มธุรกิจ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลในประเทศที่เติบโตในอัตรา 5.6% และ 13.2% ตามลำดับ
- ใน Q2'62 บริษัทยังคงเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่ม Brain and Body Boost ("BBB") ซึ่งประกอบด้วยเครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มเกลือแร่ กาแฟพร้อมดื่ม และ Functional Drinks โดยมีส่วนแบ่งการตลาดรวมที่ 30.0% ทั้งนี้ใน Q2'62 ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศยังคงรักษาอัตราการเติบโตได้ดีที่ 5.5% และจากการที่บริษัทใช้กลยุทธ์การนำเสนอความหลากหลายของตราสินค้า (Multi-Brand Strategy) และกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ (Consumer-Centric Marketing Strategy) ทำให้บริษัทรักษาส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังอยู่ที่ 53.8% ซึ่งยังคงเป็นไปตามเป้าหมายระยะกลางของบริษัท และในตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ซี-ริตยังคงเป็นผู้นำตลาดและมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 22.5% เพิ่มขึ้น 5.58% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน
- อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับ Q2'62 สูงขึ้น 4.0% YoY อยู่ที่ 35.3% ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของครึ่งปีแรกอยู่ที่ 35.0% ซึ่งเพิ่มขึ้น 3.3% YoY ทั้งนี้เป็นผลมาจากโครงการ Fit Fast Firm (โครงการจัดทำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนโดยรวมของบริษัท) ช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย เช่น ลดต้นทุนเศษแก้ว, การปรับสูตรสินค้า, ลดต้นทุนน้ำตาล และการใช้ขวดแก้วแบบใหม่ที่มีน้ำหนักเบา โดยการลดลงของต้นทุนต่างๆ ดังกล่าว ได้ช่วยชดเชยต้นทุนก๊าซธรรมชาติที่ปรับตัวสูงขึ้น
- เงินปันผลระหว่างกาลได้รับอนุมัติในอัตรา 0.35 บาทต่อหุ้น ซึ่งจะจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 13 กันยายน 2562 คิดเป็นอัตราการจ่ายเงินปันผลร้อยละ 66 ของกำไรสุทธิจากการดำเนินงานตามงบการเงินรวมสำหรับครึ่งปีแรกของบริษัทหลังหักทุนสำรองตามกฎหมาย

*กำไรสุทธิ = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด Q2'62 และ 1H'62
ตารางสรุปงบกำไรขาดทุน

หน่วย: ล้านบาท	Q2'62	Q2'61	%YoY	1H'62	1H'61	%YoY
รายได้รวม	6,394	6,049	5.7%	12,906	12,389	4.2%
รายได้จากการขาย	6,295	5,953	5.7%	12,661	12,063	5.0%
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	5,296	5,028	5.3%	10,617	10,196	4.1%
ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล	690	571	20.9%	1,338	1,180	13.4%
อื่นๆ	309	354	-12.6%	706	687	2.8%
รวมรายได้อื่น	99	96	2.5%	245	326	-24.9%
กำไรขั้นต้น	2,221	1,861	19.4%	4,435	3,821	16.1%
SG&A	1,459	1,190	22.6%	2,781	2,452	13.5%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	989	846	16.9%	1,873	1,769	5.9%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	470	344	36.6%	908	682	33.1%
EBIT	889	815	9.0%	1,987	1,788	11.1%
EBITDA	1,121	1,077	4.1%	2,460	2,313	6.3%
กำไรสำหรับงวดจากการดำเนินงานต่อเนื่อง	721	665	8.4%	1,618	1,452	11.4%
กำไรสำหรับงวดจากการดำเนินงานที่ยกเลิก - สุทธิจากภาษี	-	8	-100.0%	-	20	-100.0%
กำไรสำหรับงวด	721	673	7.0%	1,618	1,472	9.9%
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท	710	661	7.5%	1,599	1,444	10.7%
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (%)						
อัตรากำไรขั้นต้น	35.3%	31.3%	4.0%	35.0%	31.7%	3.3%
SG&A ต่อรายได้จากการขาย	23.2%	20.0%	3.2%	22.0%	20.3%	1.7%
EBIT margin	14.1%	13.7%	0.4%	15.7%	14.8%	0.9%
EBITDA margin	17.8%	18.1%	-0.3%	19.4%	19.2%	0.2%
อัตราส่วนกำไรสุทธิสำหรับงวด	11.4%	11.3%	0.1%	12.8%	12.2%	0.6%
อัตราส่วนกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท	11.3%	11.1%	0.2%	12.6%	12.0%	0.6%

