



สรุปภาพรวมธุรกิจที่สำคัญ

กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท ("กำไรสุทธิ") สำหรับไตรมาสสามของปี 2561 ("Q3'61") อยู่ที่ 771.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่สอง ปี 2561 ("Q2'61") 16.8% กำไรสุทธิ สำหรับเก้าเดือนแรกของปี 2561 ("9M61") อยู่ที่ 2,216.3 ล้านบาท คิดเป็น 78% ของกำไรสุทธิของปี 2560 ทั้งปี รายได้จากการขายหลัก (ไม่รวมรายได้จากยูนิซาร์ม) สำหรับ 9M61 ลดลงเล็กน้อยที่ระดับ 0.7% เมื่อเทียบกับเก้าเดือนแรกของปี 2560 ("9M60") สาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้ OEM (-30.4%) จากการปิดซ่อมเตาหลอมแก้วหนึ่งแห่งที่อยู่ภายในช่วงต้นปี รายได้รวมจากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศไทย (รวมซี-วิตและคาลพิส) สำหรับ 9M61 เติบโต 1.5% YoY และเติบโตสูงกว่าตลาดเครื่องดื่ม ซี-วิต ก้าวขึ้นเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่มที่มีการเติมส่วนผสมเพื่อให้ได้คุณสมบัติเฉพาะ ("Functional Drink") โดยมี สัดส่วนของมูลค่าตลาดสูงขึ้นไปเป็น 23.3% ใน Q3'61 เพิ่มขึ้นจาก 16.9% ใน Q2'61 รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลภายในประเทศ เพิ่มขึ้น 9.1% YoY รายได้จากการขายในต่างประเทศ ณ ค่าเงินคงที่ เติบโตถึง 2.3% โดยมาจากตลาดเมียนมาที่เติบโต 9.1%

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด Q3'61 และ 9M61

ตารางสรุปงบกำไรขาดทุน

หน่วย: ล้านบาท	Q3'61	Q3'60	% YoY	9M61	9M60	% YoY
รายได้รวม	6,062.6	6,222.9	-2.6%	18,451.6	18,922.6	-2.5%
รายได้จากการขาย	5,901.4	6,168.2	-4.3%	17,964.3	18,662.7	-3.7%
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	4,398.8	4,675.6	-5.9%	13,885.3	14,146.3	-1.8%
ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล	596.5	626.8	-4.8%	1,776.7	1,584.1	12.2%
บริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน	855.5	812.4	5.3%	2,151.6	2,785.4	-22.8%
ธุรกิจอื่นๆ	50.5	53.4	-5.4%	150.6	146.9	2.6%
รวมรายได้อื่น	161.2	54.7	194.9%	487.3	259.9	87.5%
กำไรขั้นต้น	1,876.0	2,077.6	-9.7%	5,696.9	6,180.7	-7.8%
SG&A	1,158.6	1,100.0	5.3%	3,610.5	3,333.3	8.3%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	825.3	809.6	1.9%	2,594.7	2,470.5	5.0%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	333.3	290.4	14.8%	1,015.8	862.8	17.7%
EBIT	941.6	1,078.9	-12.7%	2,729.6	3,249.8	-16.0%
EBITDA	1,220.8	1,353.7	-9.8%	3,535.3	4,058.0	-12.9%
กำไรสำหรับงวดจากการดำเนินงานที่ยกเลิก - สุทธิจากภาษี	6.7	28.1	-76.0%	26.6	62.3	-57.4%
กำไรสำหรับงวด	793.7	905.6	-12.4%	2,265.6	2,701.0	-16.1%
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท	771.9	886.4	-12.9%	2,216.3	2,620.2	-15.4%
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (%)						
อัตรากำไรขั้นต้น	31.8%	33.7%	-1.9%	31.7%	33.1%	-1.4%
SG&A ต่อรายได้จากการขาย	19.6%	17.8%	1.8%	20.1%	17.9%	2.2%
EBIT margin	15.5%	17.3%	-1.8%	14.8%	17.2%	-2.4%
EBITDA margin	20.1%	21.8%	-1.6%	19.2%	21.4%	-2.3%
อัตรากำไรสุทธิ	13.1%	14.6%	-1.5%	12.3%	14.3%	-2.0%

