



สรุปภาพรวมธุรกิจที่สำคัญ

- โอเอสเอสรายงานกำไรสุทธิ* สำหรับไตรมาส 3 ปี 2566 (Q3'66) ที่ 642 ล้านบาท เติบโตอย่างแข็งแกร่ง 163.3% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน (YoY) และเพิ่มขึ้น 17.0% จากไตรมาสก่อน (QoQ) จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจในประเทศทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล รวมถึงการขยายตัวของอัตรากำไรขั้นต้นจากการปรับตัวลดลงของต้นทุนสินค้าโภคภัณฑ์และพลังงาน การเพิ่มประสิทธิภาพในการบวนการผลิต ตลอดจนการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายได้ดี สามารถช่วยชดเชยยอดขายที่หดตัวตามฤดูกาลของธุรกิจในประเทศ นอกจากนี้ ใน Q3'66 บริษัทได้รับส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้าจำนวน 51 ล้านบาท ลดลง 34.6% YoY แต่เพิ่มขึ้น 279.2% QoQ ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิ* Q3'66 อยู่ที่ 10.2% เพิ่มขึ้น 6.3% YoY และเพิ่มขึ้น 2.0% QoQ ทั้งนี้ ใน Q3'66 บริษัทมีรายการพิเศษจากการปรับโครงสร้างทางธุรกิจโดยรวม เพื่อบ่งเน้นการขยายธุรกิจหลัก (Core Businesses) ที่บริษัทสามารถได้ประโยชน์จากความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ควบคู่กับการพิจารณาจำหน่ายเงินลงทุนในธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก (Non-Core Businesses) หรือเงินลงทุนที่โอเอสเอสมีส่วนถือหุ้นส่วนน้อยหรือไม่มีความควบคุม ซึ่งหากไม่รวมรายการพิเศษดังกล่าว กำไรสุทธิ* ของบริษัทยังคงเติบโตทั้ง YoY และ QoQ
- รายได้จากการขายสำหรับ Q3'66 อยู่ที่ 6,277 ล้านบาท เติบโต 1.6% YoY แต่ลดลง 6.4% QoQ โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศเติบโต 5.1% YoY และ 3.3% QoQ จากทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่ม Functional drinks ที่เติบโตต่อเนื่องจากไตรมาสก่อน แม้สภาพตลาดอยู่ในช่วงอ่อนตัวตามฤดูกาล (Low Season) และกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องที่ 7.0% YoY และ 14.4% QoQ ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศอ่อนตัว QoQ จากปัจจัยทางด้านการตลาดในเมียนมาร์ แต่หดตัวน้อยกว่าที่คาดทำให้เติบโต 1.4% YoY
- โอเอสเอสรายงานอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับ Q3'66 อยู่ที่ 35.4% เติบโต 6.1% YoY และ เติบโต 1.4% QoQ โดยอัตรากำไรขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนเป็นผลมาจากการปรับตัวลดลงของราคาต้นทุนวัตถุดิบและพลังงานทั้งก๊าซธรรมชาติและไฟฟ้า ประกอบกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้วอย่างต่อเนื่อง
- โอเอสเอสเป็นผู้จำหน่ายทั้งในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังและตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks โดยมีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับกลุ่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังใน Q3'66 อยู่ที่ 46.5% ลดลง 1.0% QoQ จากการปรับการใช้ค่าใช้จ่ายกิจกรรมส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับสภาพตลาดที่อ่อนตัวตามฤดูกาล ในขณะที่ส่วนแบ่งการตลาดสำหรับกลุ่มเครื่องดื่ม Functional Drinks อยู่ที่ 43.7% เพิ่มขึ้น 1.6% QoQ โดยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทครองความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งต่อเนื่อง และผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีนเติบโตต่อเนื่อง 3 ไตรมาส
- ฐานะการเงินของโอเอสเอสยังคงแข็งแกร่งด้วยสัดส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในระดับต่ำที่ 0.21 เท่า และโอเอสเอสพร้อมเปิดรับโอกาสการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจ โดยมีทีมที่มีประสบการณ์ช่วยขับเคลื่อนการลงทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อผลักดันการเติบโตอย่างก้าวกระโดด

*กำไรสุทธิ = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด Q3'66 และ 9M'66

