



สรุปภาพรวมธุรกิจที่สำคัญ

ในปี 2566 โอเอสเอสมีผลการดำเนินงานเติบโตต่อเนื่องทุกไตรมาสจากการฟื้นตัวของปริมาณขายและการขยายตัวของอัตรากำไร หลังจากเดินทางเสริมความแข็งแกร่งผ่านการสร้างแบรนด์และการดำเนินกลยุทธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการขับเคลื่อนการปรับเปลี่ยนในองค์กรทั้งด้านการดำเนินงาน กระบวนการทำงาน การบริหารจัดการสินทรัพย์ และกลุ่มผลิตภัณฑ์ ซึ่งรวมถึงการปรับโครงสร้างทางธุรกิจเพื่อมุ่งเน้นการขยายธุรกิจหลัก (Core businesses) ที่บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) ควบคู่กับการพิจารณาจำหน่ายเงินลงทุนในธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก (Non-core businesses) รวมถึงเงินลงทุนที่โอเอสเอสมีสัดส่วนการถือหุ้นส่วนน้อยหรือไม่อำนาจควบคุม โดยทั้งหมดนี้เพื่อให้รองรับการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน รวมถึงความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่มีผลต่อภาวะเศรษฐกิจและอัตราแลกเปลี่ยน พร้อมเร่งการเติบโตของผลกำไรในปีต่อ ๆ ไป

- โอเอสเอสรายงานกำไรสุทธิสำหรับปี 2566 อยู่ที่ 2,402 ล้านบาท เติบโต 24.2% จากปีก่อน (YoY) โดยมีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ 9.2% เติบโต 2.1% YoY โอเอสเอสมีรายการพิเศษจากการปรับโครงสร้างทางธุรกิจ ซึ่งหากไม่รวมรายการพิเศษดังกล่าว กำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 2,181 ล้านบาท เติบโต 14.0% YoY และมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 8.4% และในไตรมาส 4 ปี 2566 (Q4'66) บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 592 ล้านบาท โดยมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 9.1%
- รายได้จากกลุ่มธุรกิจหลักเติบโตจากการฟื้นตัวของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังและการเติบโตอย่างโดดเด่นเป็นตัวเลขสองหลักของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศ ซึ่งช่วยชดเชยการหดตัวของรายได้จากการให้บริการผลิตสินค้า (OEM) ส่งผลให้รายได้จากการขายสำหรับปี 2566 เติบโต 1.5% YoY หากไม่รวมผลกระทบของเครื่องดื่มชูกำลังจากการปรับฐานของตลาดเครื่องดื่มวิตามินซีหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 คลัสเตอร์ โอเอสเอสรายงานรายได้จากการขายสำหรับปี 2566 อยู่ที่ 26,062 ล้านบาท ลดลง 4.4% YoY ในขณะที่รายได้จากการขายสำหรับ Q4'66 เติบโต 4.0% จากไตรมาสก่อน (QoQ) จากธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ
- อัตรากำไรขั้นต้นขยายตัวต่อเนื่องในทุกไตรมาส โดยอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับปี 2566 เพิ่มขึ้น 3.9% YoY อยู่ที่ 34.5% และแตะระดับสูงสุดที่ 35.5% ใน Q4'66 จากการดำเนินกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้วอย่างต่อเนื่อง หลังมีการปิดเคหะหลอมบางส่วนทำให้มีอัตราการผลิตดีขึ้นและใช้พลังงานน้อยลง
- โอเอสเอสในฐานะผู้นำในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังมุ่งสร้างการเติบโตของตลาดผ่านกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการขยายส่วนแบ่งการตลาดที่สร้างผลกำไร (Profitable market share gain) โดยมีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับกลุ่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังอยู่ที่ 46.6% ลดลง 2.9% YoY แต่มีการฟื้นตัวในเดือนธันวาคม 2566 ซึ่งโอเอสเอสยังคงมุ่งมั่นพัฒนาทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการด้านการขายและกระจายสินค้า เพื่อผลักดันการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดอย่างยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ โอเอสเอสเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งทั้งในตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 41.6% และในตลาดยอยเครื่องดื่มวิตามินซี มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 68.7%
- คณะกรรมการบริษัทมีมติเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อขออนุมัติจ่ายเงินปันผลจากกำไรสุทธิประจำปี 2566 และกำไรสะสมจำนวน 1.65 บาทต่อหุ้น คิดเป็นจำนวนเงิน 4,956 ล้านบาท และอัตราการจ่ายปันผลที่ 206% ของกำไรสุทธิจากการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วยเงินปันผลพิเศษจำนวน 0.80 บาทต่อหุ้นที่จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2566 เนื่องจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท ยูนิ.ชาร์ม (ประเทศไทย) จำกัด เงินปันผลระหว่างกาล 0.40 บาทต่อหุ้น และเงินปันผลที่ต้องจ่ายเพิ่ม 0.45 บาทต่อหุ้น ทั้งนี้ เงินปันผลดังกล่าวที่ไม่รวมเงินปันผลพิเศษคิดเป็นอัตราการจ่ายเงินปันผลที่ 106% ของกำไรสุทธิจากการดำเนินงานตามงบการเงินรวมสำหรับปี 2566
- ฐานะการเงินของโอเอสเอสยังคงแข็งแกร่งด้วยสัดส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในระดับต่ำที่ 0.08 เท่า สะท้อนความพร้อมในการเปิดรับโอกาสการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจ โดยมีทีมที่มีประสบการณ์ช่วยขับเคลื่อนการลงทุนเชิงกลยุทธ์ ช่วยผลักดันสมรรถนะและผลประกอบการขององค์กรสู่ความเป็นเลิศ ผลักดันสู่เป้าหมายการเติบโตในระยะยาวอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด Q4'66 และ ปี 2566