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

เนื่องจากการขายบริษัทย่อยในส่วนงานที่ให้บริการทางด้านสื่อโฆษณาทั้งหมดออก ทำให้งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จที่แสดงเปรียบเทียบต้องถูกจัดประเภทใหม่จากเดิมเป็นส่วนหนึ่งของงบรวม มานำเสนอเป็นรายการเดี่ยว คือ "กำไรสำหรับงวดจากการดำเนินงานที่ยกเลิก - สุทธิจากภาษี" ซึ่งบันทึกอยู่หลังค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงินระหว่างกาล สำหรับงวดสามเดือนและเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 ข้อ 7)

ผลประกอบการสำหรับงวด Q3'61 เปรียบเทียบกับ Q3'60

ในงวด Q3'61 บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย อยู่ที่ 5,901.4 ล้านบาท ลดลง 266.8 ล้านบาท YoY (หรือ -4.3%) ส่วนใหญ่เนื่องจากรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มลดลง 276.8 ล้านบาท (หรือ -5.9% YoY) และจากการขายขวดแก้วที่ลดลง 72.5 ล้านบาท (หรือ -25.4% YoY) ซึ่งหักล้างบางส่วนกับรายได้จากเครื่องดื่มซี-วิตและคาลพิส เพิ่มขึ้น 173.1 ล้านบาท (หรือ +48.1% YoY) อยู่ที่ 533.1 ล้านบาท ในงวด Q3'61 (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนของการขายในแต่ละกลุ่ม)

**กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม**

รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มลดลง 276.8 ล้านบาท (หรือ -5.9% YoY) อยู่ที่ 4,398.8 ล้านบาท ในงวด Q3'61 รายได้จากการขายภายในประเทศอยู่ที่ 3,589.4 ล้านบาท หรือ ลดลง 249.8 ล้านบาทจาก Q3'60 (หรือ -6.5% YoY) เนื่องจากใน Q3'60 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของ เอ็ม-150 และ ลิโพวิตัน-ดี อย่างไรก็ตาม จุลมณีสวมกระชายดำซึ่งเปิดตัวในเดือน สิงหาคม 2561 ได้ช่วยทำให้รายได้จากกลุ่มเพิ่มขึ้น ในงวด Q3'61 (+7.7% YoY) และ โสมอิน-ซัม ยังมีรายได้ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง (+108.9% YoY) หากรวมรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศไทยกับเครื่องดื่มซี-วีดและคาลพิส (ซึ่งเป็นรายได้ อยู่ในส่วนของบริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน) รายได้จากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มทั้งหมดในประเทศไทยของบริษัทฯ จะลดลง เพียง 1.8% YoY

ในส่วนของต่างประเทศ บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย ลดลง 27.0 ล้านบาท (หรือ -3.2% YoY) อยู่ที่ 809.4 ล้านบาท ในงวด Q3'61 เนื่องจากรายได้ที่หดตัวในแถบตะวันออกกลางและแอฟริกา อันเนื่องมาจากเหตุการณ์ที่ไม่สงบในเยเมน รายได้จากการขายที่เยเมน มา ลดลงเล็กน้อย (-1.5% YoY) เนื่องจากผลกระทบของค่าเงินจัตเมียนมาที่อ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับเงินบาทไทย (ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ รายได้จากการขายที่เยเมนมาจะเติบโตที่ 6.8%) รายได้จากการขายที่ลาวเติบโตที่ 7.5% YoY ในขณะที่รายได้จาก กัมพูชายังได้รับผลกระทบจากปริมาณสินค้าคงเหลือของผู้จัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ที่ยังอยู่ในระดับสูง