การปรับการรายงานข้อมูลผลการดำเนินงานของแต่ละส่วนงาน

ในปี 2562 บริษัทได้มีการจัดกลุ่มส่วนงานที่รายงานใหม่ โดยหน่วยงานธุรกิจที่สำคัญผลิตสินค้าและให้บริการที่แตกต่างกัน และมีการบริหารจัดการแยกต่างหาก เนื่องจากมีการดำเนินธุรกิจและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยบริษัทมี 3 ส่วนงานที่รายงาน ดังนี้ 1. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม 2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล และ 3. กลุ่มอื่นๆ โดยผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ซี-วิตและแคลฟิสจัดรวมอยู่ในส่วนของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม สำหรับกลุ่มอื่นๆ ประกอบด้วยผลการดำเนินงานจากการให้บริการผลิตสินค้า (OEM) ผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ยา ลูกอม และอื่นๆ โดยรายงานของ Q2'61 และ 1H'61 ที่นำมาเปรียบเทียบได้มีการปรับการรายงานส่วนงานให้ตรงกับงวดเดียวกันของปี 2562 แล้ว

ผลประกอบการสำหรับงวด Q2'62 เปรียบเทียบกับ Q2'61

ในงวด Q2'62 บริษัทมีรายได้จากการขายอยู่ที่ 6,295 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.7% YoY หรือ 342 ล้านบาท เป็นผลจากการเติบโตของทั้งส่วนผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ซึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมีการเติบโตในสินค้ากลุ่มหลักทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหลักอย่าง M-150 เครื่องดื่มบำรุงกำลังที่มีส่วนผสมของสมุนไพรอย่าง โสมอินซิม และฉลามกระชายดำ และสินค้าใหม่อย่างเปปทีนพลัส และชาร์คสูตรคาเฟอีนจากธรรมชาติ ส่วนผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลมีการเติบโตอย่างโดดเด่นที่ 20.9% YoY จากความสำเร็จของการเปิดตัวสินค้าใหม่ นอกจากนี้ รายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศเติบโต 8.7% ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจต่างประเทศรายงานยอดขายลดลงเล็กน้อย เมื่อรวมผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรวมอยู่ที่ 5,296 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 268 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 5.3% YoY โดยรายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศอยู่ที่ 4,256 ล้านบาท เติบโต 7.3% YoY หรือเพิ่มขึ้น 289 ล้านบาท ในขณะที่รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศลดลงเล็กน้อย จากผลกระทบอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตาม หากคำนวณที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ รายได้จากการขายในต่างประเทศเพิ่มขึ้น 9.3% YoY

สำหรับตลาดเครื่องดื่มในประเทศ เครื่องดื่มบำรุงกำลังเติบโตได้ดีทั้งจากสินค้าหลักอย่าง M-150 และเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่มีส่วนผสมของสมุนไพร ซึ่งยังคงอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโสมอินซิมที่เติบโต 25.1% YoY และฉลามกระชายดำที่ทำให้แบรนด์ฉลามโดยรวมเติบโต 33.9% YoY ส่วนเครื่องดื่ม Functional Drinks เติบโตทั้งจากเครื่องดื่มซี-วิตและเปปทีน (รวมถึงผลิตภัณฑ์เปปทีนพลัสที่ออกใหม่ในปี 2562) สร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ของบริษัท รักษาความเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks ติดต่อกันเป็นไตรมาสที่ 4 ตั้งแต่ Q3'61 โดยซี-วิตยังคงเติบโตและรักษาส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 22.5% หรือเพิ่มขึ้น 5.58% YoY แม้ว่าในเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายนที่ผ่านมา ซี-วิตมีสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการเนื่องจากมีการดำเนินการปรับปรุงเพื่อขยายกำลังการผลิต (Debottlenecking) ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและขยายกำลังการผลิต คาดว่าจะส่งผลให้ยอดขายในครึ่งปีหลังเติบโตอย่างน้อย 20%