ตารางสรุปงบกำไรขาดทุนรวม

หน่วย: ล้านบาท	Q4'66	Q4'65	%YoY	Q3'66	%QoQ	2566	2565	%YoY
รายได้รวม	6,590	6,471	1.8%	6,395	3.1%	26,644	27,482	-3.0%
รายได้จากการขาย	6,530	6,432	1.5%	6,277	4.0%	26,062	27,266	-4.4%
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	5,292	4,953	6.8%	5,071	4.4%	21,130	22,020	-4.0%
ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล	718	706	1.7%	647	10.9%	2,486	2,451	1.4%
อื่นๆ	520	773	-32.7%	559	-6.9%	2,446	2,795	-12.5%
รวมรายได้อื่น	60	39	56.0%	118	-49.0%	582	216	169.4%
กำไรขั้นต้น	2,317	1,924	20.4%	2,220	4.4%	9,003	8,350	7.8%
SG&A	1,781	1,638	8.8%	1,624	9.7%	6,770	6,500	4.1%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	998	1,100	-9.3%	1,155	-13.5%	4,628	4,712	-1.8%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	783	538	45.6%	469	66.9%	2,142	1,788	19.8%
ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้า	43	62	-31.9%	51	-16.3%	146	315	-53.8%
EBIT	637	386	65.0%	764	-16.6%	2,961	2,381	24.3%
EBITDA	1,018	793	28.5%	1,149	-11.3%	4,510	3,979	13.3%
กำไรสำหรับงวด	432	347	24.5%	642	-32.6%	2,423	1,924	26.0%
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท	433	337	28.6%	642	-32.6%	2,402	1,934	24.2%
กำไรจากการดำเนินงานปกติ	592	337	76.0%	562	5.4%	2,181	1,914	14.0%



	Q4'66	Q4'65	%YoY	Q3'66	%QoQ	2566	2565	%YoY
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (%)								
อัตรากำไรขั้นต้น	35.5%	29.9%	5.6%	35.4%	0.1%	34.5%	30.6%	3.9%
SG&A ต่อรายได้จากการขาย	27.3%	25.5%	1.8%	25.9%	1.4%	26.0%	23.8%	2.2%
EBIT margin	9.8%	6.0%	3.8%	12.2%	-2.4%	11.4%	8.7%	2.7%
EBITDA margin	15.6%	12.3%	3.3%	18.3%	-2.7%	17.3%	14.6%	2.7%
อัตราส่วนกำไรสุทธิสำหรับงวด	6.6%	5.4%	1.2%	10.2%	-3.6%	9.3%	7.1%	2.2%
อัตราส่วนกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท	6.6%	5.2%	1.4%	10.2%	-3.6%	9.2%	7.1%	2.1%
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานปกติ	9.1%	5.2%	3.9%	8.9%	0.2%	8.4%	7.0%	1.4%

สรุปผลการดำเนินงานสำหรับปี 2566

กำไรสุทธิของโอเอสเอสเติบโตเป็นตัวเลขสองหลักตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ของปี 2566 จากการฟื้นตัวของปริมาณขาย การนำเสนอผลิตภัณฑ์นวัตกรรม และการขยายตัวของอัตรากำไร ท่ามกลางความท้าทายจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่หดตัวในช่วงที่มีความไม่แน่นอนทางการเมือง ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ยืดเยื้อ และปัญหานี้ครีวเรือนที่อยู่ในระดับสูง โดยโอเอสเอสดำเนินกลยุทธ์เสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์และกลุ่มผลิตภัณฑ์ เร่งคิดค้นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปรับกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการปรับโครงสร้างทางธุรกิจโดยรวมเพื่อมุ่งเน้นการขยายธุรกิจหลัก ควบคู่กับการพิจารณาจำหน่ายเงินลงทุนในธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก และสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งเพื่อสนับสนุนการเติบโตในระยะยาว

โอเอสเอสรายงานรายได้จากการขาย 26,062 ล้านบาท ลดลง 4.4% YoY จากการปรับฐานของตลาดเครื่องดื่มวิตามินซีหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 คลี่คลายในช่วงไตรมาสแรกของปี 2566 (Q1'66) ซึ่งหากไม่รวมผลกระทบต่อเครื่องดื่มซี-วิท รายได้จากการขายเติบโต 1.5% YoY สะท้อนการเติบโตของกลุ่มธุรกิจหลักจากการฟื้นตัวของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังและการเติบโตอย่างโดดเด่นเป็นตัวเลขสองหลักของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศ ซึ่งช่วยชดเชยการหดตัวของรายได้จากการให้บริการผลิตสินค้า (OEM)

