

สรุปภาพรวมธุรกิจที่สำคัญ

- ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โอเอสสกา มีกำไรสุทธิ* สำหรับไตรมาส 1 ปี 2563 (Q1'63) อยู่ที่ 926 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.2% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน (YoY) และเพิ่มขึ้น 12.5% จากไตรมาสก่อน (QoQ) โดยมีอัตรากำไรสุทธิ* สำหรับ Q1'63 อยู่ที่ 13.8% ลดลง 0.2% YoY และเพิ่มขึ้น 1.4% QoQ จากการเติบโตของรายได้จากทุกกลุ่มธุรกิจหลักและการขยายตัวของอัตรากำไรขั้นต้น
- รายได้รวมจากการขายสำหรับ Q1'63 เติบโต 5.0% YoY อยู่ที่ 6.7 พันล้านบาท จากการเติบโตในทุกกลุ่มธุรกิจหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม Functional Drinks ที่เติบโต 26.2% YoY รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศเติบโตอย่างแข็งแกร่งที่ 4.6% YoY จากทั้งกลุ่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่ม Functional Drinks และความเร็วในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการรายได้จากผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลในประเทศพลิกกลับมาเติบโตในเดือนมีนาคม หนุนการเติบโตรวมใน Q1'63 เพิ่มขึ้น 0.8% YoY ส่วนรายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศเติบโต 4.8% YoY ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่
- ใน Q1'63 ตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks คงอัตราการเติบโตเป็นตัวเลขสองหลักที่ 16.1% YoY ขับเคลื่อนการเติบโตโดยเครื่องดื่มซี-วีดีแบรนด์อันดับหนึ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 31.3% (เพิ่มขึ้น 5.8% YoY) โดยบริษัทเชื่อว่า เครื่องดื่มซี-วีดีจะเติบโตมากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปีหลังจากสายการผลิตใหม่เริ่มเปิดดำเนินการตามแผน
- ใน Q1'63 ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังเติบโต 0.6% YoY โดยโอเอสสกา มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 54.0% สอดคล้องกับเป้าหมายระยะกลางที่วางไว้ และจากการที่ผู้บริโภคเชื่อมั่นและเลือกแบรนด์ที่ไว้วางใจ (Trusted brand) ทำให้เครื่องดื่มเอ็ม-150 มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 38.3% (เพิ่มขึ้น 1.1% YoY และ เพิ่มขึ้น 0.8% QoQ)
- อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับ Q1'63 อยู่ที่ 35.4% (เพิ่มขึ้น 0.6% YoY และ เพิ่มขึ้น 0.4% QoQ) จากความสำเร็จของโครงการ Fit Fast Firm (โครงการจัดทำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนโดยรวมของบริษัท) หนุนอัตรากำไรให้ดีขึ้นต่อเนื่องจากการปรับสูตรสินค้า ลดราคาต้นทุนวัตถุดิบหลัก และการจัดการซัพพลายเชนที่มีประสิทธิภาพ

*กำไรสุทธิ = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด Q1'63
ตารางสรุปงบกำไรขาดทุนรวม

หน่วย: ล้านบาท	Q1'63	Q1'62	%YoY	Q4'62	%QoQ
รายได้รวม	6,906	6,512	6.0%	6,748	2.3%
รายได้จากการขาย	6,687	6,366	5.0%	6,621	1.0%
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	5,624	5,321	5.7%	5,512	2.0%
ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล	617	648	-4.8%	678	-9.0%
อื่นๆ	446	397	12.2%	431	3.4%
รวมรายได้อื่น	219	146	50.2%	127	72.5%
กำไรขั้นต้น	2,367	2,214	6.9%	2,320	2.0%
SG&A	1,538	1,322	16.3%	1,446	6.3%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	1,050	884	18.8%	1,002	4.7%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	488	438	11.2%	444	9.7%
EBIT	1,110	1,098	1.1%	1,004	10.6%
EBITDA	1,393	1,339	4.0%	1,281	8.7%
กำไรสำหรับงวด	915	897	2.0%	809	13.1%
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท	926	888	4.2%	823	12.5%
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (%)					
อัตรากำไรขั้นต้น	35.4%	34.8%	0.6%	35.0%	0.4%
SG&A ต่อรายได้จากการขาย	23.0%	20.8%	2.2%	21.9%	1.1%
EBIT margin	16.6%	17.3%	-0.7%	15.2%	1.4%
EBITDA margin	20.8%	21.0%	-0.2%	19.4%	1.4%
อัตราส่วนกำไรสุทธิสำหรับงวด	13.7%	14.1%	-0.4%	12.2%	1.5%
อัตราส่วนกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท	13.8%	14.0%	-0.2%	12.4%	1.4%

สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวด Q1'63

บริษัทมีรายได้รวมอยู่ที่ 6,906 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 6.0% YoY จากความแข็งแกร่งของกลุ่มธุรกิจหลัก ส่งผลให้มีการเติบโตในทุกกลุ่มธุรกิจหลัก ผลักดันการเติบโตของรายได้รวมจากการขายเพิ่มขึ้น 5.0% YoY อยู่ที่ 6,687 ล้านบาท รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศยังเติบโตอย่างแข็งแกร่งที่ 4.6% YoY จากทั้งกลุ่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่ม Functional Drinks ในขณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพมากยิ่งขึ้นทำให้ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลในประเทศมีรายได้พลิกมาเติบโตในเดือนมีนาคมและหนทางการเติบโตรวมเพิ่มขึ้น 0.8% YoY นอกจากนี้ รายได้จากการขายผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (e-commerce) ใน Q1'63 เติบโตถึงสามเท่า ส่วนรายได้รวมจากการขายสินค้าในต่างประเทศเติบโต 4.8% YoY ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ และบริษัทมีการบันทึกรายได้จากการซื้อธุรกิจจากฟิส โอเอสสกาที่เพิ่มสัดส่วนจากร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 100 เพื่อสนับสนุนศักยภาพในการขยายธุรกิจ เพิ่มความยืดหยุ่น และเพิ่มกำลังการผลิต

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

รายได้รวมจากการขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอยู่ที่ 5,624 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 5.7% YoY ท่ามกลางการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศอยู่ที่ 4,589 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.6% YoY จากการเติบโตในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่ม Functional Drinks ในขณะที่รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศเติบโต 10.9% YoY จากกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม (CLMV) และกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง

สินค้าหลักอย่างเอ็ม-150 ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการที่ผู้บริโภคยังคงเชื่อมั่นและเลือกแบรนด์ที่ไว้ใจ (Trusted brand) และผลการตอบรับที่ดีจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างเอ็ม-150 กระชายดำ ทำให้แบรนด์ เอ็ม-150 ยังคงเป็นผู้นำตลาดด้วยส่วนแบ่งการตลาดที่ 38.3% (เพิ่มขึ้น 1.1% YoY) ด้วยกลยุทธ์การนำเสนอความหลากหลายของตราสินค้า (Multi-Brand Strategy) โอเอสสกายังคงเติบโตและมีส่วนแบ่งการตลาดในผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังอยู่ที่ 54.0% สอดคล้องกับเป้าหมายระยะกลางที่วางไว้

เครื่องดื่มซี-วิต เป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดที่ 31.3% สูงสุดเป็นประวัติการณ์ และเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันการเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ที่ขยายตัว 16.1% YoY สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เร่งกระแสการตื่นตัวด้านสุขภาพ (Health & Wellness) ส่งผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์ซี-วิตเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยในครึ่งหลังของปี 2563 สายการผลิตใหม่ของโอเอสสกาจะช่วยเพิ่มกำลังการผลิตรวมของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม 10 – 15% เพื่อให้มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ นอกจากนี้ โอเอสสกายังคงต่อยอดการเติบโตในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ผ่านทางอีคอมเมิร์ซ (e-commerce) ในปีก่อน อาทิ **เครื่องดื่มสลิมมา** เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของใยอาหาร แอลคาร์นิทีน และวิตามินบี ช่วยควบคุมน้ำหนักโดยลดการดูดซึมและช่วยเผาผลาญไขมัน และ **เครื่องดื่มเปปทีน โกลด์** อาหารเสริมสกัดเข้มข้นจากธรรมชาติอุดมด้วย Superfoods ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ปกป้องโรค และลดอาการอักเสบ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลลดลง 4.8% YoY อยู่ที่ 617 ล้านบาท โดยหลักมาจากรายได้ธุรกิจต่างประเทศที่อ่อนตัวเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดจากไวรัสโควิด-19 อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลในประเทศยังคงเติบโตโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเดือนมีนาคมที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญและเลือกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้แบรนด์เบบี๋มายด์ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่งจากกลุ่มผลิตภัณฑ์สบู่เหลวและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด รวมถึงการเปิดตัวเปิดตัวสินค้าครั้งใหม่ (Relaunch) ของผลิตภัณฑ์เบบี๋มายด์ อัลตรามายด์ ไรโอแกนิก เน้นความอ่อนโยนจากสารสกัดจากพืชธรรมชาติ ผสานคุณค่าเอสเซนส์ออร์แกนิกที่ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานระดับโลก นอกจากนี้ โอเอสสกาใช้ประโยชน์จากความสามารถในการผลิตที่มีความยืดหยุ่นเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจในช่วงวิกฤต โดยสามารถเร่งการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเพื่อตอบสนองความต้องการที่สูงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ทำความสะอาดมือที่มีแอลกอฮอล์ 70% ภายใต้แบรนด์โอเล่ทั้งแบบสเปรย์ขนาดพกพา และแบบเจลแอลกอฮอล์ขนาด 500 ml ทั้งนี้ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 โอเอสสกามุ่งเน้นการเพิ่มความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับแต่ละกิจกรรม โดยยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาแบรนด์หลัก สร้างนวัตกรรม และการขยายสู่ช่องทางขายและกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เติบโตสูง

