

สรุปภาพรวมธุรกิจที่สำคัญ

- รายได้รวมจากการขายสำหรับไตรมาส 3 ปี 2562 ("Q3'62") อยู่ที่ 6,328 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น 7.2% YoY สำหรับรายได้จากการขายในประเทศที่ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลยังคงเติบโตจากงวดเดียวกันของไตรมาสก่อนที่ 9.4% และ 5.8% ตามลำดับ ส่วนรายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศ เติบโต 14.4% ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ ในขณะที่รายได้รวมจากการขายในงวดเก้าเดือนของปี 2562 ("9M'62") เพิ่มขึ้น 5.7% YoY จากการขยายตัวของธุรกิจหลักทั้งในและต่างประเทศ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลในประเทศเติบโตที่ 6.9% และ 10.7% ตามลำดับ และรายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศ เติบโต 10.4% ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่
- กำไรสุทธิ* สำหรับ Q3'62 อยู่ที่ 838 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.5% YoY ซึ่งอัตรากำไรสุทธิ* สำหรับ Q3'62 อยู่ที่ 13.2% เพิ่มขึ้น 0.1% YoY ส่วนกำไรสุทธิ* สำหรับ 9M'62 อยู่ที่ 2,436 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.9% YoY ซึ่งอัตรากำไรสุทธิ* สำหรับ 9M'62 อยู่ที่ 12.8% เพิ่มขึ้น 0.5% YoY
- อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับ Q3'62 สูงขึ้น 2.8% YoY อยู่ที่ 34.6% ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้น 9M'62 อยู่ที่ 34.9% เพิ่มขึ้น 3.2% YoY ทั้งนี้เป็นผลมาจากโครงการ Fit Fast Firm (โครงการจัดทำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนโดยรวมของบริษัท) ช่วยลดราคาค่าต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ อาทิ น้ำตาล, เศษแก้ว, และบรรจุภัณฑ์อื่นๆ รวมถึงการปรับสูตรสินค้า, การปรับใช้บรรจุภัณฑ์ลักษณะเดียวกัน (Harmonized Packaging Specification) และการใช้ขวดแก้วที่มีน้ำหนักเบา
- โอเอสสกายังคงความเป็นผู้นำและเป็นส่วนสำคัญที่ผลักดันการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบางรุ่นกำลังและตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks โดยใน 9M'62 ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบางรุ่นกำลังยังคงอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องที่ 6.3% จากการใช้กลยุทธ์การนำเสนอความหลากหลายของตราสินค้า (Multi-Brand Strategy) และกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ (Consumer-Centric Marketing Strategy) ทำให้บริษัทฯ สามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบางรุ่นกำลังอยู่ที่ 53.5% เป็นไปตามเป้าหมายระยะกลาง ส่วนตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ใน 9M'62 ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่งที่ 21.9% มาจากเครื่องดื่มซี-วิต แบรินด์อันดับหนึ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 25.5% และใน Q3'62 ส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องดื่มซี-วิตกลับมาเพิ่มขึ้นอยู่ที่ 26.0% หรือเพิ่มขึ้น 3.5% จากไตรมาสก่อน หลังจากมีการดำเนินการปรับปรุงเพื่อขยายกำลังการผลิต (Debottlenecking)

*กำไรสุทธิ = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด Q3'62 และ 9M'62