ตารางสรุปงบกำไรขาดทุนรวม

หน่วย: ล้านบาท	Q3'66	Q3'65	%YoY	Q2'66	%QoQ	9M'66	9M'65	%YoY
รายได้รวม	6,395	6,231	2.6%	6,768	-5.5%	20,055	21,011	-4.6%
รายได้จากการขาย	6,277	6,178	1.6%	6,709	-6.4%	19,532	20,833	-6.2%
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	5,071	4,854	4.5%	5,487	-7.6%	15,837	17,067	-7.2%
ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล	647	605	7.0%	566	14.4%	1,769	1,746	1.3%
อื่นๆ	559	719	-22.3%	656	-14.8%	1,926	2,020	-4.7%
รวมรายได้อื่น	118	53	119.4%	59	101.8%	523	178	193.8%
กำไรขั้นต้น	2,220	1,811	22.6%	2,281	-2.7%	6,686	6,427	4.0%
SG&A	1,624	1,631	-0.4%	1,660	-2.2%	4,988	4,862	2.6%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	1,155	1,149	0.5%	1,294	-10.8%	3,629	3,612	0.5%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	469	482	-2.6%	366	28.1%	1,359	1,250	8.7%
ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้า	51	78	-34.6%	13	279.2%	103	252	-59.2%
EBIT	764	311	145.4%	691	10.5%	2,324	1,995	16.5%
EBITDA	1,149	692	66.0%	1,077	6.6%	3,491	3,187	9.6%
กำไรสำหรับงวด	642	218	193.8%	558	15.1%	1,991	1,577	26.2%
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท	642	244	163.3%	549	17.0%	1,969	1,597	23.3%
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทจากการดำเนินงานปกติ	562	244	130.4%	549	2.4%	1,589	1,577	0.7%
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (%)								
อัตรากำไรขั้นต้น	35.4%	29.3%	6.1%	34.0%	1.4%	34.2%	30.8%	3.4%
SG&A ต่อรายได้จากการขาย	25.9%	26.4%	-0.5%	24.8%	1.1%	25.5%	23.3%	2.2%
EBIT margin	12.2%	5.0%	7.2%	10.3%	1.9%	11.9%	9.6%	2.3%
EBITDA margin	18.3%	11.2%	7.1%	16.1%	2.2%	17.9%	15.3%	2.6%
อัตราส่วนกำไรสุทธิสำหรับงวด	10.2%	3.5%	6.7%	8.3%	1.9%	10.2%	7.6%	2.6%
อัตราส่วนกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท	10.2%	3.9%	6.3%	8.2%	2.0%	10.1%	7.7%	2.4%
อัตราส่วนกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทจากการดำเนินงานปกติ	9.0%	3.9%	5.1%	8.2%	0.8%	8.1%	7.6%	0.5%



สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวด Q3'66 เปรียบเทียบกับ Q3'65

หลังจากมีการปรับใช้กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับตลาดที่แบ่งเป็นสองราคาเพื่อผลักดันการเติบโตในทั้งสองตลาด ประกอบกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและสร้างความแข็งแกร่งของช่องทางการขายและจัดจำหน่าย โอเอสสกาสามารถขับเคลื่อนผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ผ่านการยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อผลักดันการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

รายได้จากการขายสำหรับ Q3'66 อยู่ที่ 6,277 ล้านบาท เติบโต 1.6% YoY จากกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มทั้งในและต่างประเทศและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล แต่ปรับตัวลดลง 6.4% QoQ จากการหดตัวของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศจากปัจจัยทางด้านฤดูกาลในเมียนมาร์ ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศทั้งเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่ม Functional Drinks และกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเติบโต QoQ ส่วนรายได้รวมอยู่ที่ 6,395 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.6% YoY แต่ลดลง 5.5% QoQ

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

โอเอสสการายงานรายได้รวมจากการขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอยู่ที่ 5,071 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.5% YoY แต่ลดลง 7.6% QoQ โดยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศเติบโต 5.1% YoY และ 3.3% QoQ จากการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังซึ่งเติบโตจากปีก่อนเป็นตัวเลขสองหลักและฟื้นตัวต่อเนื่องในทุกไตรมาสของปีนี้ หลังจากใช้กลยุทธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับตลาดที่แบ่งเป็นสองราคาผ่านการเพิ่มผลิตภัณฑ์เอ็ม-150 ใหม่สูตรน้ำผึ้ง ราคา 10 บาท ขยายความครอบคลุมของแบรนด์เพิ่มเติมจากผลิตภัณฑ์เอ็ม-150 สูตรเพิ่มวิตามินบี 12 สองเท่าในราคา 12 บาท นอกจากนี้ โครงการเอ็ม-150 ซูเปอร์สตาร์ที่ได้ 5 บุคคลสำคัญในหลายวงการมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ ช่วยให้เข้าถึงฐานลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมายและตกย้ำความเป็นแบรนด์เครื่องดื่มบำรุงกำลังอันดับหนึ่งของไทย รายได้จากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks เติบโต 9.8% QoQ หลังการปรับฐานของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทใน Q1'66 โดยเติบโตอย่างต่อเนื่องติดต่อกันสองไตรมาส โดยใน Q3'66 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่เครื่องดื่มซี-วิทสูตรปราศจากน้ำตาล รสพิช เพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค พร้อมทั้งจับมือสร้างสรรคเครื่องดื่มสเปซกับยูซุเฮ้าส์ (Yuzu House) และดากาซี (Dakasi) สร้างโอกาสใหม่ในการบริโภค นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีนและคาลพิสที่เติบโตเป็นตัวเลขสองหลักช่วยผลักดันการเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks โดยรวม โดยใน Q3'66 ผลิตภัณฑ์เปปทีนได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่เปปทีน ดริงค์ ดี ที่มีรสชาติใหม่ อร่อย ดื่มง่าย มีวิตามินดีสูง ช่วยบำรุงภูมิคุ้มกันและการทำงานของสมอง และแบรนด์คาลพิสนำเสนอผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและรสชาติใหม่ ได้แก่ คาลพิส แลคโตะ สูตรไฟเบอร์ 5,000 มก. ช่วยปรับสมดุลทางเดินอาหารและระบบขับถ่าย และคาลพิส แลคโตะ โชดา กลิ่นแอปเปิ้ลอาโอโมริ เพิ่มความสดชื่นพร้อมประโยชน์จากแลคโตบาซิลลัส สะท้อนความมุ่งมั่นของโอเอสสกาในการนำเสนอผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์และช่วยเสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีแก่ผู้บริโภค

สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศมีรายได้จากการขายเติบโต 1.4% YoY จากการเติบโตอย่างแข็งแกร่งเป็นเลขสองหลักทั้งในตลาดเมียนมาร์และลาว โดยเฉพาะเมียนมาร์ที่มีความได้เปรียบจากตราสินค้าที่แข็งแกร่ง ทีมงานและฐานการผลิตในต่างประเทศ ช่วยให้สามารถรับมือกับความไม่แน่นอนและความท้าทายในด้านต่างๆ อย่างไว้ใจได้ตาม รายได้กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศปรับตัวลดลง QoQ เนื่องจากผลกระทบจากปัจจัยด้านฤดูกาล ทั้งนี้ บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นหลังจากสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปดำเนินมาตรการลงโทษทางเศรษฐกิจต่อเมียนมาร์ และบริษัทมีการติดตาม ประเมินความเสี่ยง และผลกระทบที่เกี่ยวข้องรวมถึงการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด

โอเอสสกาเป็นผู้นำทั้งในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังและตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks โดยใน Q3'66 โอเอสสกาครองส่วนแบ่งการตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังอยู่ที่ 46.5% ปรับตัวลดลงจากไตรมาสก่อน จากการปรับค่าใช้จ่ายกิจกรรมส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับสภาพตลาดที่อ่อนตัวตามฤดูกาล ซึ่งบริษัทเตรียมพร้อมผลักดันกิจกรรมส่งเสริมการขายรองรับการบริโภคที่ฟื้นตัวในไตรมาส 4 เพื่อสร้างการเติบโตทั้งด้านยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดอย่างแข็งแกร่ง ในขณะที่ส่วนแบ่งการตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ปรับตัวเพิ่มขึ้น 1.6% QoQ อยู่ที่ 43.7% จากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทครองความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งต่อเนื่องในกลุ่มเครื่องดื่ม Functional Drinks และตลาดเครื่องดื่มวิตามินซี โดยมีส่วนแบ่งการตลาดเป็น 2 ใน 3 ของตลาดกลุ่มย่อยเครื่องดื่มวิตามินซี ประกอบกับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีนที่มีส่วนแบ่งการตลาดเติบโตต่อเนื่อง

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

ใน Q3'66 โอเอสสกามีรายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล 647 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.0% YoY และเพิ่มขึ้น 14.4% QoQ โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กภายใต้แบรนด์เบบี้มาดเดิ้ลโตได้ติดจากไตรมาสก่อนเป็นตัวเลขสองหลัก ผลักดันโดยการปรับแคมเปญการตลาดภายใต้ "The Power of Gentle Touch" พลัสสัมผัสอันอ่อนโยน สานสัมพันธ์ให้แข็งแรง เพื่อสร้างความแตกต่างในฐานะผู้นำตลาด และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคุณแม่รุ่นใหม่ในทุกมิติและทุกเช็กเมนต์ พร้อมสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยการปรับสินค้าทั้งพอร์ทัลโฟลีโอ เป็นสูตรออร์แกนิก 100% และเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกที่ปราศจากสาร PVC และสาร BPA และเปลี่ยนจากขวดพลาสติก PP เป็นขวดพลาสติกใส PET ที่สามารถนำไปเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ 100% ปลอดภัยและดีต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของคุณแม่รุ่นใหม่