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ลดลง 30.3 ล้านบาท (หรือ -4.8% YoY) เนื่องจากฐานรายได้ที่สูงในปีก่อน จากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์เบบี๋ มายด์ และ ทเวล์ฟ พลัส รายได้จากการขายภายในประเทศลดลง 5.7% YoY อยู่ที่ 523.8 ล้านบาท ในงวด Q3'61 ในขณะที่รายได้จากการขายในต่างประเทศดีขึ้น 2.2% YoY อยู่ที่ 72.7 ล้านบาท ในงวด Q3'61

บริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน

รายได้รวมจากบริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน เพิ่มขึ้น 43.2 ล้านบาท (หรือ +5.3%) YoY อยู่ที่ 596.5 ล้านบาท ในงวด Q3'61 ซึ่งปัจจัยหลักมาจากการเติบโตของยอดขายเครื่องดื่มซี-วีด (+85.0% YoY) หลังจากที่มีการเพิ่มกำลังการผลิตในช่วง Q2'61 นอกจากนี้ ซี-วีดยังก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่ม Functional Drink โดยมีสัดส่วนของมูลค่าตลาดค่าปลีกอยู่ที่ 23.3% ใน Q3'18 ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 16.9% ในไตรมาสสอง ปี 2561 (ตามรายงานของนِيلเซ็น) อย่างไรก็ตาม รายได้ที่เพิ่มขึ้นถูกหักล้าง บางส่วนโดยรายได้ที่ลดลงของคาลพิส (-20.1% YoY) และรายได้ที่หายไปของ OEM (-30.1% YoY) โดยเฉพาะรายได้จากการ ขายขวดแก้ว (-25.4% YoY) ที่ลดลง ซึ่งปัจจุบันอยู่ในระหว่างการเพิ่มยอดขายขวดแก้วหลังการเปิดเตาหลอมแก้วอยุธยาใน Q2'61 ที่มีปิดซ่อมก่อนหน้านี้

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นที่ลดลง 201.5 ล้านบาท YoY (หรือ -9.7%) อยู่ที่ 1,876.0 ล้านบาท ในงวด Q3'61 โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 31.8% สาเหตุหลักมาจากต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น (โดยเฉพาะเศษแก้ว) และราคาก๊าซธรรมชาติที่สูงขึ้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่เพิ่มขึ้นของทั้งผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล และต้นทุนแปรสภาพ (conversion cost) ที่สูงขึ้นจากยอดขายที่ลดลง ของ OEM บริษัทฯ เริ่มรับรู้ต้นทุนค่าเสียหายที่ลดลงในเดือนกันยายน หลังจากมีการใช้เศษแก้วราคาสูงที่คงเหลือจนหมด

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่าย SG&A เพิ่มขึ้น 58.6 ล้านบาท หรือ 5.3% YoY อยู่ที่ 1,158.6 ล้านบาท ในงวด Q3'61 เนื่องจากในงวด Q3'60 มีการกลับ รายการประมาณการหนี้สินที่เกี่ยวข้องกับการเลิกธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้ายูนิซารัม เป็นจำนวนเงิน 222.7 ล้านบาท จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการ บริหารสำหรับงวด Q3'60 ต่ำกว่าปกติ หากไม่รวมรายการดังกล่าว ค่าใช้จ่าย SG&A หลักจะลดลง ซึ่งเป็นผลกระทบจากค่าใช้จ่ายในการขายและ การตลาดที่ลดลง การกลับรายการค่าใช้จ่ายในการบริหาร (ค่าใช้จ่ายบานัญที่ลดลง) ค่าที่ปรึกษาที่ลดลง และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการปรับ โครงสร้างบริษัทที่เกิดขึ้นในปีที่แล้ว

ในงวด Q3'61 บริษัทฯ มีกำไรสำหรับงวด อยู่ที่ 793.7 ล้านบาท และมีกำไรส่วนที่เป็นของบริษัท อยู่ที่ 771.9 ล้านบาท

สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวด 9M61 เปรียบเทียบกับงวด 9M60