ตารางสรุปงบกำไรขาดทุน

หน่วย: ล้านบาท	Q3'62	Q3'61	%YoY	9M'62	9M'61	%YoY
รายได้รวม	6,532	6,063	7.7%	19,438	18,452	5.3%
รายได้จากการขาย	6,328	5,901	7.2%	18,989	17,964	5.7%
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	5,345	4,932	8.4%	15,961	15,127	5.5%
ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล	639	597	7.2%	1,978	1,777	11.3%
อื่นๆ	344	373	-7.8%	1,050	1,060	-0.9%
รวมรายได้อื่น	204	162	26.7%	449	488	-7.8%
กำไรขั้นต้น	2,191	1,876	16.8%	6,626	5,697	16.3%
SG&A	1,459	1,158	25.9%	4,241	3,611	17.5%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	1,026	825	24.3%	2,899	2,595	11.7%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	433	333	30.0%	1,342	1,016	32.1%
EBIT	1,008	942	7.0%	2,995	2,730	9.7%
EBITDA	1,247	1,221	2.1%	3,706	3,534	4.9%
กำไรสำหรับงวดจากการดำเนินงานต่อเนื่อง	841	787	6.8%	2,459	2,239	9.8%
กำไรสำหรับงวดจากการดำเนินงานที่ยกเลิก - สุทธิจากภาษี	-	7	-100.0%	-	27	-100.0%
กำไรสำหรับงวด	841	794	5.9%	2,459	2,266	8.5%
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท	838	772	8.5%	2,436	2,216	9.9%
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (%)						
อัตรากำไรขั้นต้น	34.6%	31.8%	2.8%	34.9%	31.7%	3.2%
SG&A ต่อรายได้จากการขาย	23.1%	19.6%	3.5%	22.3%	20.1%	2.2%
EBIT margin	15.9%	16.0%	-0.1%	15.8%	15.2%	0.6%
EBITDA margin	19.7%	20.7%	-1.0%	19.5%	19.7%	-0.2%
อัตราส่วนกำไรสุทธิสำหรับงวด	13.3%	13.4%	-0.1%	12.9%	12.6%	0.3%
อัตราส่วนกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท	13.2%	13.1%	0.1%	12.8%	12.3%	0.5%

การปรับการรายงานข้อมูลผลการดำเนินงานของแต่ละส่วนงาน

ในปี 2562 บริษัทได้มีการจัดกลุ่มส่วนงานที่รายงานใหม่ โดยหน่วยงานธุรกิจที่สำคัญผลผลิตสินค้าและให้บริการที่แตกต่างกัน และมีการบริหารจัดการแยกต่างหาก เนื่องจากมีการดำเนินธุรกิจและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยบริษัทมี 3 ส่วนงานที่รายงาน ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม (รวมผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ซี-วิตและคาลพิส)
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล และ
3. กลุ่มอื่นๆ

(ประกอบด้วยผลการดำเนินงานจากการให้บริการผลิตและจำหน่ายสินค้า (OEM) ผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ยา ลูกอม และอื่นๆ) โดยรายงานของ Q3'61 และ 9M'61 ที่นำมาเปรียบเทียบได้มีการปรับการรายงานส่วนงานให้ตรงกับงวดเดียวกันของปี 2562 แล้ว

ผลประกอบการสำหรับงวด Q3'62 เปรียบเทียบกับ Q3'61

บริษัทมีรายได้รวมจากการขายสำหรับงวด Q3'62 อยู่ที่ 6,328 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 427 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 7.2% YoY จากการเติบโตของทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ซึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมีการเติบโตในสินค้ากลุ่มหลักทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหลักอย่าง M-150 เครื่องดื่มบำรุงกำลังที่มีส่วนผสมของสมุนไพรอย่าง โสมอินซิม รวมทั้งกลุ่มเครื่องดื่ม Functional Drinks ที่ได้รับความนิยมอย่างเครื่องดื่มซี-วิต ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเติบโตที่ 7.2% YoY มาจากการต่อยอดความสำเร็จของผลิตภัณฑ์เบบี๋มายด์ และการเปิดตัวสินค้าใหม่อย่างผลิตภัณฑ์ทเวลฟ์ พลัส ไวท์เทนนิ่งพลัส โรลออน และผลิตภัณฑ์น้ำหอมทเวลฟ์ พลัสแบบพกพา (Perfume Card) นอกจากนี้ รายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศเติบโต 14.4% ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ มาจากประเทศเมียนมาร์ และกลุ่มประเทศตะวันออกกลางเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม รายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศรายงานยอดขายเพิ่มขึ้น 4.2% YoY เมื่อรวมผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

รายได้รวมจากการขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอยู่ที่ 5,345 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 413 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 8.4% YoY โดยรายได้จากการขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศอยู่ที่ 4,511 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 388 ล้านบาท หรือเติบโต 9.4% YoY ในขณะที่รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศเติบโต 14.0% YoY ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ มาจากประเทศเมียนมาร์ และกลุ่มประเทศตะวันออกกลางเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศเติบโตที่ 3.0% YoY เมื่อรวมผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน

สำหรับตลาดเครื่องดื่มในประเทศ เครื่องดื่มบำรุงกำลังเติบโตได้ดีทั้งจากสินค้าหลักอย่าง M-150 ที่ยังคงรักษาความเป็นผู้นำตลาดและเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่มีส่วนผสมของสมุนไพร อย่าง โสมอินซิมที่เติบโตโดดเด่นถึง 64.4% YoY ส่วนผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ยังคงเติบโตอย่างโดดเด่นทั้งจากเครื่องดื่มซี-วิต และเปปทีน ทำให้บริษัทฯ คงส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 ติดต่อกันเป็นไตรมาสที่ 5 โดยเครื่องดื่มซี-วิต ยังคงรายได้จากการขายเติบโตถึง 37.8% YoY จากฐานที่สูงขึ้นหลังจากรวมกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นในไตรมาส 2 ปีก่อนแล้ว และเครื่องดื่มเปปทีนที่มีรายได้จากการขายเติบโต 31.8% YoY หลังจากออกผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างเปปทีนพลัสในไตรมาส 1 ปีนี้ นอกจากนี้ โอเอสสกาได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ เครื่องดื่มวีพลัส ซึ่งเป็นเครื่องดื่มผสมเกลือแร่ วิตามินซี และคูลมินต์ และเครื่องดื่มสลิมมา ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่ช่วยควบคุมน้ำหนักโดยลดการดูดซึมและเผาผลาญไขมันที่มีส่วนผสมของใยอาหาร แอลคาร์นิทีน และวิตามินบี ซึ่งเป็นารออกผลิตภัณฑ์โดยใช้การสร้างธุรกิจแบบสตาร์ทอัพ ที่ออกสินค้าลงตลาดเจาะผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มและจัดจำหน่ายในช่องทางเฉพาะ (Selective Channel) อาทิ ช่องทางออนไลน์ และสถานออกกำลังกาย โดยจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

ในส่วนของตลาดเครื่องดื่มต่างประเทศ รายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศเติบโตถึง 14.0% YoY ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ โดยหลักมาจากประเทศเมียนมาร์ และกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง อย่างไรก็ตาม รายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศรายงานอยู่ที่ 834 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.0% YoY เมื่อรวมผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 43 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 7.2% YoY อยู่ที่ 639 ล้านบาท เป็นผลจากการต่อยอดความสำเร็จของผลิตภัณฑ์เบบี๋มายด์ ผ่านเบบี๋มายด์ สตรี อัลมอลด์ ที่มีการเปิดตัวในไตรมาสที่ผ่านมา รวมทั้งการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ อาทิ ผลิตภัณฑ์ทเวลฟ์ พลัส ไวท์เทนนิ่งพลัส โรลออน และผลิตภัณฑ์น้ำหอมทเวลฟ์ พลัส แบบพกพา (Perfume Card) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์เอ็กซีท (Exit) ยังคงเติบโตต่อเนื่องจากการร่วมทำการตลาดกับ BNK48

กลุ่มอื่นๆ

รายได้จากกลุ่มอื่นๆ อยู่ที่ 344 ล้านบาท ลดลง 29 ล้านบาท หรือลดลง 7.8% YoY เนื่องจากรายได้จากการให้บริการผลิตและจำหน่ายสินค้า (OEM) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลลดลง

อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทสำหรับงวด Q3'62 สูงขึ้นอยู่ที่ 34.6% หรือเพิ่มขึ้น 2.8% YoY ซึ่งบริษัทฯ สามารถรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นนี้ได้ตั้งแต่งวด Q4'61 เป็นผลมาจากโครงการ Fit Fast Firm (โครงการจัดทำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนโดยรวมของบริษัท) ที่ช่วยลดต้นทุนรวมให้ลดลง ทำให้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 315 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 16.8% YoY อยู่ที่ 2,191 ล้านบาท โดยโครงการ Fit Fast Firm ประกอบด้วย การลดราคาค่าต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ การปรับใช้บรรจุภัณฑ์ (Packaging Optimization) การใช้ขวดแก้วแบบใหม่ที่มีน้ำหนักเบา และการปรับสูตรสินค้า นอกจากนี้ โรงงานผลิตขวดแก้วแห่งใหม่ (SGA2) ที่มีการเปิดเตาในเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา จะเริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์ในงวด Q4'62 โดยโรงงานแห่งนี้ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เป็นโรงงานผลิตขวดแก้วที่มีประสิทธิภาพสูง ช่วยลดต้นทุนการผลิตผ่านความยั่งยืนในการใช้วัตถุดิบ อัตราประสิทธิภาพการผลิตที่สูง และความสามารถในการผลิตขวดแก้วที่บางและมีน้ำหนักเบา