กลุ่มอื่นๆ

รายได้จากกลุ่มอื่นๆ อยู่ที่ 559 ล้านบาท ลดลง 22.3% YoY และลดลง 14.8% QoQ จากการลดลงของรายได้จากการให้บริการผลิตสินค้า (OEM) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขวดแก้ว หลังจากทำการปรับกำลังการผลิตระหว่าง OEM และผลิตภัณฑ์ของบริษัท

อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 35.4% เพิ่มขึ้น 6.1% YoY และเพิ่มขึ้น 1.4% QoQ การขยายตัวของอัตรากำไรอย่างต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนเป็นผลมาจากการปรับตัวลดลงของราคาต้นทุนวัตถุดิบและพลังงาน ประกอบกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้วอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ โอเอสสกายังคงมุ่งมั่นบริหารจัดการและควบคุมต้นทุนโดยรวมผ่านโครงการ Fast Forward 10X ที่ตั้งเป้าหมายลดต้นทุนเป็นจำนวนเงิน 5,000 ล้านบาทภายใน 5 – 7 ปี (พ.ศ. 2565 – 2571) ผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการผลิต ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ พัฒนาศักยภาพบุคลากรในองค์กร ปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อเป้าหมายสูงสุดในการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งเพื่อพร้อมรับการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว



อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวมจากการขาย (SG&A to total revenue from sales) คิดเป็น 25.9% เทียบกับ 26.4% ใน Q3'65 และ 24.8% ใน Q2'66 สะท้อนความสามารถในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารได้ดีขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่ายที่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาด

บริษัทรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทสำหรับ Q3'66 อยู่ที่ 642 ล้านบาท และมีอัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท 10.2% โดยกำไรสุทธิเติบโต 163.3% YoY จากการเพิ่มตัวของปริมาณขาย การปรับตัวลดลงของต้นทุนสินค้าโภคภัณฑ์และพลังงาน และการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต ทั้งนี้ ในระยะทางไตรมาส บริษัทมีรายการพิเศษจากการปรับโครงสร้างทางธุรกิจโดยรวมเพื่อมุ่งเน้นการขยายธุรกิจหลัก (Core Businesses) ที่บริษัทสามารถได้ประโยชน์จากความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ควบคู่กับการพิจารณาจำหน่ายเงินลงทุนในธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก (Non-Core Businesses) หรือเงินลงทุนที่โอเอสเอสมีสัดส่วนการถือหุ้นส่วนน้อยหรือไม่มีอำนาจควบคุม เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการลงทุนของกลุ่มโอเอสเอส (Portfolio Optimization) เพื่อการเติบโตระยะยาวและสร้างผลประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทและผู้ถือหุ้น ซึ่งหากไม่รวมรายการพิเศษดังกล่าว กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทยังคงเติบโตทั้ง YoY และ QoQ

สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวด 9M'66 เปรียบเทียบกับ 9M'65

โอเอสเอสรายงานรายได้รวมจากการขายอยู่ที่ 19,532 ล้านบาท ลดลง 6.2% YoY จากฐานของรายได้เครื่องดื่มในประเทศที่สูงในช่วงก่อนการปรับใช้กลยุทธ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังและการปรับฐานสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มวิตามินซี ซึ่งหลังจากมีการปรับใช้กลยุทธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์และเสริมสร้างความแข็งแกร่งของช่องทางการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าทำให้รายได้ฟื้นตัวดีขึ้นในทุกไตรมาส ในขณะที่รายได้จากต่างประเทศเติบโตได้จากการเติบโตเป็นตัวเลขสองหลักทั้งในเมียนมาร์และลาว นอกจากนี้ บริษัทมีการปรับกระบวนการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทั้งโรงงานผลิตขวดแก้วและโรงงานผลิตเครื่องดื่ม ช่วยผลักดันอัตรากำไรสำหรับ 9M'66 ให้เติบโตได้ดี

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

โอเอสเอสรายงานรายได้รวมจากการขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสำหรับ 9M'66 อยู่ที่ 15,837 ล้านบาท ลดลง 7.2% YoY จากฐานของรายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังที่สูงในช่วงก่อนการดำเนินกลยุทธ์เพิ่มมูลค่า ซึ่งโอเอสเอสได้ดำเนินกลยุทธ์ใช้กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับตลาดที่แบ่งเป็นสองราคา ซึ่งภายใต้กลยุทธ์นี้ การออกผลิตภัณฑ์เอ็ม-150 ใหม่สูตรน้ำผึ้ง ราคา 10 บาท ถือว่าประสบความสำเร็จโดยช่วยขยายความครอบคลุมของแบรนด์เพิ่มเติมจากผลิตภัณฑ์เอ็ม-150 สูตรเพิ่มวิตามินบี 12 สองเท่าในราคา 12 บาท รายได้กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ลดลงจากรายได้จากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทสดตัว เป็นผลจากการปรับฐานของตลาดเครื่องดื่มวิตามินซีใน Q1'66 ภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ทำให้ความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มวิตามินซี-วิทสดตัวลดลง อย่างไรก็ตาม ตลาดยังคงเติบโตจากช่วงก่อนสถานการณ์โควิด-19 และรายได้จากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทสดตัวต่อเนื่องติดต่อกันสองไตรมาส นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์แคลเซียมและผลิตภัณฑ์เปปไทด์ที่มีการดำเนินงานที่แข็งแกร่งและเติบโตเป็นตัวเลขสองหลัก ผลักดันโดยผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคด้านสุขภาพ รสชาติดี และให้ความสะดวก