ในงวด 9M61 บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย อยู่ที่ 17,964.3 ล้านบาท ซึ่งลดลง 698.4 ล้านบาท YoY (หรือ -3.7%) จาก 18,662.7 ล้านบาท ในงวด 9M60 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้ที่หายไปจากการเลิกธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้ายูนิซารัมในเดือนมีนาคม ปี 2560 คิดเป็นมูลค่า 578.9 ล้านบาท หากไม่รวมถึงรายได้จากยูนิซารัมแล้วนั้น รายได้จากการขายรวมของบริษัทฯ จะลดลงเพียง 0.7% โดยหลักเกิดจาก รายได้จากการขายขวดแก้วที่ลดลง 30.4% ซึ่งหักล้างบางส่วนกับรายได้รวมจากกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มภายในประเทศ (รวมถึงเครื่องดื่มซี-วีดและ คาลพิส ซึ่งเป็นรายได้ที่อยู่ในส่วนของบริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน) ที่เติบโต 1.5% รวมถึงรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ซึ่งเพิ่มขึ้น 9.1% ในงวด 9M61 ส่วนรายได้จากการขายในต่างประเทศปรับลดลง 2.4% (แต่เพิ่มขึ้น +2.3% ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่)

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ลดลง 261.0 ล้านบาท YoY (หรือ -1.8%) อยู่ที่ 13,885.3 ล้านบาท โดยรายได้ ภายในประเทศอยู่ที่ 11,064.7 ล้านบาท หรือลดลง 124.1 ล้านบาท YoY (หรือ -1.1%) จากงวด 9M60 โดยส่วนใหญ่เกิดจากการ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์เอ็ม-150 และ ลิโพวิตัน-ดี ในปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม รายได้ของโสมอิน-ซัม ยังเติบโต ได้ดีอย่างต่อเนื่องหลังจากการเปิดตัวด้วยภาพลักษณ์ใหม่พร้อมกิจกรรมการโฆษณาในรูปแบบใหม่ในปลายปีที่แล้ว ซึ่งทำให้ยอดขาย เติบโตถึง 158.9% YoY ในงวด 9M61 นอกจากนี้ รายได้จากกาแฟพร้อมดื่มเอ็ม-เพรสโซ (ซึ่งเปิดตัวในเดือนกุมภาพันธ์ ปีนี้) ก็ได้ ช่วยเพิ่มยอดขายในปีนี้ โดย ถ้ารวมรายได้จากการขายเครื่องดื่มซี-วีดและคาลพิสแล้ว รายได้รวมจากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศ



ไทยเติบโต 1.5% YoY อยู่ที่ 12,306.8 ล้านบาท ในงวด 9M61 ด้วยสาเหตุที่ปวง บริษัทฯ จึงสามารถรักษาสัดส่วนของมูลค่าตลาดค่าปลั๊กของเครื่องดีมีบาร์ก่าลงในประเทศไทยได้ที่ 54% ในงวด 9M61 (ตามรายงานของนิลเส็น)

ในตลาดต่างประเทศ รายได้จากการขายลดลง 136.9 ล้านบาท YoY (หรือ -4.6%) อยู่ที่ 2,820.6 ล้านบาท ในงวด 9M61 เนื่องจากรายได้ที่หดตัวในประเทศกัมพูชา และ ในแถบยุโรป โดยรายได้จากการขายที่เมียนมายังทรงตัวอยู่ที่ 1,920.5 ล้านบาท ถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบของค่าเงินจาดเมียนมาที่อ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับเงินบาทไทย (ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ รายได้รวมจากเมียนมาจะเติบโตถึง 9.1% YoY) นอกจากนี้ รายได้จากการขายที่กัมพูชายังคงถูกกดดันด้วยภาวะสินค้าคงเหลือของผู้จัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ที่ยังอยู่ในระดับสูง