ในส่วนของตลาดเครื่องดื่มต่างประเทศ รายได้จากการขายอยู่ที่ 1,040 ล้านบาท ซึ่งลดลงเล็กน้อย หากพิจารณาที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ รายได้รวมของบริษัทจากการขายสินค้าในต่างประเทศเติบโต 9.3% YoY โดยหลักมาจากการขยายตัวของตลาดในประเทศ กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ ที่เติบโต 5.6% YoY

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 119 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 20.9% YoY อยู่ที่ 690 ล้านบาท มาจากการเติบโตของทุกตราสินค้าที่เติบโตอย่างน้อย 20% ทั้งจากผลิตภัณฑ์เบบี๋ มายด์ ที่มีสินค้าออกใหม่ ได้แก่ เบบี๋มายด์ อัลตรามายด์ สตรี อัลมอนต์ และ ออร์แกนิก บาย เบบี๋มายด์ ที่ได้รับการตอบรับอย่างดี ผลิตภัณฑ์เทเวลฟพลัสที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง หลังจากมีการปรับปรุงประสิทธิภาพของตราสินค้า รวมถึงผลิตภัณฑ์สินค้าแบ่งเย็น และเทเวลฟ พลัส เพอร์ฟุ่ม มิสท์ ที่เป็นสินค้าออกใหม่ที่มีกำไรเติบโตได้ดีอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ผลิตภัณฑ์เอ็กซ์อิท (Exit) ที่กลับมาครองใจผู้บริโภคหลังจากมีการออกสินค้าและทำการตลาดร่วมกับ BNK 48 นอกจากนี้ ในไตรมาสที่ผ่านมา บริษัทได้มีการเปิดตัวสินค้าใหม่เป็นผลิตภัณฑ์สกินแคร์ ภายใต้แบรนด์ Plantstory ทางช่องทางอีคอมเมิร์ซ (e-commerce) และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง (Specialty Store)

กลุ่มอื่นๆ

รายได้จากกลุ่มอื่นๆ อยู่ที่ 309 ล้านบาท ลดลง 45 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 12.6% YoY เนื่องจากรายได้จากการให้บริการผลิตและจำหน่าย (OEM) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลลดลง

Q2'62 อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทสูงขึ้นอยู่ที่ 35.3% หรือเพิ่มขึ้น 4.0% YoY ทำให้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 360 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 19.4% YoY อยู่ที่ 2,221 ล้านบาท ใน Q2'62 ซึ่งการเติบโตนี้เป็นผลมาจากโครงการ Fit Fast Firm (โครงการจัดทำเพื่อลดต้นทุนโดยรวม) ที่สามารถผลักดันให้ต้นทุนโดยรวมลดลง ทำให้มีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น โดยในปีนี้ บริษัทยังคงทำโครงการลดต้นทุนที่ต่อเนื่องจากปีก่อน รวมถึงเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของบรรษัท การปรับสูตรเพิ่มเติม และการใช้ขวดแก้วแบบใหม่ที่มีน้ำหนักเบาเพิ่มเติม

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขาย (SG&A to total revenue from sales) ของบริษัทเพิ่มขึ้นอยู่ที่ 23.2% ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อน เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้นเพื่อสนับสนุนสินค้าที่ออกใหม่ในระหว่างไตรมาส รวมถึงผลกระทบจากการตั้งประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานที่ได้ปรับปรุงให้ลูกจ้างมีสิทธิได้รับค่าชดเชยไม่น้อยกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้าย 400 วัน ซึ่งได้มีการบันทึกค่าใช้จ่ายทั้งหมดจำนวน 96.8 ล้านบาทในงบการเงินรวม