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

โอเอสเอสรายงานรายได้รวมจากการขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสำหรับปี 2566 อยู่ที่ 21,130 ล้านบาท ลดลง 4.0% YoY โดย Q4'66 รายได้รวมจากการขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเติบโต 4.4% QoQ แม้ว่ารายได้จากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศลดลง 7.1% YoY รายได้ที่ไม่รวมผลกระทบจากการปรับฐานของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิท ยังคงเติบโต 0.6% YoY และกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศเติบโต 2.2% YoY สะท้อนการฟื้นตัวของยอดขายอย่างต่อเนื่องในทุกไตรมาส จากการดำเนินกลยุทธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์และการเสริมสร้างช่องทางการขายและจัดจำหน่ายที่แข็งแกร่ง ตลอดจนการสื่อสารการตลาดที่สร้างความแตกต่างผ่านโครงการเอ็ม-150 ชูเปอร์สตาร์ ช่วยตอกย้ำความเป็นผู้นำในกลุ่มผลิตภัณฑ์พรีเมียม นอกจากนี้ โอเอสเอสยังเร่งผลักดันผลิตภัณฑ์นวัตกรรมของกลุ่มเครื่องดื่มทั้งด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์และ/หรือคุณประโยชน์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและแนวโน้มผู้บริโภค และขยายไปยังผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่มีอัตราการเติบโตสูง ได้แก่ กลุ่มพนักงานออฟฟิศ (White collar) กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอิสระ (New Economy Workers) กลุ่มผู้สูงวัย (Silver generation) และกลุ่ม Millennials โดยใน Q4'66 บริษัทเปิดตัวผลิตภัณฑ์เอ็ม-150 สปาร์คลิง ในรูปแบบกระป๋อง มีการออกแบบที่ทันสมัย จับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นในตลาดพรีเมียม สอดคล้องกับกลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks นำเสนอผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีน ดริงค์ ดี รสชาติใหม่ ดื่มง่าย มีวิตามินดีสูง ช่วยเสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกันของร่างกายและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของสมองด้วยออร์จินัล ชอยเปปไทด์ ส่วนผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแคลฟิสนำเสนอเครื่องดื่มที่เพิ่มคุณประโยชน์ใหม่และสร้างสรรค์รสชาติเฉพาะฤดูกาลอย่าง คาลฟิส แลคโตะ สูตรไฟเบอร์ 5,000 มก. ช่วยปรับสมดุลทางเดินอาหารและระบบขับถ่าย และคาลฟิส แลคโตะ ไซดา กลิ่นแอปเปิ้ลอาโอโมริ เพิ่มความสดชื่นพร้อมประโยชน์จากแลคโตบาซิลลัส ตลอดจนผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทเปิดตัวผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มทางเลือกเพื่อสุขภาพสูตรปราศจากน้ำตาล รสเลมอน รสส้ม และรสชาติใหม่อย่างรสพีช ซึ่งผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเหล่านี้จะเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและสร้างการรับรู้และทดลองผลิตภัณฑ์แตกต่างจากกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก เช่น สื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย หรือสร้างสรรค์เครื่องดื่มสุดพิเศษร่วมกับร้านพันธมิตรอย่างคาเฟ่ อเมซอน (Café Amazon) ยูซุเฮาส์ (Yuzu House) และ ดากาซี (Dakasi) โดยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีนและคาลฟิสเติบโตโดดเด่นเป็นตัวเลขสองหลัก และผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทเติบโตอย่างต่อเนื่องหลังจากการปรับฐานใน Q1'66 สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศ มีรายได้จากการขายสำหรับปี 2566 เติบโต 8.2% YoY จากเมียนมาร์และลาวที่มีการเติบโตอย่างโดดเด่นเป็นตัวเลขสองหลัก และเติบโตต่อเนื่อง 3 ปีติดต่อกันหลังจากเริ่มดำเนินการผลิตในเมียนมาร์

โอเอสเอสในฐานะผู้นำในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังเน้นสร้างการเติบโตของตลาดผ่านกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการขยายส่วนแบ่งการตลาดที่สร้างผลกำไร โดยมีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับกลุ่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังอยู่ที่ 46.6% ลดลง 2.9% YoY แต่มีการฟื้นตัวในเดือนธันวาคม 2566 ซึ่งโอเอสเอสยังคงมุ่งมั่นพัฒนาทั้งด้านกลุ่มผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการด้านการขายและกระจายสินค้าผ่านผลิตภัณฑ์นวัตกรรม กิจกรรมทางการตลาดที่สร้างความแตกต่าง และการบริหารช่องทางขายและจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อผลักดันการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดอย่างยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ โอเอสเอสเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งทั้งในตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 41.6% และในตลาดย่อยเครื่องดื่มวิตามินซี มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 68.7% ซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีนและคาลฟิสมีสวนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปีก่อน เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทที่ครองความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่องในตลาดย่อยเครื่องดื่มวิตามินซี

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

ในปี 2566 โอเอสเอสมีรายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลอยู่ที่ 2,486 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.4% YoY และใน Q4'66 รายได้รวมอยู่ที่ 718 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.9% QoQ โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์โรลออนระงับกลิ่นกายภายใต้แบรนด์ทเวล์ฟ พลัส (Twelve Plus) และแบรนด์เอ็กซ์ (Exit) เดิมโดเป็นตัวเลขสองหลักอย่างต่อเนื่องหลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย และคนกลับเข้ามาทำงานและใช้ชีวิตตามปกติ ซึ่งทเวล์ฟ พลัส ประสบความสำเร็จในการก้าวขึ้นเป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์โรลออนระงับกลิ่นกายสำหรับผู้หญิงอันดับ 2 อย่างมั่นคง โดยอาศัยจุดเด่นด้านการใช้น้ำหอมที่มีคุณภาพสูงและสร้างความแตกต่างผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่ช่วยระงับกลิ่นกายยาวนานตลอดวัน ขนใต้วงแขนขึ้นช้าลง ดูแลสุขภาพผิวใต้วงแขนอย่างอ่อนโยน ขาวกระจ่างใส แห่งใจ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์เบบี๋มาดต้องการผลักดันการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในด้านสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยสื่อสารผ่านแคมเปญการตลาดภายใต้ “The Power of Gentle Touch” พลังสัมผัสอันอ่อนโยน สานสัมพันธ์ให้แข็งแรง สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและยั่งยืนด้วยการปรับสูตรทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็นสูตรออร์แกนิก 100% และเปลี่ยนมาใช้ บรรจุภัณฑ์โลกที่ปลอดภัยและดีต่อสิ่งแวดล้อม