กลุ่มอื่นๆ

รายได้จากกลุ่มอื่นๆ เติบโต 12.2% YoY อยู่ที่ 446 ล้านบาท จากการฟื้นตัวของรายได้จากการให้บริการผลิตและจำหน่ายสินค้า (OEM) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลในกลุ่มเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่นๆ รวมถึงการเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและกลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกอม โดยเฉพาะจากสินค้าใหม่อย่างโอเล่ฟรุตดีเฟรช (Olé Fruity Fresh)

อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทขยายตัวอยู่ที่ 35.4% (เพิ่มขึ้น 0.6% YoY และ 0.4% QoQ) ทำให้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 153 ล้านบาท (หรือเพิ่มขึ้น 6.9% YoY) เป็น 2,367 ล้านบาท การขยายตัวของอัตรากำไรขั้นต้นอย่างต่อเนื่องเป็นผลจากความสำเร็จของโครงการ Fit Fast Firm (โครงการจัดทำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนโดยรวมของบริษัท) ที่ช่วยให้ต้นทุนรวมลดลง โดยโอเอสสกายังคงดำเนินโครงการ Fit Fast Firm ในทุกมิติอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นด้านต้นตอวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ การปรับใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม (Packaging Optimization) การปรับสูตรสินค้า (Formulation Optimization) และการจัดการซัพพลายเชนที่มีประสิทธิภาพ

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขาย (SG&A to sales ratio) คิดเป็น 23.0% ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาการโฆษณาและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อหนทางการเติบโตของผลิตภัณฑ์และสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงค่าใช้จ่ายจากการขยายธุรกิจต่างประเทศ

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับ Q1'63 อยู่ที่ 915 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 2.0% YoY) และมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทอยู่ที่ 926 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 4.2% YoY)

โอเอสสกากับการเตรียมพร้อมรับมือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

บริษัทได้จัดตั้งทีมบริหารจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management Team) เพื่อเตรียมพร้อมรับมือและดำเนินงานตามแผนความต่อเนื่องของธุรกิจ (Business Continuity Plan) ในเดือนมกราคม 2563 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นก่อนที่จะมีการแพร่ระบาดเป็นวงกว้างทั่วประเทศ โอเอสสกาได้ออกมาตรการป้องกันต่างๆ ในการรับมือโดยมีวัตถุประสงค์หลักคือความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยของพนักงาน รวมทั้งความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