ในงวด Q2'62 บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวดอยู่ที่ 721 ล้านบาท (+7.0% YoY) และมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทอยู่ที่ 710 ล้านบาท (+7.5% YoY) หากไม่นับรวมการตั้งสำรองผลประโยชน์พนักงานตาม พ.ร.บ. คู่แข่งแรงงานฉบับใหม่ จะมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทอยู่ที่ 786 ล้านบาท (+18.9% YoY)

สรุปผลการดำเนินงานสำหรับครึ่งปีแรกของปี 2562 เปรียบเทียบกับงวดครึ่งปีแรกของปี 2561

สำหรับงวดครึ่งปีแรกของปี 2562 บริษัทมีรายได้รวมจากการขายอยู่ที่ 12,661 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.0% YoY หรือเพิ่มขึ้น 598 ล้านบาท จากการเติบโตในทุกกลุ่มธุรกิจ โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล โดยซี-วิตยังคงรักษาการเติบโตได้ดีที่ 62.6% และการเติบโตของกลุ่มสินค้าเครื่องดื่มบำรุงกำลังอย่าง M-150 โสมอินซิม และฉลามกระชายดำ ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเติบโตอย่างน่าพอใจจากความสำเร็จของการเปิดตัวสินค้าใหม่ภายใต้ตราสินค้าเบบี๋มายด์ และการเติบโตอย่างต่อเนื่องของตราสินค้าเวลฟัส นอกจากนี้ รายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศเติบโต 8.7% ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจต่างประเทศรายงานยอดขายลดลงเล็กน้อย เมื่อรวมผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรวมอยู่ที่ 10,617 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 421 ล้านบาท หรือคิดเป็น +4.1% YoY โดยรายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศอยู่ที่ 8,643 ล้านบาท เติบโต 5.6% YoY หรือเพิ่มขึ้น 459 ล้านบาท ในขณะที่รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศลดลงเล็กน้อย จากผลกระทบอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตาม หากคำนวณที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ รายได้จากการขายในต่างประเทศเพิ่มขึ้น 8.3% YoY

สำหรับตลาดเครื่องดื่มในประเทศ เครื่องดื่มบำรุงกำลังเติบโตได้ดีทั้งสินค้าหลักอย่าง M-150 และเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่มีส่วนผสมของสมุนไพร ซึ่งยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโสมอินซิมที่เติบโต 23.4% YoY และฉลามกระชายดำที่ทำให้แบรนด์ฉลามโดยรวมเติบโต 29.7% YoY สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ซี-วิตยังคงเติบโตและรักษาความเป็นผู้นำตลาดโดยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 25.3% ซึ่งทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ของบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดรวมอยู่ที่ 33.6% แม้ว่าในเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายนที่ผ่านมา ซี-วิตมีสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการเนื่องจากการดำเนินการปรับปรุงเพื่อขยายกำลังการผลิต (Debottlenecking) ซึ่งจะทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและขยายกำลังการผลิต คาดว่าจะส่งผลให้ยอดขายในครึ่งปีหลังเติบโตอย่างน้อย 20%

ในส่วนของตลาดเครื่องดื่มต่างประเทศ รายได้จากการขายอยู่ที่ 1,973 ล้านบาท ซึ่งลดลงเล็กน้อย หากพิจารณาที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ รายได้รวมของบริษัทจากการขายสินค้าในต่างประเทศเพิ่มขึ้น 8.3% YoY โดยหลักมาจากการขายตัวของตลาดในประเทศ กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ ที่เติบโต 8.0% YoY