กลุ่มอื่นๆ

รายได้จากกลุ่มอื่นๆ อยู่ที่ 2,446 ล้านบาท ลดลง 12.5% YoY โดยหลักลดลงจากรายได้จากการให้บริการผลิตสินค้า (OEM) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขวดแก้ว หลังจากทำการปรับกำลังการผลิตระหว่าง OEM และผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อผลักดันอัตรากำไรและประสิทธิภาพในการผลิตที่ดีขึ้น

อัตรากำไรขั้นต้นขยายตัวต่อเนื่องในทุกไตรมาส โดยอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับปี 2566 เพิ่มขึ้น 3.9% YoY อยู่ที่ 34.5% และแตะระดับสูงสุดใน Q4'66 ที่ 35.5% จากการดำเนินงานกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในแบรนด์หลัก ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ (Product mix) และการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้ว โดยมีการปิดเตาหลอมบางส่วนใน Q1'66 และ Q4'66 และปรับสัดส่วนกำลังการผลิตขวดแก้วในส่วนผลิตภัณฑ์ของบริษัทซึ่งมีอัตรากำไรสูงเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของเตาหลอมที่เหลือ ทำให้มีอัตราการผลิตดีขึ้นและใช้พลังงานน้อยลง ในขณะที่ผลกระทบจากราคาน้ำมันดิบและค่าใช้จ่ายเป็นจำนวน 826 ล้านบาท จากการลดผลกระทบของต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น การปรับให้สายการผลิตปัจจุบันมีประสิทธิภาพสูงสุด และการปรับปรุงกระบวนการทำงาน พร้อมทั้งประโยชน์ที่ได้จากการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดการทรัพยากร เพื่อสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งพร้อมรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวมจากการขาย (SG&A to total revenue from sales) คิดเป็น 26.0% เทียบกับ 23.8% ในปีก่อน ค่าใช้จ่ายในการขายปรับตัวเพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการขายและการตลาดภายใต้โครงการเอ็ม-150 ซุปเปอร์สตาร์ ที่ช่วยยกระดับแบรนด์เอ็ม-150 โดยใน Q4'66 ค่าใช้จ่ายในการขายมีการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มทีมที่มีประสบการณ์เพื่อช่วยขับเคลื่อนการลงทุนเชิงกลยุทธ์สร้างโอกาสการเติบโตในอนาคต การขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน และรายการพิเศษจากการปรับโครงสร้างทางธุรกิจ ใน Q4'66 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการหยุดดำเนินการโรงงานผลิตขวดแก้วที่จังหวัดสมุทรปราการ

บริษัทมีต้นทุนแบ่งกำไรของบริษัทรวมและการร่วมค้าจำนวน 146 ล้านบาท ลดลง 53.8% YoY จากการลดลงของส่วนแบ่งกำไรจากการร่วมค้าของ บริษัท เอส โอเอสเอส ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งได้รับผลกระทบจากการปรับฐานของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 คลี่คลาย และธุรกิจร่วมทุนโรงแก้วในเมียนมาร์ ซึ่งเป็นธุรกิจให้บริการผลิตขวดแก้ว (Glass bottle OEM) ที่ได้รับผลกระทบจากการอ่อนค่าของเงินเมียนมาร์และการชะลอตัวของกำลังซื้อที่กระทบต่อยอดขายขวดแก้วในเมียนมาร์ ซึ่งบริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงและความท้าทายที่เพิ่มขึ้นเนื่องมาจากความไม่เสถียรภาพทางการเมืองและการควบคุมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่กำหนดโดยรัฐบาล ตลอดจนการดำเนินมาตรการลงโทษทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปต่อเมียนมาร์ มีผลให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มขึ้นเนื่องจากการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน และต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านกฎระเบียบในช่วงที่มีความไม่แน่นอนทางการเมือง ทั้งนี้ โอเอสเอสติดตามสถานการณ์ในเมียนมาร์อย่างใกล้ชิด เพื่อจัดทำแผนฉุกเฉินที่เหมาะสม เพื่อแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที

โอเอสเอสรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทสำหรับปี 2566 อยู่ที่ 2,402 ล้านบาท เดิมโด 24.2% YoY คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท 9.2% เดิมโด 2.1% YoY โอเอสเอสมีรายการพิเศษจากการปรับโครงสร้างทางธุรกิจโดยรวม เพื่อมุ่งเน้นการขยายธุรกิจหลักที่บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบทางการแข่งขัน ควบคู่กับการพิจารณาจำหน่ายเงินลงทุนในธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก หรือเงินลงทุนที่โอเอสเอสมีส่วนถือหุ้นส่วนน้อยหรือไม่มีอำนาจควบคุม รายการพิเศษที่สำคัญประกอบด้วยเงินปันผลจากเงินลงทุนในบริษัทอื่น รายการที่เกี่ยวข้องกับการปรับโครงสร้างทางธุรกิจ และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการหยุดดำเนินการโรงงานผลิตขวดแก้วที่จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งหากไม่รวมผลกระทบจากรายการพิเศษดังกล่าว กำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 2,181 ล้านบาท เดิมโด 14.0% YoY และมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 8.4% และใน Q4'66 บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 592 ล้านบาท โดยมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 9.1% โดยในปี 2566 กำไรจากการดำเนินงานปกติของบริษัทขยายตัวต่อเนื่องในทุกไตรมาส