รายได้จากการขายเครื่องดื่มในต่างประเทศเติบโต 6.9% YoY จากการเติบโตที่แข็งแกร่งทั้งในเมียนมาร์และลาว โดยอาศัยความได้เปรียบจากตราสินค้าที่แข็งแกร่ง ทีมงานและฐานการผลิตในต่างประเทศ ช่วยให้สามารถรับมือกับความไม่แน่นอนและความท้าทายในด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นหลังจากสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปดำเนินมาตรการลงโทษทางเศรษฐกิจต่อเมียนมาร์ ซึ่งบริษัทมีการติดตาม ประเมินความเสี่ยง และผลกระทบที่เกี่ยวข้องรวมถึงการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด

ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังเติบโต 7.0% YoY ผลักดันโดยการปรับใช้กลยุทธ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของผู้เล่นในตลาด ซึ่งโอเอสเอสเป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับ 9M'66 อยู่ที่ 46.9% ส่วนตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks หดตัว 13.9% YoY จากการคลายความกังวลด้านสุขภาพและภูมิคุ้มกัน ทำให้ความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มวิตามินซี-วิทสดตัวภายหลังสถานการณ์โควิด-19 อย่างไรก็ตาม ส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทอยู่ที่ 35.7% ซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดถึง 2 ใน 3 ของตลาดกลุ่มย่อยเครื่องดื่มวิตามินซี

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

รายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลอยู่ที่ 1,769 ล้านบาท เติบโต 1.3% YoY จากเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ความงามสำหรับผู้หญิงภายใต้แบรนด์ทีเวลฟ์ พลัส (Twelve Plus) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์โรลออนระงับกลิ่นกายที่เติบโตได้ดีเป็นตัวเลขสองหลัก

กลุ่มอื่นๆ

รายได้จากกลุ่มอื่นๆ อยู่ที่ 1,926 ล้านบาท ลดลง 4.7% YoY จากรายได้จากการให้บริการผลิตสินค้า (OEM) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขวดแก้วลดลง หลังการปรับกำลังการผลิตระหว่าง OEM และผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในขณะที่รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกอมขยายตัวเป็นตัวเลขสองหลัก

กำไรขั้นต้นสำหรับ 9M'66 อยู่ที่ 6,686 ล้านบาท เติบโต 4.0% YoY และอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 34.2% เพิ่มขึ้น 3.4% YoY จากการใช้กลยุทธ์เพิ่มมูลค่าสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก และการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้ว ในขณะที่ต้นทุนราคาสินค้าวัตถุดิบและพลังงานสูงขึ้นจากปีก่อน นอกจากนี้ บริษัทยังคงมุ่งมั่นบริหารจัดการและควบคุมต้นทุนโดยรวมผ่านโครงการ Fast Forward 10X ที่ตั้งเป้าหมายลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการทำกำไรเป็นจำนวนเงิน 5,000 ล้านบาทภายใน 5 – 7 ปี (พ.ศ. 2565 – 2571) โครงการดังกล่าวรวมถึงการบรรเทาผลกระทบจากต้นทุนราคาสินค้าวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น การใช้กำลังการผลิตที่เหมาะสมซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การปรับปรุงกระบวนการทำงาน การพัฒนาคุณภาพของบุคลากรในองค์กร การปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อเป้าหมายสูงสุดในการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งเพื่อพร้อมรับการเติบโตอย่างยั่งยืน

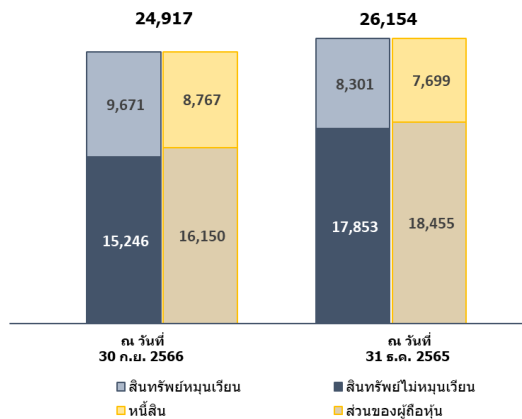
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขาย (SG&A to total revenue from sales) คิดเป็น 25.5% เพิ่มขึ้น 2.2% YoY ซึ่งการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายสอดคล้องกับกิจกรรมการขายและการตลาดภายใต้โครงการเอ็ม-150 ซูเปอร์สตาร์ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจากการขาดทุนด้านอัตราแลกเปลี่ยนรวมถึงการเพิ่มทีมที่มีประสบการณ์เพื่อช่วยขับเคลื่อนการลงทุนเชิงกลยุทธ์สำหรับโอกาสในการเติบโตในอนาคต

โอเอสเอสรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทสำหรับ 9M'66 อยู่ที่ 1,969 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23.3% YoY คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท 10.1% เดิมโต 2.4% YoY ทั้งนี้ ในช่วง 9M'66 บริษัทมีรายการพิเศษจากการปรับโครงสร้างทางธุรกิจโดยรวม เพื่อมุ่งเน้นการขยายธุรกิจหลัก (Core Businesses) ที่บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ควบคู่กับการพิจารณาจำหน่ายเงินลงทุนในธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก (Non-Core Businesses) หรือเงินลงทุนที่โอเอสเอสมีส่วนการถือหุ้นส่วนน้อยหรือไม่มีอำนาจควบคุม เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการลงทุนของกลุ่มโอเอสเอส (Portfolio Optimization) เพื่อการเติบโตระยะยาวและสร้างผลประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทและผู้ถือหุ้น หากไม่รวมเงินปันผลรับจากเงินลงทุนในบริษัทอื่นและรายการพิเศษจากการปรับโครงสร้างทางธุรกิจโดยรวมเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการเติบโตระยะยาว กำไรสุทธิยังคงเติบโตได้ 0.7% YoY

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัท

งบแสดงฐานะการเงินโดยสรุป

หน่วย: ล้านบาท



ตารางสรุปงบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์ (ล้านบาท)	ณ วันที่ 30 ก.ย. 2566	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2565
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	1,956	1,087
ลูกหนี้การค้า และ ลูกหนี้อื่น	4,073	4,051
สินค้าคงเหลือ	3,622	3,147
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	20	16
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	9,671	8,301
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	13,237	13,480
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น และเงินลงทุนระยะยาว	1,170	3,625
สินทรัพย์อื่น	839	748
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	15,246	17,853
รวมสินทรัพย์	24,917	26,154

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	ณ วันที่ 30 ก.ย. 2566	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2565
เจ้าหนี้การค้า และ เจ้าหนี้อื่น	4,755	4,787
เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	3,004	1,508
หนี้สินอื่น	1,008	1,404
รวมหนี้สิน	8,767	7,699
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	3,004	3,004
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	11,848	11,848
กำไรสะสม	1,785	2,400
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	(672)	1,212
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	185	(9)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	16,150	18,455
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	24,917	26,154

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 บริษัทมีสินทรัพย์รวมอยู่ที่ 24,917 ล้านบาท ลดลง 1,237 ล้านบาท (หรือลดลง 4.7%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 สาเหตุหลักมาจากจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท ยูนิ.ชาร์ม (ประเทศไทย) จำกัด ทำให้สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่นลดลง หักกับเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดที่เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมดำเนินงานและกิจกรรมลงทุน และสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น

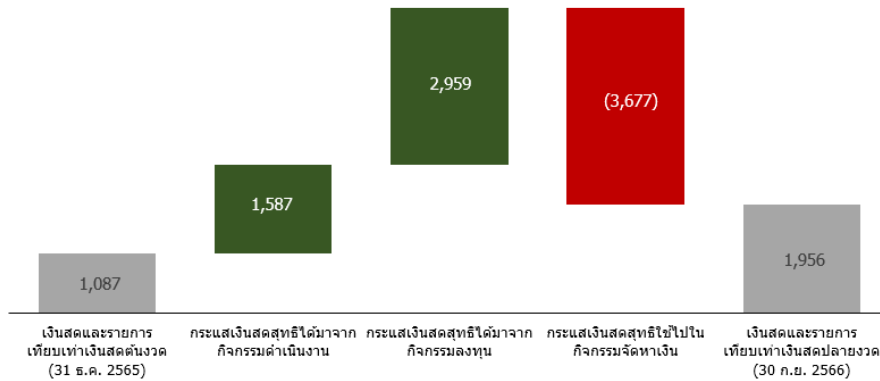
ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 บริษัทมีหนี้สินรวมอยู่ที่ 8,767 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,068 ล้านบาท (หรือเพิ่มขึ้น 13.9%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยหลักมาจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 16,150 ล้านบาท ลดลง 2,305 ล้านบาท (หรือลดลง 12.5%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 จากการจ่ายเงินปันผลพิเศษจากกำไรสะสมหลังจากจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท ยูนิ.ชาร์ม (ประเทศไทย) จำกัด