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 158 ล้านบาท (หรือ +13.4% YoY) อยู่ที่ 1,338 ล้านบาท ทั้งนี้มาจากผลิตภัณฑ์เบบี๋ มายด์ ที่มีสินค้าออกใหม่ในเดือนพฤษภาคม 2562 ได้แก่ เบบี๋มายด์ อัลตรามายด์ สวิท อัลมอนต์ และ ออร์แกนิกบาย เบบี๋มายด์ ที่ได้รับการตอบรับอย่างดี และจากผลิตภัณฑ์เวลฟัสที่ออกในเดือนมิถุนายน 2561 (ทเวลฟ์ พลัส เพอร์ฟิวมีสท์) รวมถึงการออกสินค้าและทำตลาดร่วมกับ BNK 48 ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ทเวลฟ์พลัส และยังช่วยเพิ่มยอดขายของแบรนด์เอ็กซิท (Exit) อีกด้วย นอกจากนี้ ในไตรมาสที่ผ่านมา บริษัทได้มีการเปิดตัวสินค้าใหม่เป็นผลิตภัณฑ์สกินแคร์ ภายใต้แบรนด์ Plantstory ทางช่องทางอีคอมเมิร์ซ (e-commerce) และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง (Specialty Store)

กลุ่มอื่นๆ

รายได้จากการให้บริการผลิตและจำหน่าย (OEM) ของผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลลดลง อย่างไรก็ตามรายได้จากการจำหน่ายลูกอมเติบโตขึ้นจากทั้งแบรนด์โบนันและสินค้าออกใหม่ ได้แก่ โอลีโบสต์ (Olé Boost) และโอลีมินิซูการ์ฟรี (Olé Mini Sugar Free) ทำให้รายได้จากกลุ่มอื่นๆ อยู่ที่ 706 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 2.8% YoY

ในครึ่งปีแรกของปี 2562 อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทสูงขึ้นอยู่ที่ 35.0% หรือเพิ่มขึ้น 3.3% YoY ทำให้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 614 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 16.1% YoY อยู่ที่ 4,435 ล้านบาท ซึ่งการเติบโตนี้เป็นผลมาจากโครงการ Fit Fast Firm (โครงการจัดทำเพื่อลดต้นทุนโดยรวม) ที่สามารถผลักดันให้ต้นทุนโดยรวมลดลง ทำให้มีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น โดยในปีนี้ บริษัทยังคงทำโครงการลดต้นทุนที่ต่อเนื่องจากปีก่อน รวมถึงเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของบรรษัท การปรับสูตรเพิ่มเติม และการใช้ขวดแก้วแบบใหม่ที่มีน้ำหนักเบาเพิ่มเติม

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขาย (SG&A to total revenue from sales) ของบริษัท เพิ่มขึ้นอยู่ที่ 22.0% ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อน เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้นเพื่อสนับสนุนสินค้าที่ออกใหม่ในระหว่างไตรมาส รวมถึงผลกระทบจากการตั้งประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานที่ได้ปรับปรุงให้ลูกจ้างมีสิทธิได้รับค่าชดเชยไม่น้อยกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้าย 400 วัน ซึ่งได้มีการบันทึกค่าใช้จ่ายทั้งหมดจำนวน 96.8 ล้านบาทในงบการเงินรวม

ในงวด 1H'62 บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวดอยู่ที่ 1,618 ล้านบาท (+9.9% YoY) และมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทอยู่ที่ 1,599 ล้านบาท (+10.7% YoY) หากไม่นับรวมการตั้งสำรองผลประโยชน์พนักงานตาม พ.ร.บ. คู่แข่งแรงงานฉบับใหม่ จะมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทอยู่ที่ 1,675 ล้านบาท (+15.9% YoY)

เงินปันผล

เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2562 คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ในอัตรา 0.35 บาทต่อหุ้น เป็นเงินทั้งสิ้น 1,051.3 ล้านบาท ซึ่งเป็นเงินปันผลจากผลการดำเนินงานจากงบการเงินเฉพาะกิจการสำหรับงวดเดือนมกราคมถึงมิถุนายนของปี 2562 ซึ่งมีกำไรสุทธิจำนวน