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขาย (SG&A to total revenue from sales) คิดเป็น 23.1% ตามช่วงเวลาการโฆษณาและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในระหว่างไตรมาส เพื่อหนุนการเติบโตของผลิตภัณฑ์และสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ใหม่

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวด Q3'62 อยู่ที่ 841 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 5.9% YoY) และมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทอยู่ที่ 838 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 8.5% YoY)

สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวดเก้าเดือนของปี 2562 เปรียบเทียบกับงวดเก้าเดือนของปี 2561

บริษัทมีรายได้รวมจากการขายสำหรับงวด 9M'62 อยู่ที่ 18,989 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,025 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 5.7% YoY จากการเติบโตของทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ซึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมีการเติบโตในสินค้ากลุ่มหลักทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหลักอย่าง M-150 เครื่องดื่มบำรุงกำลังที่มีส่วนผสมของสมุนไพรอย่าง โสมอินซิม รวมทั้งกลุ่มเครื่องดื่ม Functional Drinks ที่ได้รับความนิยมอย่างเครื่องดื่มซี-วิต ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเติบโตที่ 11.3% YoY มาจากการต่อยอดความสำเร็จของผลิตภัณฑ์เบบี๋มายด์ และแบรนด์ทเวลฟ์ พลัสที่แข็งแกร่งขึ้น ในขณะที่ รายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศเติบโต 10.4% ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ อย่างไรก็ตาม รายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศรายงานยอดขายเพิ่มขึ้น 0.6% YoY เมื่อรวมผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

รายได้รวมจากการขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอยู่ที่ 15,961 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 834 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 5.5% YoY โดยรายได้จากการขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศอยู่ที่ 13,154 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 847 ล้านบาท หรือเติบโต 6.9% YoY ในขณะที่รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศเติบโตที่ 10.0% YoY ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ จากกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ (CLM) และกลุ่มประเทศตะวันออกกลางเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศยังทรงตัว เมื่อรวมผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน

สำหรับตลาดเครื่องดื่มในประเทศ เครื่องดื่มบำรุงกำลังเติบโตได้ดีทั้งสินค้าหลักอย่าง M-150 ที่ยังคงเป็นผู้นำตลาด และเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่มีส่วนผสมของสมุนไพร อาทิ โสมอินซิมและจลากรมชรายตำที่ยังคงอัตราการเติบโตรวมแข็งแกร่งถึง 23.6% YoY โดยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ยังคงเติบโตอย่างโดดเด่นโดยเฉพาะเครื่องดื่มซี-วิตและเปปทีนที่แสดงศักยภาพการเติบโตที่เติบโตถึง 51.0% YoY และ 25.3% YoY ตามลำดับ ทำให้โอเอสสกายังคงเป็นผู้นำตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 33.7% โดยเครื่องดื่มซี-วิตที่เป็นตราสินค้าอันดับหนึ่งมีส่วนแบ่งการตลาด 25.5%

ในส่วนของตลาดเครื่องดื่มต่างประเทศ รายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศเติบโต 10.0% YoY ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ จากกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ (CLM) และกลุ่มประเทศตะวันออกกลางเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม รายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศรายงานอยู่ที่ 2,807 ล้านบาท ลดลง 0.5% YoY เมื่อรวมผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 201 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 11.3% YoY อยู่ที่ 1,978 ล้านบาท เป็นผลจากการต่อยอดความสำเร็จของผลิตภัณฑ์เบบี๋มายด์ ฟานเบบี๋มายด์ สวีท อัลมอลด์ ที่มีการเปิดตัวในไตรมาสที่ผ่านมา รวมทั้งการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ อาทิ ผลิตภัณฑ์ทเวลฟ์ พลัส ไวท์เทนนิ่งพลัส โรลออนและผลิตภัณฑ์น้ำหอมทเวลฟ์ พลัส แบบพกพา (Perfume Card) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์เอ็กซิท (Exit) ยังคงเติบโตต่อเนื่องจากการร่วมทำการตลาดกับ BNK48