การวิเคราะห์กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท



ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดอยู่ที่ 1,956 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 869 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยบริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 1,587 ล้านบาท กระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมลงทุน 2,959 ล้านบาทจากการจำหน่ายเงินลงทุนที่ไม่อยู่ในความต้องการของตลาด ส่วนกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 3,677 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากการจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทให้กับเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

	Q3'66	Q3'65	9M'66	9M'65
อัตราส่วนสภาพคล่อง				
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.3	1.3	1.3	1.3
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	77	61	71	53
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	49	47	47	38
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	46	50	49	43
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการชำระหนี้				
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	35.4	29.3	34.2	30.8
อัตรากำไรก่อนภาษี ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%)	18.3	11.2	17.9	15.3
อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด (%)	10.2	3.5	10.2	7.6
อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท (%)	10.2	3.9	10.1	7.7
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) - trailing	13.7	13.0	13.7	13.0
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) - trailing	9.2	9.3	9.2	9.3
อัตราส่วนอื่นๆ				
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.21	0.11	0.21	0.11

อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับ Q3'66 อยู่ที่ 35.4% เพิ่มขึ้น 6.1% YoY และเพิ่มขึ้น 1.4% QoQ การขยายตัวของอัตรากำไรอย่างต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนเป็นผลมาจากการปรับตัวลดลงของราคาต้นทุนวัตถุดิบและพลังงาน ประกอบกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้วอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ โอเอสเอสยังคงมุ่งมั่นบริหารจัดการและควบคุมต้นทุนโดยรวมผ่านโครงการ Fast Forward 10X ที่ตั้งเป้าหมายลดต้นทุนเป็นจำนวนเงิน 5,000 ล้านบาทภายใน 5 - 7 ปี (พ.ศ. 2565 - 2571) ผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการผลิต ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ พัฒนาศักยภาพบุคลากรในองค์กร ปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อเป้าหมายสูงสุดในการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งเพื่อพร้อมรับการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

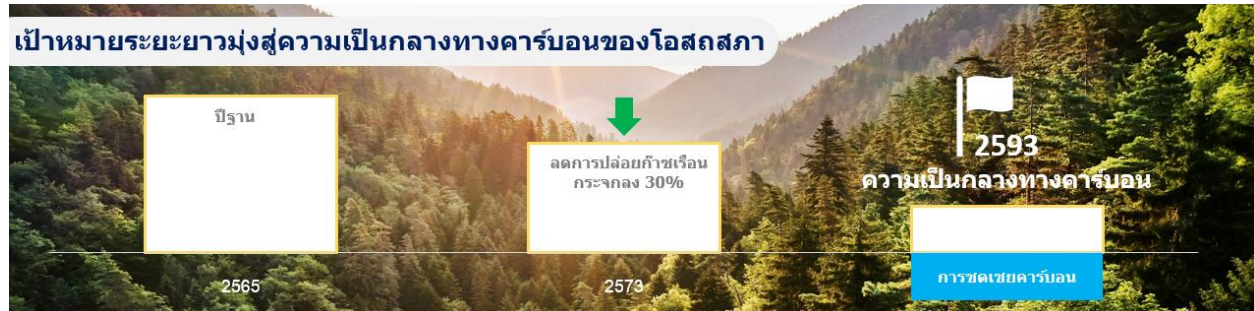
โอเอสเอสรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทสำหรับ Q3'66 อยู่ที่ 642 ล้านบาท และมีอัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท 10.2% โดยกำไรสุทธิเติบโต 163.3% YoY จากการฟื้นตัวของปริมาณขาย การปรับตัวลดลงของต้นทุนสินค้าโภคภัณฑ์และพลังงาน และการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต ทั้งนี้ ในระหว่างไตรมาส บริษัทมีรายการพิเศษจากการปรับโครงสร้างทางธุรกิจโดยรวมเพื่อมุ่งเน้นการขยายธุรกิจหลัก (Core Businesses) ที่บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ควบคู่กับการพิจารณาจำหน่ายเงินลงทุนในธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก (Non-Core Businesses) หรือเงินลงทุนที่โอเอสเอสมีส่วนการถือหุ้นส่วนน้อยหรือไม่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการลงทุนของกลุ่มโอเอสเอส (Portfolio Optimization) เพื่อการเติบโตระยะยาวและสร้างผลประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทและผู้ถือหุ้น ซึ่งหากไม่รวมรายการพิเศษดังกล่าว กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทยังคงเติบโตทั้ง YoY และ QoQ