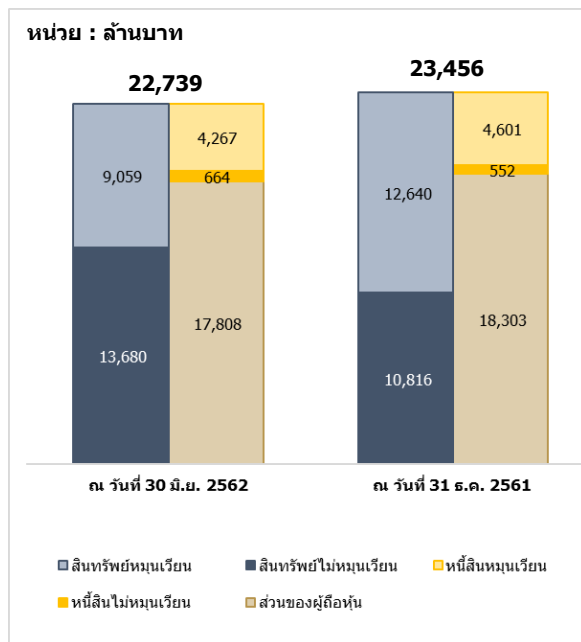
814.8 ล้านบาท และเงินปันผลระหว่างกาลที่ได้รับจากบริษัทย่อยเป็นจำนวน 490.0 ล้านบาท โดยได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทย่อยในเดือนกรกฎาคม 2562 โดยเงินปันผลระหว่างกาลจะจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 13 กันยายน 2562 (กำหนดรายชื่อผู้มีสิทธิรับเงินปันผล หรือ Record date) วันที่ 28 สิงหาคม 2562 โดยเงินปันผลระหว่างกาลนี้คิดเป็นอัตราการจ่ายเงินปันผลที่ 66% ของกำไรสุทธิจากการดำเนินงานตามงบการเงินรวมสำหรับครึ่งปีแรกของบริษัทหลังหักทุนสำรองตามกฎหมาย

โอกาสการลงทุน

บริษัทเล็งเห็นศักยภาพของช่องทางบริหารจัดการจำหน่ายที่ใกล้ชิดผู้บริโภค (Proximity Channel) และแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบายในยุคดิจิทัล บริษัทจึงได้เข้าลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นของบริษัท เอเซีย เวนดิง แมชชีน โอเปอร์เรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของผู้ผลิตเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) รายใหญ่ของโลก โดยลงทุนเป็นจำนวนเงิน 25.5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 51 โดยการลงทุนนี้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของบริษัทที่จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของช่องทางบริหารจัดการจำหน่าย ซึ่งบริษัทมีเป้าหมายขยายไปในอาคารสำนักงาน โรงงาน และโรงเรียน และบริษัทมองว่าการลงทุนครั้งนี้จะช่วยผลักดันและต่อยอดความเชี่ยวชาญของทั้งสองบริษัทเพื่อสร้างการเติบโตและขยายตลาดในอนาคต

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

งบแสดงฐานะทางการเงินโดยสรุป



ตารางสรุปงบแสดงฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์ (ล้านบาท)	ณ วันที่ 30 มิ.ย. 2562	ณ วันที่ 31 มี.ค. 2561
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	2,661	4,486
เงินลงทุนชั่วคราว	2,031	3,500
ลูกหนี้การค้า และ ลูกหนี้อื่น	2,948	3,030
สินค้าคงเหลือ	1,340	1,557
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	79	67
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	9,059	12,640
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	7,847	6,518
เงินลงทุนระยะยาว	4,277	2,608
สินทรัพย์อื่น	1,556	1,690
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	13,680	10,816
รวมสินทรัพย์	22,739	23,456

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	ณ วันที่ 30 มิ.ย. 2562	ณ วันที่ 31 มี.ค. 2561
เจ้าหนี้การค้า และ เจ้าหนี้อื่น	3,901	4,131
หนี้สินอื่น	1,030	1,022
รวมหนี้สิน	4,931	5,153
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	3,004	3,004
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	11,848	11,848
กำไรสะสม	2,825	3,298
ส่วนเกินทุนจากการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน	353	353
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	(448)	(415)
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	226	215
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	17,808	18,303
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	22,739	23,456