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 192.6 ล้านบาท YoY (หรือ +12.2%) อยู่ที่ 1,776.7 ล้านบาท ในงวด 9M61 โดยเติบโตจากทั้งสินค้าเบบี๋มายด์ (+16.7% YoY อยู่ที่ 1,170.5 ล้านบาท ในงวด 9M61) และสินค้าเวลฟูลส์ (+5.3% YoY อยู่ที่ 523.5 ล้านบาท ในงวด 9M61) โดยรายได้จากการขายภายในประเทศของผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเติบโตถึง 131.1 ล้านบาท YoY (หรือ +9.1%) อยู่ที่ 1,575.3 ล้านบาท ในงวด 9M61 ซึ่งเติบโตจากทั้งสินค้าเบบี๋มายด์ (+13.6% YoY to 985.7 ล้านบาท) และสินค้าเวลฟูลส์ (+3.0% YoY อยู่ที่ 507.1 ล้านบาทในงวด 9M61) เราเชื่อว่าทั้งสองตราสินค้าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการปรับหน่วยสินค้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ดีขึ้น การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูง และการควบคุมค่าใช้จ่ายในการโฆษณาให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ รายได้จากการขายในต่างประเทศยังเติบโตอีก 61.5 ล้านบาท YoY (หรือ +44.0%) อยู่ที่ 201.3 ล้านบาท ในงวด 9M61

บริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน

รายได้จากการขายในส่วนของบริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน ลดลง 633.8 ล้านบาท YoY (หรือ -22.8%) อยู่ที่ 2,151.6 ล้านบาท ในงวด 9M61 โดยหลักเกิดจากรายได้ที่หายไปจากการเลิกธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าของยูนิชาร์มในเดือนมีนาคม ปี 2560 (- 578.9 ล้านบาท YoY) รวมไปถึงรายได้ที่ลดลงของกลุ่ม OEM โดยเฉพาะรายได้จากการขายขวดแก้ว (-35.0% YoY) ซึ่งลดลงจากการปิดซ่อมบำรุงเตาหลอมแก้วหนึ่งแห่งที่อยุธยา นอกจากนี้รายได้จากเครื่องดีมี-วีดี ยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะหลังจากเพิ่มกำลังการผลิตสำเร็จในช่วงกลางปีนี้ (+61.3% YoY ในงวด 9M61) ในขณะที่รายได้จากคาลพิสลดลงกว่า 13.0%

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นอยู่ที่ 5,696.9 ล้านบาท ในงวด 9M61 ซึ่งลดลง 483.8 ล้านบาท YoY (หรือ -7.8%) โดยรวมแล้ว อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ 31.7% ในงวด 9M61 สาเหตุหลักเกิดจากต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น (โดยเฉพาะต้นทุนเศษแก้ว) ราคาก๊าซธรรมชาติที่สูงขึ้น ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดีมี และ ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล รวมไปถึงต้นทุนแปรสภาพ (conversion cost) ที่สูงจากรายได้การขายขวดแก้วที่ลดลง

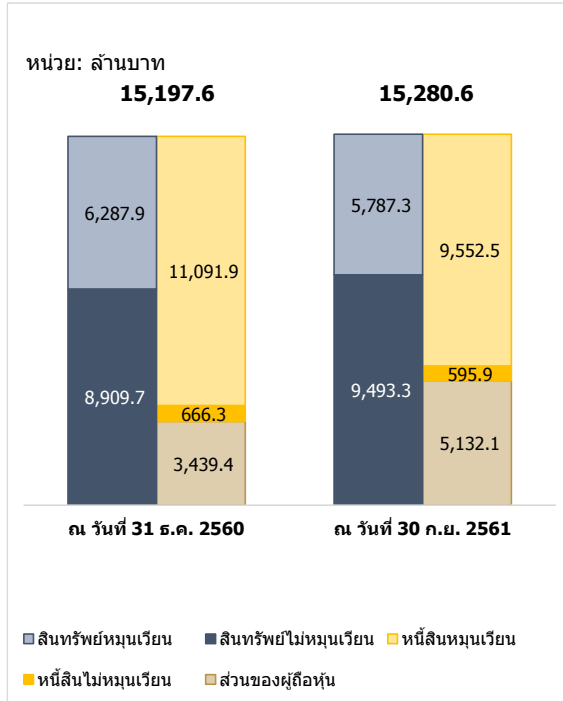
บริษัทฯ มีค่าใช้จ่าย SG&A เพิ่มขึ้น 277.2 ล้านบาท YoY (หรือ +8.3%) อยู่ที่ 3,610.5 ล้านบาท ในงวด 9M61 เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายที่สูงขึ้น (+5.0% YoY) โดยส่วนใหญ่มาจากค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาและกิจกรรมส่งเสริมการขาย สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการบริหารก็ปรับเพิ่มสูงขึ้น (+17.7%) อันเป็นผลมาจากการกลับรายการประมาณการหนี้สินที่เกี่ยวข้องกับการเลิกธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้ายูนิชาร์มปี 2560 เป็นจำนวนเงิน 280.1 ล้านบาท