แผนธุรกิจปี 2567

ในปี 2566 แม้ว่าเศรษฐกิจในประเทศเติบโตต่ำกว่าคาดจากการลงทุนและการใช้จ่ายภาครัฐปรับตัวลดลง จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติต่ำกว่าที่คาด และอุปสงค์ในประเทศฟื้นตัวช้ากว่าคาดพร้อมหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง และปัจจัยท้าทายของเศรษฐกิจโลก โอเอสเอสสามารถผลักดันการฟื้นตัวของธุรกิจและผลักดันการเติบโตผลกำไรเป็นตัวเลขสองหลักตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ พร้อมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมถึงปรับโครงสร้างทางธุรกิจโดยรวมตามที่กล่าวข้างต้น

สำหรับปี 2567 โอเอสเอสคาดการณ์เศรษฐกิจยังคงไม่ต่างจากปีก่อน ด้วยหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ระดับสูง อุปสงค์ในตลาดโลกชะลอตัว และความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ยืดเยื้อ โดยมีปัจจัยบวกที่ขึ้นอยู่กับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลและการใช้นโยบายกระเป๋าเงินดิจิทัล (Digital wallet) ช่วยกระตุ้นการบริโภคชั่วคราว และยังคงมีความท้าทายอื่น ๆ ที่ต้องพิจารณาผลกระทบ เช่น ด้านความยั่งยืน ภาวะภัยแล้ง และความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่อาจทวีความรุนแรงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคาพลังงานและห่วงโซ่อุปทานในการผลิตทั่วโลก



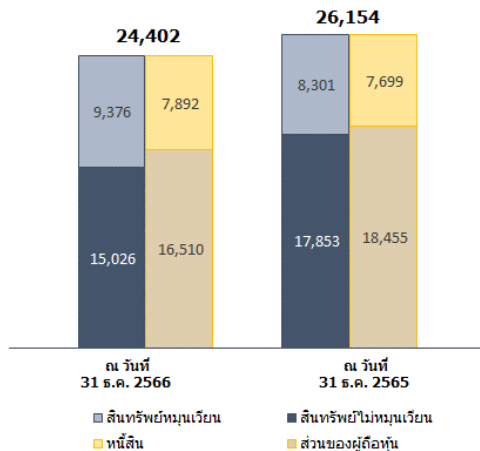
โอเอสเอสได้เริ่มการดำเนินงานหลายด้านเพื่อผลักดันศักยภาพการเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ยกกระดับประสิทธิภาพการผลิตและขีดความสามารถในการดำเนินงานและบุคลากรขององค์กร ตลอดจนการจัดการเครือข่ายการขายและจัดจำหน่าย และปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์ตั้งแต่ปี 2566 และจะดำเนินการต่อเนื่องเพื่อสร้างการเติบโตของผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาวอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายที่สำคัญในการดำเนินงานในปี 2567 ดังนี้

- **ตั้งเป้าหมายการเติบโตด้านรายได้ในอัตราเลขตัวเดียวระดับกลาง (Mid-single-digit growth)** ด้วยการเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจหลัก เร่งคิดค้นผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ผลักดันแบรนด์ที่มีศักยภาพและอัตราการเติบโตสูง พร้อมใช้แผนการขายและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับแต่ละกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- **ปรับกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อผลักดันอัตรากำไร** ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ลดผลกระทบจากต้นทุนสินค้าโภคภัณฑ์ที่สูงขึ้น และบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ปรับโครงสร้างทางธุรกิจเพื่อมุ่งเน้นการขยายธุรกิจหลักที่บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน ควบคู่กับการพิจารณาจำหน่ายเงินลงทุนในธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก รวมถึงเงินลงทุนที่โอเอสเอสมีสัดส่วนการถือหุ้นส่วนน้อยหรือไม่มีความควบคุม
- **ขับเคลื่อนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน** มุ่งสู่เป้าหมาย ESG ที่ตั้งไว้สำหรับปี 2568 และผลักดันแผนการขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2593
- **ปรับเปลี่ยนองค์กรให้มีโครงสร้างและกระบวนการจัดการที่ดีขึ้น (Organization transformation)** สร้างรากฐานเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคตด้วยการปรับใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี ปรับกระบวนการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่พร้อมขับเคลื่อนและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรในองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีผลการดำเนินงานเป็นเลิศ
- **บริหารจัดการธุรกิจในตลาดต่างประเทศ** มุ่งเสริมความแข็งแกร่งของความเป็นผู้นำในตลาดหลัก และลงทุนขยายธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตในภูมิภาค ควบคู่ไปกับการประเมินและจัดการความเสี่ยงทั้งด้านอัตราแลกเปลี่ยนและสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ตลอดจนพิจารณาโอกาสอย่างรอบคอบ พร้อมเตรียมแผนเพื่อลดผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นล่วงหน้า
- **ลงทุนเพื่อสร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดด** ผลักดันโอกาสในการลงทุนเชิงกลยุทธ์ ผลักดันสู่เป้าหมายการเติบโตในระยะยาวอย่างยั่งยืน