บริษัทมีวงจรเงินสด (ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย + ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย - ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย) สำหรับ Q3'66 อยู่ที่ 80 วัน เพิ่มขึ้นจากจำนวน 58 วันใน Q3'65 และ 73 วันใน Q2'66 โดยระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นสะท้อนการเตรียมความพร้อมด้านบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วล่วงหน้าก่อนการหยุดประกอบกิจการโรงงานผลิตขวดแก้วที่สมุทรปราการของบริษัท ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยสำหรับ Q3'66 อยู่ที่ 49 วัน ใกล้เคียงกับไตรมาสก่อนและเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากช่วงเดียวกันของปีก่อนสะท้อนยอดขายของช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการกำกับดูแลความเสี่ยงด้านเครดิตอย่างใกล้ชิด เพื่อให้แน่ใจว่าระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยยังอยู่ภายในกรอบระยะเวลาการให้เครดิตซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 7 วันถึง 100 วัน ในด้านสภาพคล่อง บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องอยู่ที่ 1.3 เท่า สะท้อน ความแข็งแกร่งทั้งในด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินที่มั่นคง นอกจากนี้ อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.21 เท่า แสดงให้เห็นถึงฐานะการเงินที่แข็งแกร่งและอยู่ในตำแหน่งที่ดีในการแสวงหาโอกาสในการเติบโตในอนาคต

โอเอสเอสกับผลการดำเนินงานด้าน ESG

ประกาศภารกิจมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน รวมพลังรักษาสีเขียวจากทุกภาคส่วน เปิดเวทีเสวนาต่อยอดความร่วมมือภาครัฐและเอกชน

โอเอสเอสได้ประกาศภารกิจในการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ในปี พ.ศ. 2593 ในฐานะหนึ่งในผู้นำธุรกิจกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคของไทย โดยบริษัทได้ตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือ Climate Change ซึ่งกำลังส่งผลกระทบต่อโลกในวงกว้างหลากหลายมิติ โอเอสเอสได้เดินทางร่วมการพัฒนายั่งยืนควบคู่กับแผนงานทางธุรกิจ พร้อมสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชนเดินทางสู่การรักษาสีเขียว กระตุ้นให้ทุกภาคส่วนตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและโลก และได้มีการจัดเวทีเสวนาในหัวข้อ "Sustainability Dialogue: Mission to Carbon Neutral" ในวันที่ 25 กันยายน 2566 ที่ผ่านมา ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เอสเอ็มอี) ตลอดจนองค์กรมหาชน เพื่อแบ่งปันข้อมูลและความร่วมมือ รวมถึงทิศทางนโยบายด้านความยั่งยืนจากภาครัฐ นำไปสู่โอกาสในการสร้างเครือข่ายธุรกิจ สานเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยภาพรวมให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้เรายังได้มีการประกาศแผนงานในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตตามเป้าหมายระยะยาวดังนี้



ซึ่งโอเอสเอสเชื่อว่าการพัฒนาที่ยั่งยืน ถือเป็นหนึ่งในนโยบายของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยครอบคลุม 3 ด้าน คือ สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และ ธรรมาภิบาล (Governance) หรือ ESG ซึ่งภาพใหญ่ของการพัฒนายั่งยืนขององค์กร คือความมุ่งมั่นและตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิตและบริโภค รวมถึงการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ดังนั้นเป้าหมายที่ชัดเจนและแผนการดำเนินงานครอบคลุมทั้ง 3 ด้านโดยมีพนักงานเป็นพลังในการขับเคลื่อนอย่างเต็มที่ จะทำให้โอเอสเอสสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

โอเอสเอสได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านการจัดซื้ออย่างยั่งยืน ISO20400: Sustainable Procurement

โอเอสเอสมุ่งมั่นในการส่งเสริมการบริหารจัดการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นต้นแบบให้แก่คู่ค้าในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อต่อยอดความสำเร็จจากความมุ่งมั่นในเรื่องนี้ โอเอสเอสจึงได้รับประกาศนียบัตรการรับรองมาตรฐานแนวทางการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน (ISO20400: Sustainable Procurement) จาก บริษัท SGS (Thailand) นับเป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจของโอเอสเอสในฐานะบริษัทแรกในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยที่ได้รับใบรับรองนี้

การได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO20400 ในครั้งนี้ นอกจากจะเป็นการยกระดับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างขององค์กรให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลแล้ว ยังช่วยในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าของบริษัทไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนายั่งยืนและการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโอเอสเอส



ภาคผนวก: อัตราส่วนทางการเงิน และ สูตรคำนวณ

อัตราส่วนสภาพคล่อง

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า) = รวมสินทรัพย์หมุนเวียน / รวมหนี้สินหมุนเวียน

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

ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน) = ลูกหนี้การค้าเฉลี่ย / (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

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) = หนี้สินทั้งหมดที่มีภาระดอกเบี้ย / ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

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