ในงวด 9M61 บริษัทฯ มีกำไรสำหรับงวด อยู่ที่ 2,265.6 ล้านบาท มีอัตรากำไรสุทธิ อยู่ที่ 12.3% และมีกำไรส่วนที่เป็นของบริษัทฯ อยู่ที่ 2,216.3 ล้านบาท



การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

งบแสดงฐานะการเงินโดยสรุป



ตารางสรุปงบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2560	ณ วันที่ 30 ก.ย. 2561
(ล้านบาท)	2560	2561
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	375.7	1,195.8
ลูกหนี้การค้า และ ลูกหนี้อื่น	2,837.1	2,804.9
สินค้าคงเหลือ	1,743.5	1,625.4
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	145.5	161.2
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่จัดประเภทเป็น		
สินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขาย	1,186.1	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	6,287.9	5,787.3
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	6,933.2	6,943.3
เงินลงทุนระยะยาว	1,222.2	1,396.5
สินทรัพย์อื่น	754.3	1,153.5
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	8,909.7	9,493.3
รวมสินทรัพย์	15,197.6	15,280.6

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2560	ณ วันที่ 30 ก.ย. 2561
(ล้านบาท)	2560	2561
เจ้าหนี้การค้า และ เจ้าหนี้อื่น	4,338.4	3,811.7
เงินกู้ยืมระยะสั้น	6,081.7	5,400.0
หนี้สินอื่น	944.0	936.7
หนี้สินที่จัดประเภทเป็นถือไว้เพื่อขาย	394.0	-
รวมหนี้สิน	11,758.2	10,148.4
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	231.0	2,497.0
กำไรสะสม	3,011.3	2,508.7
ส่วนเกินทุนจากการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน	328.0	353.1
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	-239.5	-429.5
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	108.6	202.9
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,439.4	5,132.1
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	15,197.6	15,280.6

ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมอยู่ที่ 15,280.6 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้น 83.0 ล้านบาท (หรือ +0.5%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดที่เพิ่มขึ้น จำนวน 820.1 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนของการวิเคราะห์กระแสเงินสด) และมีสินทรัพย์อื่นที่สูงขึ้นจากสิทธิการเช่าที่ดินระยะยาว จำนวน 312.1 ล้านบาท เพื่อการก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ Thilawa นอกจากนี้ บริษัทฯ ไม่มีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่จัดประเภทเป็นสินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขายในงวดนี้ (-1,186.1 ล้านบาท) หลังจากการจำหน่ายเงินลงทุนในฟิวเจอร์ กรุ๊ป