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัท

งบแสดงฐานะการเงินโดยสรุป

หน่วย: ล้านบาท



ตารางสรุปงบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์ (ล้านบาท)	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2566	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2565
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	1,339	1,087
ลูกหนี้การค้า และ ลูกหนี้อื่น	4,389	4,051
สินค้าคงเหลือ	3,627	3,147
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	21	16
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	9,376	8,301
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	13,020	13,480
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น และเงินลงทุนระยะยาว	1,207	3,625
สินทรัพย์อื่น	799	748
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	15,026	17,853
รวมสินทรัพย์	24,402	26,154

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2566	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2565
เจ้าหนี้การค้า และ เจ้าหนี้อื่น	4,467	4,787
เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	2,357	1,508
หนี้สินอื่น	1,068	1,404
รวมหนี้สิน	7,892	7,699
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	3,004	3,004
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	11,848	11,848
กำไรสะสม	2,218	2,400
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	(744)	1,212
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	184	(9)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	16,510	18,455
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	24,402	26,154

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทมีสินทรัพย์รวมอยู่ที่ 24,402 ล้านบาท ลดลง 1,752 ล้านบาท (หรือลดลง 6.7%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 สาเหตุหลักมาจากจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท ยูนิ.ชาร์ม (ประเทศไทย) จำกัด ทำให้สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่นลดลง หักกับการเพิ่มขึ้นของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจากการดำเนินงาน ลูกหนี้การค้า และสินค้าคงเหลือ

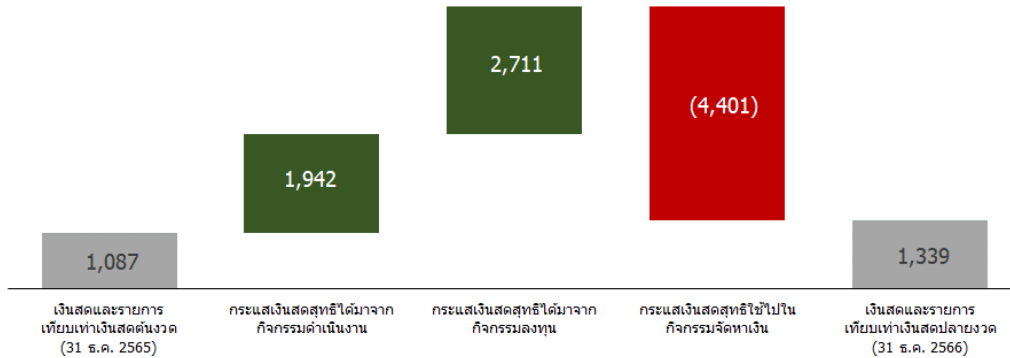
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทมีหนี้สินรวมอยู่ที่ 7,892 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 193 ล้านบาท (หรือเพิ่มขึ้น 2.5%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยหลักมาจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 16,510 ล้านบาท ลดลง 1,945 ล้านบาท (หรือลดลง 10.5%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 จากการจ่ายเงินปันผลพิเศษจากกำไรสะสมหลังจากจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท ยูนิ.ชาร์ม (ประเทศไทย) จำกัด



การวิเคราะห์กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท



ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดอยู่ที่ 1,339 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 252 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยบริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 1,942 ล้านบาท กระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมลงทุน 2,711 ล้านบาทจากการจำหน่ายเงินลงทุนที่ไม่อยู่ในความต้องการของตลาด ส่วนกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 4,401 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากการจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทหักกับเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

	Q4'66	Q4'65	FY'66	FY'65
อัตราส่วนสภาพคล่อง				
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.4	1.4	1.4	1.4
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	72	56	72	56
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	50	42	50	42
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	49	46	49	46
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร				
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	35.5	29.9	34.5	30.6
อัตรากำไรก่อนภาษี ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%)	15.6	12.3	17.3	14.6
อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด (%)	6.6	5.4	9.3	7.1
อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท (%)	6.6	5.2	9.2	7.1
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานปกติ (%)	9.1	5.2	8.4	7.0
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) - trailing	13.9	10.0	13.9	10.0
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) - trailing	9.6	7.2	9.6	7.2
อัตราส่วนอื่นๆ				
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.16	0.10	0.16	0.10

อัตรากำไรขั้นต้นขยายตัวต่อเนื่องในทุกไตรมาส โดยอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับปี 2566 เพิ่มขึ้น 3.9% YoY อยู่ที่ 34.5% และแตะระดับสูงสุดใน Q4'66 ที่ 35.5% จากกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในแบรนด์หลัก ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้ว โดยมีการปิดเตาหลอมบางส่วนและปรับกำลังการผลิตขวดแก้วในส่วนผลิตภัณฑ์ของบริษัทซึ่งมีอัตรากำไรสูงมากขึ้น พร้อมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของเตาหลอมที่เหลือ ทำให้มีอัตราการผลิตดีขึ้นและใช้พลังงานน้อยลง ในขณะที่ผลกระทบจากราคาดัชนีสินค้าโภคภัณฑ์อยู่ในระดับต่ำ และโครงการ Fast Forward 10X ในปี 2566 สามารถขยาลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายเป็นจำนวน 826 ล้านบาท จากการลดผลกระทบของต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น การปรับให้สายการผลิตปัจจุบันมีประสิทธิภาพสูงสุด และการปรับปรุงกระบวนการทำงาน พร้อมทั้งประโยชน์ที่ได้จากการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดการทรัพยากร เพื่อสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งพร้อมรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน

โอเอสเอสรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทสำหรับปี 2566 อยู่ที่ 2,402 ล้านบาท เติบโต 24.2% YoY คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท 9.2% เติบโต 2.1% YoY และหากไม่รวมผลกระทบจากรายการพิเศษ กำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 2,181 ล้านบาท เติบโต 14.0% YoY และมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 8.4% และในไตรมาส 4 ปี 2566 บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 592 ล้านบาท โดยมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 9.1% โดยในปี 2566 กำไรจากการดำเนินงานปกติของบริษัทขยายตัวต่อเนื่องในทุกไตรมาส

บริษัทมีวงจรเงินสด (ระยะเวลายาวสินค้าเฉลี่ย + ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย - ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย) สำหรับปี 2566 อยู่ที่ 73 วัน เพิ่มขึ้นจาก 52 วันในปีก่อน ระยะเวลายาวสินค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นสะท้อนการเตรียมความพร้อมด้านบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วล่วงหน้าก่อนการหยุดประกอบกิจการโรงงานผลิตขวดแก้วที่จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งนี้ ระยะเวลายาวสินค้าเฉลี่ยคาดว่าจะปรับลดลงในปี 2567 จากปริมาณขายที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับกำลังการผลิตของบริษัท ส่วนระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยสำหรับปี 2566 อยู่ที่ 50 วัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนยอดขายจากช่องทางทางการค้าปลีกสมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการกำกับดูแลความเสี่ยงด้านเครดิตอย่างใกล้ชิด เพื่อให้แน่ใจว่าระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยยังอยู่ภายในกรอบระยะเวลาการให้เครดิตซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 7 วัน ถึง 100 วัน ในด้านสภาพคล่อง บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องอยู่ที่ 1.4 เท่า สะท้อนความแข็งแกร่งทั้งในด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินที่มั่นคง

นอกจากนี้ อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.16 เท่า และอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.08 เท่า แสดงให้เห็นถึงฐานะการเงินที่แข็งแกร่งพร้อมเป็รับโอกาสการลงทุน

เงินปันผล

บริษัทมีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่า 60% ของกำไรสุทธิตามงบการเงินรวมของบริษัท หลังหักทุนสำรองตามกฎหมาย เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2567 คณะกรรมการบริษัทมีมติเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น ซึ่งกำหนดจัดขึ้นในวันที่ 24 เมษายน 2567 เพื่อขออนุมัติจ่ายเงินปันผลจากกำไรสุทธิประจำปี 2566 และกำไรสะสมจำนวน 1.65 บาทต่อหุ้น คิดเป็นจำนวนเงิน 4,956 ล้านบาท และเป็นอัตราการจ่ายเงินปันผลที่ 206% ของกำไรสุทธิจากการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย

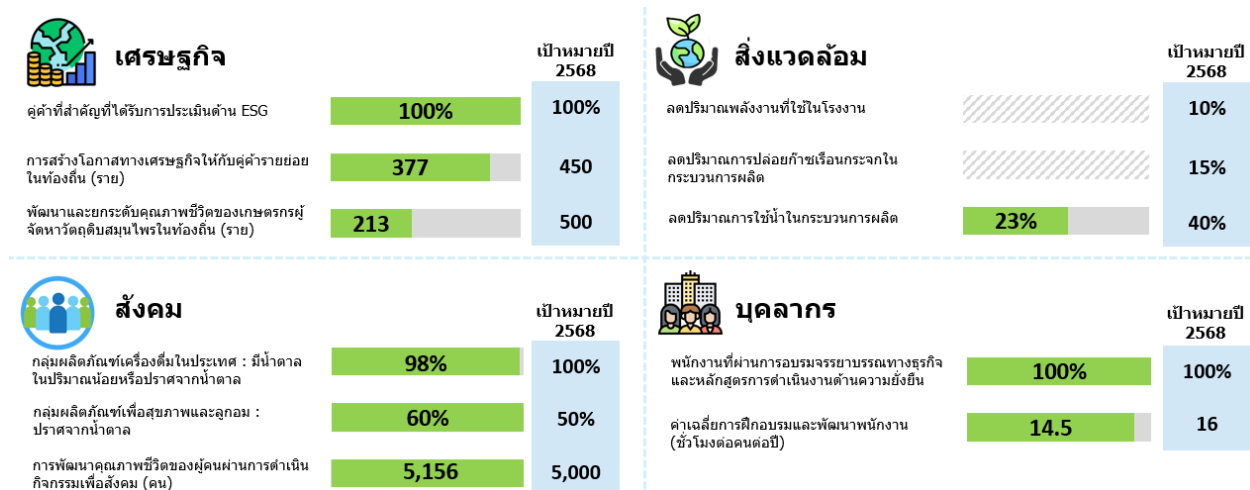
- เงินปันผลพิเศษจำนวน 0.80 บาทต่อหุ้นที่จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2566 เนื่องจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท ยูนิ.ชาร์ม (ประเทศไทย) จำกัด
- เงินปันผลระหว่างกาล 0.40 บาทต่อหุ้น ซึ่งจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นแล้วในวันที่ 8 กันยายน 2566
- เงินปันผลที่ต้องจ่ายเพิ่ม 0.45 บาทต่อหุ้น