กลุ่มอื่นๆ

รายได้จากกลุ่มอื่นๆ อยู่ที่ 1,050 ล้านบาท ลดลง 10 ล้านบาท หรือลดลง 0.9% YoY เนื่องจากรายได้จากการให้บริการผลิตและจำหน่ายสินค้า (OEM) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลลดลง อย่างไรก็ตาม รายได้จากการจำหน่ายสินค้ากลุ่มลูกอมเติบโตขึ้นจากโปลีนและโอเล่ ซึ่งมีการสินค้าออกใหม่ ได้แก่ โอลีบูสท์ (Olé Boost) และโอลีมินิซูการ์ฟรี (Olé Mini Sugar Free)

อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทสำหรับงวด 9M'62 สูงขึ้นอยู่ที่ 34.9% หรือเพิ่มขึ้น 3.2% YoY ซึ่งบริษัทฯ สามารถรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นนี้ได้ตั้งแต่ Q4'61 เป็นผลมาจากโครงการ Fit Fast Firm (โครงการจัดทำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนโดยรวมของบริษัท) ที่ช่วยลดต้นทุนรวมให้ลดลง ทำให้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 929 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 16.3% YoY อยู่ที่ 6,626 ล้านบาท โดยโครงการ Fit Fast Firm ประกอบด้วย การลดราคาต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ การปรับใช้บรรจุภัณฑ์ (Packaging Optimization) การใช้ขวดแก้วแบบใหม่ที่มีน้ำหนักเบา และการปรับสูตรสินค้า นอกจากนี้ โรงงานผลิตขวดแก้วแห่งใหม่ (SGA2) ที่มีการเปิดเตาในเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา จะเริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์ในงวด Q4'62 โดยโรงงานแห่งนี้ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เป็นโรงงานผลิตขวดแก้วที่มีประสิทธิภาพสูง ช่วยลดต้นทุนการผลิตผ่านความยั่งยืนในการใช้วัตถุดิบ อัตราประสิทธิภาพการผลิตที่สูง และความสามารถในการผลิตขวดแก้วที่บางและมีน้ำหนักเบา

อัตรารวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขาย (SG&A to total revenue from sales) คิดเป็น 22.3% ตามช่วงเวลาการโฆษณาและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในระหว่างไตรมาส เพื่อหนุนการเติบโตของผลิตภัณฑ์และสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงผลกระทบจากการตั้งประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานที่ได้รับการปรับปรุงให้ลูกจ้างมีสิทธิได้รับค่าชดเชยไม่น้อยกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้าย 400 วัน ซึ่งได้มีการบันทึกค่าใช้จ่ายทั้งหมดจำนวน 96.8 ล้านบาทในงบการเงินรวมใน Q2'62

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวด 9M'62 อยู่ที่ 2,459 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 8.5% YoY) และมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทอยู่ที่ 2,436 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 9.9% YoY)

โอกาสการลงทุน

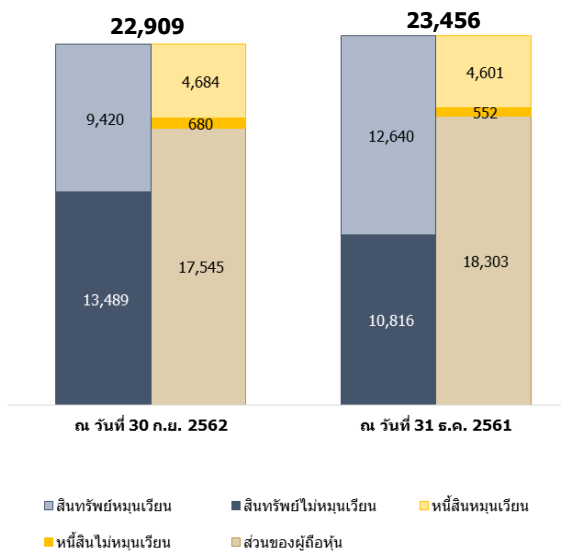
โอเอสสกาต่อ ยอดความสำเร็จจากการเป็นผู้นำตลาดในประเทศไทยเพื่อขยายเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเข้าซื้อหุ้นสัดส่วน 60% ในบริษัท Osotspta VTA Joint Stock Company เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องตีแป้งกำลังในประเทศเวียดนาม โดยบริษัทฯ มองว่าตลาดเวียดนามมีความน่าสนใจและเชื่อมั่นในศักยภาพการเติบโตของตลาด ทั้งด้านจำนวนประชากรที่สูงและส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว เศรษฐกิจที่เติบโตต่อเนื่อง และ กำลังซื้อและการจับจ่ายใช้สอยที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น โอเอสสกาจึงขยายเข้าสู่ตลาดเวียดนามโดยสร้างและต่อยอดเครือข่ายการจัดจำหน่ายสินค้าของหุ้นส่วนทางธุรกิจ ออกสินค้าที่มีความแตกต่าง และสร้างตำแหน่งทางการตลาดที่สามารถเติบโตอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ โอเอสสกามองหาโอกาสการเพิ่มศักยภาพการเติบโตและต่อยอดความเชี่ยวชาญในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จึงวางแผนที่จะลงทุนในกิจการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขวดแก้วในประเทศเมียนมาร์ผ่านบริษัทย่อย โดยคณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติการลงทุนเป็นจำนวนเงินรวมไม่เกิน 8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนได้เสียในความเป็นเจ้าของไม่ต่ำกว่า 51% ของทุนจดทะเบียนรวม ทั้งนี้ คาดว่าจะเริ่มเปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์ได้ในปีพ.ศ. 2564