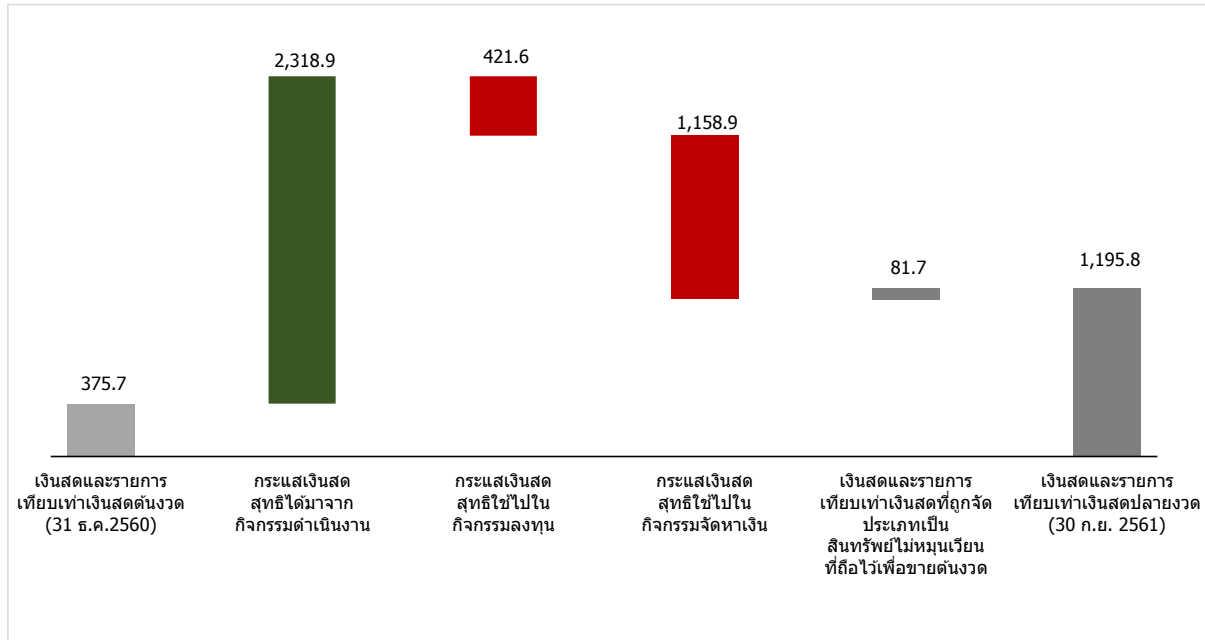
ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 10,148.4 ล้านบาท ซึ่งลดลงกว่า 1,609.7 ล้านบาท (หรือ -13.7%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยหลักมาจากเงินกู้ยืมระยะสั้นสุทธิที่ลดลง 681.7 ล้านบาท เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นที่ลดลง 526.7 ล้านบาท และส่วนที่เหลือคือหนี้สินที่จัดประเภทเป็นสินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขาย (-394.0 ล้านบาท) หลังจากการจำหน่ายเงินลงทุนในฟิวเจอร์ กรุ๊ป

ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น 5,132.1 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่า 1,692.7 ล้านบาท จากวันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยส่วนใหญ่เกิดจากการรับกำไรสุทธิสำหรับงวด 2,265.6 ล้านบาท รวมถึง การเพิ่มทุนในบริษัทฯ 2,266.0 ล้านบาท และ จ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้น 2,808.9 ล้านบาท (ซึ่ง 2,742.3 ล้านบาท เป็นเงินปันผลจ่ายให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ) ในช่วง 9M61



การวิเคราะห์กระแสเงินสด

หน่วย: ล้านบาท



ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด อยู่ที่ 1,195.8 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้น 820.1 ล้านบาท (หรือ +218.3%) จาก 375.7 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน เท่ากับ 2,318.9 ล้านบาท บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมลงทุน เท่ากับ 421.6 ล้านบาท จากเงินสดจ่ายเพื่อซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์กว่า 993.0 ล้านบาท และเงินสดจ่ายเพื่อซื้อสิทธิการเช่า (เช่าที่ดินระยะยาวที่ประเทศเมียนมา) เท่ากับ 355.4 ล้านบาท ซึ่งหักล้างกันกับการได้รับเงินสดจากการขายบริษัทย่อยสุทธิ จำนวน 715.1 ล้านบาท (การจำหน่ายเงินลงทุนในฟิวเจอร์ กรุ๊ป) และมีเงินสดรับจากการขายที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เท่ากับ 197.3 ล้านบาท สุดท้าย บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 1,158.9 ล้านบาท ซึ่งมาจากเงินปันผลจ่ายจำนวน 2,808.9 ล้านบาท เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินลดลงกว่า 633.5 ล้านบาท และหักล้างกับเงินสดรับจากการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน 2,266.0 ล้านบาท