ทั้งนี้ เงินปันผลดังกล่าวที่ไม่รวมเงินปันผลพิเศษคิดเป็นอัตราการจ่ายเงินปันผลที่ 106% ของกำไรสุทธิจากการดำเนินงานตามงบการเงินรวมสำหรับปี 2566

โอเอสเอสกับผลการดำเนินงานด้าน ESG

ในปี 2566 โอเอสเอสในฐานะหนึ่งในผู้นำธุรกิจกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยได้ประกาศภารกิจในการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon neutrality) ภายในปี พ.ศ. 2593 โดยบริษัทได้ตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือ Climate Change ซึ่งกำลังส่งผลกระทบต่อโลกในวงกว้างหลากหลายมิติ โดยโอเอสเอสได้เห็นหนทางกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนควบคู่กับแผนงานทางธุรกิจ ครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน คือ สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และ ธรรมาภิบาล (Governance) หรือ ESG โดยมีพนักงานเป็นพลังในการขับเคลื่อนอย่างเต็มที่ จะทำให้อเอสเอสสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

ในปีที่ผ่านมา โอเอสเอสมีการดำเนินการในหลาย ๆ ด้านเพื่อขับเคลื่อนภารกิจเพื่อความยั่งยืนเพื่อไปสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนในปี 2568 โดยสามารถสรุปความคืบหน้าในการดำเนินงานที่สำคัญได้ดังนี้



โอเอสเอสยังได้ประกาศนโยบายด้านสุขภาพและโภชนาการ (Health & nutrition policy) สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและดำเนินการตามกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human rights due diligence process หรือ HRDD) รวมถึงเป็นบริษัทแรกในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยที่ได้รับใบประกาศนียบัตรการรับรองมาตรฐานแนวทางการจัดซื้ออย่างยั่งยืน (ISO20400: Sustainable procurement) นับเป็นพัฒนาการที่ต่อเนื่องของบริษัทในการดำเนินการด้านความยั่งยืน

ความสำเร็จเหล่านี้ส่งผลให้ในปีที่ผ่านมาโอเอสเอสได้รับการยอมรับด้วยมาตรฐานทางด้านความยั่งยืนทั้งในและต่างประเทศ โดยโอเอสเอสได้รับการจัดอันดับอยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์ (SET ESG ratings) เพิ่มเป็นระดับ AA รวมทั้งได้รับการประเมินจากสถาบันในระดับสากลต่าง ๆ อาทิเช่น S&P Global ESG, MSCI ESG Rating และยังติดดัชนีหุ้นยั่งยืนระดับโลก FTSE4Good

สำหรับในปี 2567 โอเอสเอสจะยังคงเดินหน้าสานต่อภารกิจเพื่อความยั่งยืนเพื่อให้บริษัทบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนในปี 2568 เช่นเดียวกับการดำเนินการตามแผนงานต่าง ๆ ที่วางไว้เพื่อสนับสนุนภารกิจในการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนให้ได้ภายในปี พ.ศ. 2593



ภาคผนวก: อัตราส่วนทางการเงิน และ สูตรคำนวณ

อัตราส่วนสภาพคล่อง

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า) = รวมสินทรัพย์หมุนเวียน / รวมหนี้สินหมุนเวียน

ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน) = $365 / (\text{ต้นทุนขาย}^1 / \text{สินค้าคงเหลือเฉลี่ย}^2)$

ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน) = $365 / \text{รายได้จากการขาย}^1 / \text{ลูกหนี้การค้าเฉลี่ย}^2)$

ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน) = $365 / (\text{ต้นทุนขาย}^1 / \text{เจ้าหนี้การค้าเฉลี่ย}^2)$

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร

อัตรากำไรขั้นต้น (%) = $(\text{รายได้จากการขาย} - \text{ต้นทุนขาย}) / \text{รายได้จากการขาย}$

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขาย (%) = $(\text{ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย} + \text{ค่าใช้จ่ายในการบริหาร}) / \text{รายได้จากการขาย}$

อัตรากำไรก่อนภาษีและดอกเบี้ย (%) = $(\text{กำไรก่อนภาษีเงินได้} + \text{ต้นทุนทางการเงิน}) / \text{รายได้จากการขาย}$

อัตรากำไรก่อนภาษี ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%) = $(\text{กำไรก่อนภาษีเงินได้} + \text{ต้นทุนทางการเงิน} + \text{ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน}) / \text{รายได้จากการขาย}$

อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด (%) = $\text{กำไรสำหรับงวด} / \text{รายได้จากการขาย}$

อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท (%) = $\text{กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท} / \text{รายได้จากการขาย}$

อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) = $\text{กำไรสำหรับงวด} / \text{ค่าเฉลี่ยส่วนของผู้ถือหุ้นรวม}$

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) = $\text{กำไรสำหรับงวด} / \text{ค่าเฉลี่ยสินทรัพย์รวม}$

อัตราส่วนอื่นๆ

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) = $\text{หนี้สินทั้งหมดที่มีภาระดอกเบี้ย} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม}$

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) = $(\text{หนี้สินทั้งหมดที่มีภาระดอกเบี้ย} - \text{เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด}) / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม}$

¹ ตัวเลขเต็มปี (Annualized) โดยใช้ตัวเลขในไตรมาสปัจจุบันบวกด้วยตัวเลขย้อนหลังอีก 3 ไตรมาส

² ค่าเฉลี่ยระหว่างยอดสิ้นสุดของงวดในปีปัจจุบันกับยอดสิ้นสุดของงวดในปีก่อนหน้า