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

งบแสดงฐานะการเงินโดยสรุป

หน่วย : ล้านบาท



ตารางสรุปงบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์ (ล้านบาท)	ณ วันที่ 30 ก.ย. 62	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 61
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	3,559	4,486
เงินลงทุนชั่วคราว	1,243	3,500
ลูกหนี้การค้า และ ลูกหนี้อื่น	3,239	3,030
สินค้าคงเหลือ	1,301	1,557
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	78	67
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	9,420	12,640
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิ	8,257	6,518
เงินลงทุนระยะยาว	3,247	2,608
สินทรัพย์อื่น	1,985	1,690
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	13,489	10,816
รวมสินทรัพย์	22,909	23,456
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	ณ วันที่ 30 ก.ย. 62	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 61
เจ้าหนี้การค้า และ เจ้าหนี้อื่น	4,479	4,131
หนี้สินอื่น	885	1,022
รวมหนี้สิน	5,364	5,153
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	3,004	3,004
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	11,848	11,848
กำไรสะสม	2,611	3,298
ส่วนเกินทุนจากการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน	353	353
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	(460)	(415)
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	189	215
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	17,545	18,303
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	22,909	23,456

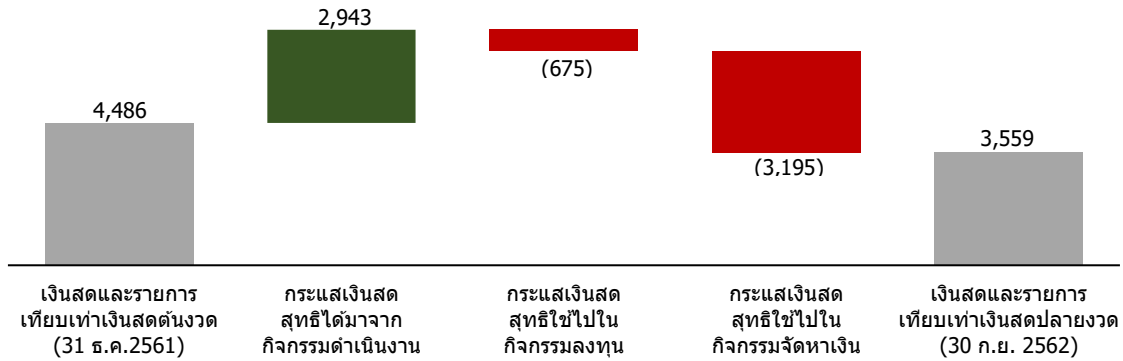
ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 บริษัทมีสินทรัพย์รวมอยู่ที่ 22,909 ล้านบาท ลดลง 547 ล้านบาท (หรือลดลง 2.3%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงจำนวน 927 ล้านบาท จากเงินสดจ่ายเพื่อซื้อที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์และเงินปันผลจ่ายจากผลการดำเนินงานสำหรับปี 2561 ที่กำหนดจ่ายให้ผู้ถือหุ้นของบริษัท และเงินปันผลระหว่างกาลจากผลการดำเนินงานสำหรับปี 2562 หักลบกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่เงินลงทุนชั่วคราวลดลง 2,257 ล้านบาท เนื่องจากการจำหน่ายเงินลงทุนในตราสารหนี้ (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4 เงินลงทุนอื่น) ส่วนที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิเพิ่มขึ้น 1,739 ล้านบาท จากการลงทุนในโรงงานผลิตขวดแก้วแห่งใหม่ (SGA2) และโรงงานผลิตเครื่องตีแป้งกำลังก่อสร้างในประเทศเมียนมาร์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 บริษัทมีหนี้สินรวม 5,364 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 211 ล้านบาท (หรือเพิ่มขึ้น 4.1%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยหลักมาจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นที่เพิ่มขึ้น 348 ล้านบาท

ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น 17,545 ล้านบาท ลดลง 758 ล้านบาท (หรือลดลง 4.1%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2561 มาจากกำไรสะสมที่ลดลงจำนวน 687 ล้านบาทเนื่องจากการจ่ายเงินปันผลสำหรับปี 2561 ที่มีกำหนดจ่ายให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทในเดือนกุมภาพันธ์ 2562 และเดือนพฤษภาคม 2562 และเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับปี 2562 ที่กำหนดจ่ายในเดือนกันยายน 2562 เป็นจำนวนรวม 3,124 ล้านบาทหักกับกำไรระหว่างงวดของบริษัท

การวิเคราะห์กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท



ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด อยู่ที่ 3,559 ล้านบาท ลดลง 927 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยบริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ 2,943 ล้านบาท ในขณะที่กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเท่ากับ 675 ล้านบาท ซึ่งมาจากการลงทุนในโรงงานผลิตขวดแก้วแห่งใหม่ (SGA2) โรงงานผลิตเครื่องดื่มที่กำลังก่อสร้างในประเทศเมียนมาร์ และโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลประเภทแปรงฟันใหม่ ที่เกี่ยวกับการจำหน่ายเงินลงทุนในตราสารหนี้ ส่วนกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 3,195 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการจ่ายเงินปันผลสำหรับปี 2561 ที่กำหนดจ่ายให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทในเดือนกุมภาพันธ์ 2562 และ เดือนพฤษภาคม 2562 และการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับปี 2562 ที่กำหนดจ่ายในเดือนกันยายน 2562 เป็นจำนวนรวม 3,124 ล้านบาท

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

	Q3'62	Q3'61	9M'62	9M'61
อัตราส่วนสภาพคล่อง				
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	2.0	0.6	2.0	0.6
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	29	38	31	37
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	44	44	45	44
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	43	45	44	42
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร				
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	34.6	31.8	34.9	31.7
อัตรากำไรก่อนภาษี ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%)	19.7	20.7	19.5	19.7
อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด (%)	13.3	13.4	12.9	12.6
อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท (%)	13.2	13.1	12.8	12.3
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) - trailing	28.7	53.0	28.7	53.0
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) - trailing	17.0	16.8	17.0	16.8
อัตราส่วนอื่นๆ				
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.3	2.0	0.3	2.0

เนื่องจากโครงการ Fit Fast Firm (โครงการจัดทำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนโดยรวมของบริษัท) สามารถผลักดันให้ต้นทุนโดยรวมลดลง ส่งผลให้บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับงวด Q3'62 และ 9M'62 อยู่ที่ 34.6% (หรือเพิ่มขึ้น 2.8% YoY) และอยู่ที่ 34.9% (หรือเพิ่มขึ้น 3.2% YoY) ตามลำดับ และเนื่องจากบริษัทสามารถลดต้นทุนได้ในสัดส่วนที่มากกว่าค่าใช้จ่าย SG&A ที่เพิ่มขึ้นจากผลของโครงการ Fit Fast Firm ทำให้อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทสำหรับงวด Q3'62 และ 9M'62 เพิ่มขึ้นจาก 13.1% มาอยู่ที่ 13.2% และ จาก 12.3% มาอยู่ที่ 12.8% ตามลำดับ

ในงวด Q3'62 บริษัทมี cash cycle เป็น 30 วัน ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับ 37 วัน ในงวด Q3'61 ซึ่งเกิดจากระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยที่ลดลง นอกจากนี้ บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องที่สูงอยู่ที่ 2.0 เท่า เนื่องจากบริษัทยังคงมีเงินสดและเงินลงทุนที่ได้จากการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) และอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 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