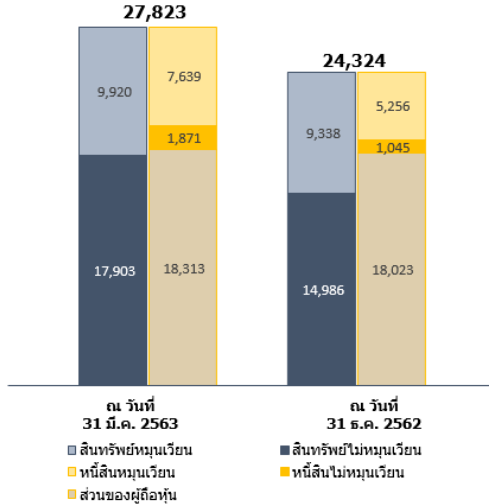
ผลกระทบต่อระบบซัพพลายเชนได้รับการตรวจสอบเพื่อป้องกันปัญหาห่วงโซ่การผลิตหยุดชะงักหรือขาดแคลนวัตถุดิบ มีการจัดหาแหล่งวัตถุดิบทดแทน รวมถึงแผนสำรองรองรับสำหรับสายการผลิตที่สำคัญ พร้อมกับเตรียมความพร้อมด้านการขนส่งและกระจายสินค้าในภาวะวิกฤต ส่วนแผนการขายและการตลาดได้มีการปรับให้รับมือกับความเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีการจัดทำการวิเคราะห์แนวโน้มสถานการณ์ที่เป็นไปได้ (Scenario Analysis) และเตรียมพร้อมด้านผลกระทบทางการเงิน และเพิ่มความเข้มงวดด้านวินัยทางการเงินให้มีความรัดกุมยิ่งขึ้นทั้งด้านการใช้จ่ายและการลงทุน รวมถึงติดตามสถานะทางการเงินของห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบ (Entire Supply Chain)

โอเอสสการ่วมเคียงข้างช่วยเหลือสังคมและพันธมิตรทางธุรกิจฝ่าฟันวิกฤตโควิด-19 อย่างต่อเนื่อง ผ่านโครงการโอเอสสกาพลังฮีโร่เพื่อคนไทย ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือภาคส่วนต่างๆ ต่อสู้กับการระบาดของเชื้อไวรัส โดยบริษัทได้ส่งมอบผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและสเปรย์แอลกอฮอล์ รวมมูลค่ากว่า 23 ล้านบาทให้แก่โรงพยาบาลต่างๆ ทั่วประเทศ นอกจากนี้ ยังได้ส่งทัพแอม-150 ร่วมภารกิจ Big Cleaning กับทหารบก จิตอาสาพระราชทาน และเจ้าหน้าที่ กทม. ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในพื้นที่สาธารณะต่างๆ ในกรุงเทพฯ และมอบถังขี้น้ำพร้อมผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อช่วยเติมพลังและกำลังใจให้แก่เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานลุยภารกิจต่อสู้โควิด-19 รวมถึงยังได้แจกจ่ายแอลกอฮอล์เจลล้างมือให้แก่ชุมชนรอบโรงงานอีกด้วย นอกจากนี้ โอเอสสกาได้จัดกิจกรรมเชิญชวนให้สมาชิกแอมเอ็มร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการยื่นหยัดต่อสู้เคียงข้างคนไทยสู้โควิด-19 ผ่านแคมเปญ “แอมเอ็มสู้โควิด-19 คุณให้แอมเอ็ม เราบริจาคเงิน” ทางไลน์แอมเอ็ม ซึ่งเป็นโปรแกรมชั้นแพลตฟอร์มที่ให้สมาชิกทั่วประเทศสะสมแต้มจากฝาผลิตภัณฑ์และสามารถใช้จ่ายแอมเอ็มในการแลกของรางวัลหรือร่วมกิจกรรมลุ้นรางวัลต่างๆ โดยทุกแอมเอ็มที่สมาชิกส่งเข้ามาร่วมกิจกรรม โอเอสสกาจะเปลี่ยนเป็นเงินบริจาค ระยะเวลา 7 วัน ช่วงวันที่ 6 – 12 เมษายน 2563 รวมยอดบริจาคพร้อมสมทบเงินเพิ่มเติมเป็นจำนวน 2 ล้านบาท เพื่อนำไปบริจาคช่วยเหลือโรงพยาบาลศูนย์ประจำภูมิภาค 4 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ โรงพยาบาลมหาราชนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โรงพยาบาลชลบุรี จังหวัดชลบุรี และโรงพยาบาลยะลา จังหวัดยะลา เพื่อสมทบทุนจัดซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์เพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์สู้ภัยโควิด-19 นอกจากนี้ ทีมวิศวกรของโอเอสสกาได้พัฒนาอุปกรณ์การแพทย์สำหรับใช้ในการรักษาผู้ป่วยโควิด-19 สำเร็จภายในระยะเวลา 1 เดือน ภายใต้ความร่วมมือจากโรงพยาบาลเจ้าพระยาและวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย เพื่อส่งมอบให้แก่โรงพยาบาลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สระบุรี สมุทรปราการ กรุงเทพมหานคร และพื้นที่ทางไกลรวม 28 แห่ง