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

	Q3'61	Q3'60	9M61	9M60
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร				
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	31.8	33.7	31.7	33.1
EBITDA margin (%)	20.1	21.8	19.2	21.4
อัตรากำไรสุทธิ (%) – หลังหักส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	12.7	14.2	12.0	13.8
อัตรากำไรสุทธิ (%)	13.1	14.6	12.3	14.3
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) – trailing	53.0	50.2	53.0	50.2
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) – trailing	16.8	17.9	16.8	17.9
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน				
ระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	38	40	38	38
ระยะเวลาการเก็บหนี้ (วัน)	44	45	44	53
ระยะเวลาการชำระหนี้ (วัน)	44	50	43	49
Cash Cycle (วัน)	38	35	38	42
อัตราส่วนสภาพคล่อง และอัตราส่วนด้านหนี้สิน				
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.61	0.57	0.61	0.57
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.98	2.38	1.98	2.38



- ▶ บริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้น ที่ 31.8% ในงวด Q3'61 เปรียบเทียบกับ 33.7% ในงวด Q3'60 โดยที่ค่าใช้จ่าย SG&A ต่อรายได้จากการขาย อยู่ที่ 19.6% ในงวด Q3'61 เมื่อเปรียบเทียบกับค่าอัตราส่วนที่ต่ำกว่าปกติที่ 17.8% ในปีก่อน บริษัทฯ มี EBITDA margin ที่ลดลง จาก 21.8% ในงวด Q3'60 มาอยู่ที่ 20.1% ในงวด Q3'61 ในขณะที่อัตรากำไรสุทธิลดลงจาก 14.6% ในงวด Q3'60 มาอยู่ที่ 13.1% ในงวด Q3'61
- ▶ บริษัทฯ มี cash cycle เป็น 38 วัน ในงวด Q3'61 (เปรียบเทียบกับ 35 วัน ในงวด Q3'60) ซึ่งเกิดจากรยะเวลากារชำระหนี้ที่ลดลง ระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยที่ลดลง และ ระยะเวลาการเก็บหนี้ที่ดีขึ้น
- ▶ บริษัทฯ อัตราส่วนสภาพคล่องที่คงที่ ประมาณ 0.61 เท่า ในงวด Q3'61 (และ 9M61) เมื่อเปรียบเทียบกับ 0.57 เท่า ในงวด Q3'60 (และ 9M60) ส่วนอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ลดลงจาก 2.38 เท่า ในงวด Q3'60 (และ 9M60) มาอยู่ที่ 1.98 เท่า ในงวด Q3'61 (และ 9M61) ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มทุนของบริษัทฯ ในงวด Q3'61



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 (%) - หลังหักส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม = กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท / รายได้รวม

อัตรากำไรสุทธิ (%) = กำไรสำหรับงวด / รายได้รวม

อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) = กำไรสำหรับงวด / ค่าเฉลี่ยส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) = กำไรสำหรับงวด / ค่าเฉลี่ยสินทรัพย์รวม

อัตราส่วนสภาพคล่อง

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า) = รวมสินทรัพย์หมุนเวียน / รวมหนี้สินหมุนเวียน

อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ย (วัน) = สินค้าคงเหลือเฉลี่ย x จำนวนวันของงวด¹ / ต้นทุนขาย

ระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน) = ลูกหนี้การค้าก่อนหนี้สงสัยจะสูญเฉลี่ย x จำนวนวันของงวด¹ / รายได้จากการขายรวม

ระยะเวลาการชำระหนี้ (วัน) = เจ้าหนี้การค้ารวม x จำนวนวันของงวด¹ / ต้นทุนขาย

อัตราส่วนด้านหนี้สิน

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) = หนี้สินรวม / ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

¹ จำนวนวันของงวด ไซเคิลหนึ่งปีมี 360 วัน เช่น ไซ 90 วัน ในการคำนวณอัตราส่วนทางการเงินสำหรับงวดสามเดือน และ 180 วัน ในการคำนวณอัตราส่วนทางการเงินสำหรับงวดหกเดือน เป็นต้น