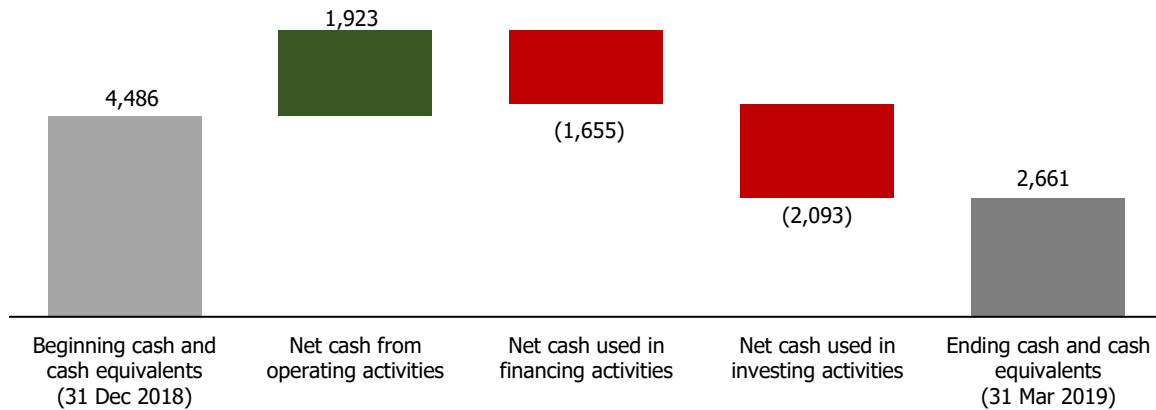
ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทมีสินทรัพย์รวมอยู่ที่ 22,739 ล้านบาท ซึ่งลดลง 717 ล้านบาท (หรือลดลง 3.1%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงจำนวน 1,825 ล้านบาท ซึ่งมาจากเงินสดจ่ายเพื่อซื้อที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ และเงินปันผลจ่ายให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทที่กำหนดจ่ายในเดือนกุมภาพันธ์ 2562 และเดือนพฤษภาคม 2562 ในขณะที่กระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น เงินลงทุนชั่วคราวลดลง 1,469 ล้านบาท เนื่องจากการเปลี่ยนจากเงินลงทุนระยะสั้นเป็นเงินลงทุนระยะยาว (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4 เงินลงทุนอื่น) ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิเพิ่มขึ้น 1,329 ล้านบาท จากการลงทุนในโรงงานผลิตขวดแก้วแห่งใหม่ (SGA2) และโรงงานผลิตเครื่องดื่มที่กำลังก่อสร้างในประเทศเมียนมา

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทมีหนี้สินรวม 4,931 ล้านบาท ลดลง 222 ล้านบาท (หรือลดลง 4.3%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยหลักมาจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นลดลง 230 ล้านบาท

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น 17,808 ล้านบาท ลดลง 495 ล้านบาท (หรือลดลง 2.7%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2561 มาจากกำไรสุทธิที่ลดลง เนื่องจากกำไรที่เพิ่มขึ้นของบริษัทหักกับเงินปันผลจ่ายสำหรับปี 2561 ให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทที่กำหนดจ่ายในเดือนกุมภาพันธ์ 2562 และเดือนพฤษภาคม 2562 เป็นจำนวนทั้งหมด 2,072 ล้านบาท

การวิเคราะห์กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท



ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด อยู่ที่ 2,661 ล้านบาท ลดลง 1,825 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยบริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ 1,923 ล้านบาท ในขณะที่กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเท่ากับ 1,655 ล้านบาท ซึ่งมาจากการลงทุนในโรงงานผลิตขวดแก้วแห่งใหม่ (SGA2) โรงงานผลิตเครื่องต้มที่กำลังก่อสร้างในประเทศเมียนมาร์ และ โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเบี่ยงแห่งใหม่ ส่วนกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 2,093 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการจ่ายเงินปันผลสำหรับปี 2561 ให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทที่กำหนดจ่ายในเดือนกุมภาพันธ์ 2562 และเดือนพฤษภาคม 2562 เป็นจำนวนทั้งหมด 2,072 ล้านบาท