ส่วนแผนระยะกลางถึงระยะยาว โอเอสสกายังคงมองหาโอกาสท่ามกลางวิกฤตผ่านโครงการ “Winning in Crisis” ที่จะช่วยให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงได้ดี สร้างรากฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการเติบโตทั้งในระยะกลางและระยะยาวภายใต้ภาวะปกติรูปแบบใหม่ (New Normal) โดยโครงการนี้ประกอบด้วย โครงการ Fit Fast Firm ที่ส่วนหนึ่งของการปรับเปลี่ยนด้านต้นทุน การใช้ประโยชน์จากความหลากหลายของตราสินค้า (Multi-Brand Portfolio) ในการตอบสนองปัญหาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง (Customer Pain Points) และปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานในทุกด้าน อาทิ การปรับกระบวนการให้ง่ายขึ้น เพิ่มความคล่องตัวทางธุรกิจให้สามารถปรับตัวรับภาวะปกติรูปแบบใหม่ (New Normal) การยกระดับและพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ
งบแสดงฐานะการเงินโดยสรุป

หน่วย : ล้านบาท


ตารางสรุปงบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์ (ล้านบาท)	ณ วันที่ 31 มี.ค. 2563	ณ วันที่ 31 มี.ค. 2562
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	2,834	2,819
เงินลงทุนชั่วคราว	1,060	1,299
ลูกหนี้การค้า และ ลูกหนี้อื่น	3,986	3,628
สินค้าคงเหลือ	1,962	1,523
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	78	69
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	9,920	9,338
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	9,993	8,925
เงินลงทุนระยะยาว	5,495	3,887
สินทรัพย์อื่น	2,415	2,174
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	17,903	14,986
รวมสินทรัพย์	27,823	24,324

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	ณ วันที่ 31 มี.ค. 2563	ณ วันที่ 31 มี.ค. 2562
เจ้าหนี้การค้า และ เจ้าหนี้อื่น	7,022	4,829
เงินกู้ยืมระยะยาว	656	121
หนี้สินอื่น	1,832	1,351
รวมหนี้สิน	9,510	6,301
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	3,004	3,004
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	11,848	11,848
กำไรสะสม	2,350	3,376
ส่วนเกินทุนจากการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน	353	353
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	588	(710)
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	170	152
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	18,313	18,023
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	27,823	24,324

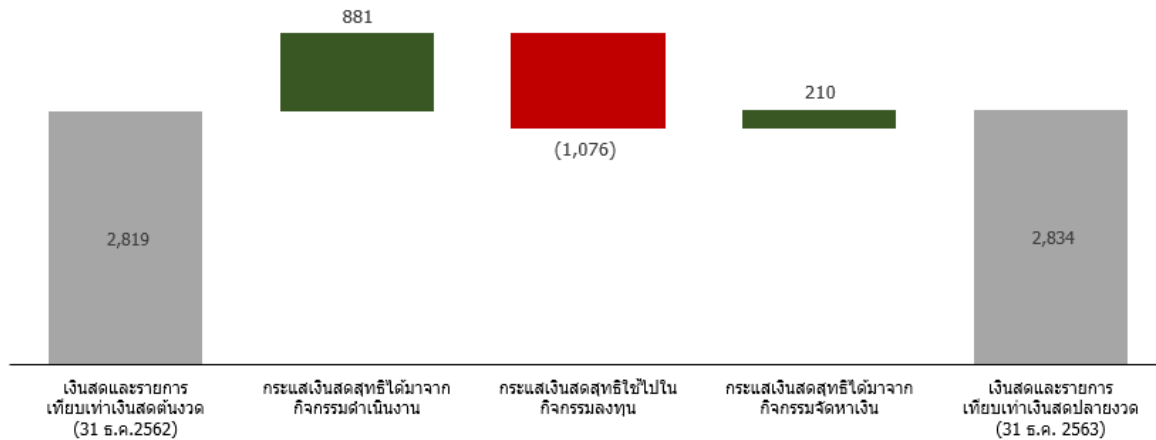
ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 บริษัทมีสินทรัพย์รวมอยู่ที่ 27,823 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,499 ล้านบาท (หรือเพิ่มขึ้น 14.4%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2562 โดยหลักมาจากที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิเพิ่มขึ้น 1,068 ล้านบาท จากการเข้าซื้อกิจการบริษัท ดาลฟิส โอเอสสกา จำกัด และการลงทุนเพิ่มกำลังการผลิตเครื่องในประเทศ และการก่อสร้างโรงงานผลิตเครื่องดื่มใหม่ในประเทศเมียนมาร์ นอกจากนี้ เงินลงทุนระยะยาวเพิ่มขึ้น 1,608 ล้านบาท จากการปรับมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เครื่องมือทางการเงิน และการลงทุนเพิ่มเติมในบริษัท Basecamp Brews Ltd

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 บริษัทมีหนี้สินรวม 9,510 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,209 ล้านบาท (หรือเพิ่มขึ้น 50.9%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2562 โดยหลักมาจากเจ้าหนี้ที่เพิ่มขึ้นจากการอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลที่กำหนดจ่ายในเดือนเมษายน 2563 จำนวน 1,952 ล้านบาท และเงินกู้ระยะยาวในสกุลเงินเมียนมาร์จัต (Kyat) เพื่อรองรับการก่อสร้างโรงงานเครื่องดื่มในประเทศเมียนมาร์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น 18,313 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 290 ล้านบาท (หรือเพิ่มขึ้น 1.6%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2562 มาจากรายการอื่นของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากผลกระทบของการแปลงค่าเงินและการปรับมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เครื่องมือทางการเงิน อย่างไรก็ตาม กำไรสะสมลดลงจำนวน 1,026 ล้านบาทจากการอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับปี 2562 จำนวนรวม 1,952 ล้านบาท (คิดเป็นการจ่ายปันผลหุ้นละ 0.65 บาท) หักกับกำไรระหว่างงวดของบริษัทที่เพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท



ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด อยู่ที่ 2,834 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 โดยบริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ 881 ล้านบาท ในขณะที่กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเท่ากับ 1,076 ล้านบาท ซึ่งมาจาก 1) โครงการลงทุนก่อสร้างโรงงานผลิตเครื่องดื่มแห่งใหม่ในประเทศเมียนมาร์ 2) การลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิตสายการผลิตเครื่องดื่มเครื่องดื่ม 3) การเข้าซื้อกิจการบริษัท คาลพิส โอเอสเอส จำกัด 4) การลงทุนเพิ่มเติมในบริษัท Basecamp Brews Ltd ส่วนกระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 210 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากเงินกู้ระยะยาวเพื่อรองรับการก่อสร้างโรงงานเครื่องดื่มในประเทศเมียนมาร์

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

	Q1'63	Q1'62
อัตราส่วนสภาพคล่อง		
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.3	2.4
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	36	32
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	49	43
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	50	43
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร		
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	35.4	34.8
อัตรากำไรก่อนภาษี ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%)	20.8	21.0
อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด (%)	13.7	14.1
อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท (%)	13.8	14.0
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) - trailing	18.0	28.3
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) - trailing	12.8	15.8
อัตราส่วนอื่นๆ		
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.5	0.3

บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับ Q1'63 อยู่ที่ 35.4% (หรือเพิ่มขึ้น 0.6% YoY) จากโครงการ Fit Fast Firm (โครงการจัดทำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนโดยรวมของบริษัท) ที่การผลักดันให้ต้นทุนโดยรวมลดลง อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทอยู่ที่ 13.8% หรือลดลง 0.2% YoY จากช่วงเวลาการโฆษณาและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อหนุนการเติบโตและค่าใช้จ่ายจากการขยายธุรกิจต่างประเทศ

ในรอบ Q1'63 บริษัทมี cash cycle เป็น 35 วัน ซึ่งเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับ 32 วันใน Q1'62 เกิดจากระยะเวลาการขายสินค้า การเก็บหนี้และการชำระหนี้ที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องที่สูงอยู่ที่ 1.3 เท่า จากยอดขายที่เติบโตและเงินสดจากการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (บันทึกในเงินลงทุนชั่วคราว) และอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.5 เท่า

ภาคผนวก: อัตราส่วนทางการเงิน และ สูตรคำนวณ

อัตราส่วนสภาพคล่อง

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