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

	Q2'62	Q2'61	1H'62	1H'61
อัตราส่วนสภาพคล่อง				
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	2.1	0.6	2.1	0.6
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	30	40	32	39
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	43	43	43	43
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	42	45	42	43
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร				
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	35.3	31.3	35.0	31.7
อัตรากำไรก่อนภาษี ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%)	17.8	18.1	19.4	19.2
อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด (%)	11.4	11.3	12.8	12.2
อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท (%)	11.3	11.1	12.6	12.0
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) - trailing	28.9	58.1	28.9	58.1
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) - trailing	16.9	17.4	16.9	17.4
อัตราส่วนอื่นๆ				
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.3	2.5	0.3	2.5

บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นในงวดสามเดือนและหกเดือนอยู่ที่ 35.3% เพิ่มขึ้น 4.0% YoY และอยู่ที่ 35.0% เพิ่มขึ้น 3.3% YoY ตามลำดับ ซึ่งสาเหตุหลักเกิดจากโครงการ Fit Fast Firm (โครงการจัดทำเพื่อลดต้นทุนโดยรวม) ที่สามารถผลักดันให้ต้นทุนโดยรวมลดลง ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทในงวดสามเดือนและหกเดือนเพิ่มขึ้นจาก 11.1% มาอยู่ที่ 11.3% และ จาก 12.0% มาอยู่ที่ 12.6% ตามลำดับ เนื่องจากบริษัทสามารถลดต้นทุนได้ในสัดส่วนที่มากกว่าค่าใช้จ่ายการตลาดที่เพิ่มขึ้น

บริษัทมี cash cycle เป็น 31 วัน ในงวด Q2'62 เปรียบเทียบกับ 38 วัน ในงวด Q2'61 ซึ่งเกิดจากระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยที่ลดลง นอกจากนี้ บริษัท มีอัตราส่วนสภาพคล่องที่อยู่ที่ 2.1 เท่า เนื่องจากบริษัทได้รับเงินสดและเงินลงทุนจากการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) และอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงเหลือ 0.3 เท่า



ภาคผนวก: อัตราส่วนทางการเงิน และ สูตรคำนวณ

อัตราส่วนสภาพคล่อง

อัตราส่วนเงินหมุนเวียน (เท่า) = รวมสินทรัพย์หมุนเวียน / รวมหนี้สินหมุนเวียน

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

ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน) = ลูกหนี้การค้าก่อนหนี้สงสัยจะสูญเฉลี่ย / (รายได้จากการขาย / จำนวนวันของงวด¹)

ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน) = เจ้าหนี้การค้าเฉลี่ย / (ต้นทุนขาย / จำนวนวันของงวด¹)

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร

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

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขาย (%) = (ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย + ค่าใช้จ่ายในการบริหาร) / รายได้จากการขาย

อัตรากำไรก่อนภาษีและดอกเบี้ย (%) = (กำไรก่อนภาษีเงินได้ + ต้นทุนทางการเงิน) / รายได้จากการขาย

อัตรากำไรก่อนภาษี ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%) = (กำไรก่อนภาษีเงินได้ + ต้นทุนทางการเงิน + ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน) / รายได้จากการขาย

อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด (%) = กำไรสำหรับงวด / รายได้จากการขาย

อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท (%) = กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท / รายได้จากการขาย

อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) = กำไรสำหรับงวด / ค่าเฉลี่ยส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) = กำไรสำหรับงวด / ค่าเฉลี่ยสินทรัพย์รวม

อัตราส่วนอื่นๆ

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) = หนี้สินรวม / ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

¹ จำนวนวันของงวด ใช้เกณฑ์ 1 ปีมี 360 วัน เช่น ใช้ 90 วัน ในการคำนวณอัตราส่วนทางการเงินสำหรับงวดสามเดือน และ 180 วัน ในการคำนวณอัตราส่วนทางการเงินสำหรับงวดหกเดือน เป็นต้น