



สรุปภาพรวมธุรกิจที่สำคัญ

สำหรับไตรมาส 2 ปี 2566 (Q2'66) โอเอสเอสมีผลการดำเนินงานเติบโตจากไตรมาสก่อน (QoQ) ทั้งด้านรายได้และกำไรจากการดำเนินงานที่ไม่รวมเงินปันผลรับ สะท้อนถึงการฟื้นตัวของรายได้กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศ ประกอบกับการขยายตัวของอัตรากำไรอย่างต่อเนื่อง

- โอเอสเอสรายงานกำไรสุทธิ* สำหรับ Q2'66 ที่ 549 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ* อยู่ที่ 8.2% ซึ่งหากไม่รวมเงินปันผลรับจากเงินลงทุนในบริษัทอื่น (จำนวน 300 ล้านบาทใน Q1'66 และ 20 ล้านบาทใน Q2'65) ทำให้กำไรสุทธิ* เติบโต 14.9% QoQ และ ลดลง 6.0% จากปีก่อน (YoY) มีอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 0.9% QoQ และ 0.1% YoY ส่วนกำไรสุทธิ* สำหรับ 1H'66 อยู่ที่ 1,327 ล้านบาท ลดลง 2.0% YoY และมีอัตรากำไรสุทธิ* อยู่ที่ 10.0% เพิ่มขึ้น 0.8% YoY
- รายได้จากการขายสำหรับ Q2'66 อยู่ที่ 6,709 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.5% QoQ จากการฟื้นตัวของปริมาณการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศ ทั้งผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลัง (เติบโต 6.4% QoQ) และเครื่องดื่ม Functional Drinks (เติบโต 13.3% QoQ) โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศสามารถเติบโตได้เมื่อเทียบกับฐานที่สูงในปีก่อน
- อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับ Q2'66 อยู่ที่ 34.0% เติบโต 2.8% YoY และ 0.6% QoQ อัตรากำไรขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนเป็นผลมาจากการปรับตัวลดลงของราคาค้นทุนวัตถุดิบและพลังงาน ประกอบกับประสิทธิภาพการผลิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้ว สามารถช่วยรักษาระดับกำลังการผลิตโดยรวมแม้ว่าจะมีการปิดเตาหลอมเมื่อครบอายุการใช้งานตามแผนใน Q1'66 ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากปีก่อน
- โอเอสเอสเป็นผู้นำทั้งในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังและตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks โดยมีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับกลุ่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังใน Q2'66 อยู่ที่ 47.5% เพิ่มขึ้น 0.9% QoQ หลังจากมีการปรับใช้กลยุทธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับตลาดที่แบ่งเป็นสองราคา สำหรับส่วนแบ่งการตลาดสำหรับกลุ่มเครื่องดื่ม Functional Drinks อยู่ที่ 42.1% เพิ่มขึ้น 1.7% QoQ จากการฟื้นตัวของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชีวชีวะและการเติบโตของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแคลฟิส
- ฐานะการเงินของโอเอสเอสยังคงแข็งแกร่งด้วยสัดส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในระดับต่ำที่ 0.06 เท่า และโอเอสเอสพร้อมเปิดรับโอกาสการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจ โดยมีทีมที่มีประสบการณ์ช่วยขับเคลื่อนการลงทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อผลักดันการเติบโตอย่างก้าวกระโดด

*กำไรสุทธิ = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด Q2'66 และ 1H'66

ตารางสรุปงบกำไรขาดทุนรวม

หน่วย: ล้านบาท	Q2'66	Q2'65	%YoY	Q1'66	%QoQ	1H'66	1H'65	%YoY
รายได้รวม	6,768	7,262	-6.8%	6,893	-1.8%	13,660	14,780	-7.6%
รายได้จากการขาย	6,709	7,184	-6.6%	6,545	2.5%	13,255	14,656	-9.6%
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	5,487	5,857	-6.3%	5,279	4.0%	10,766	12,212	-11.8%
ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล	566	587	-3.6%	556	1.8%	1,121	1,141	-1.7%
อื่นๆ	656	740	-11.3%	710	-7.7%	1,368	1,303	5.0%
รวมรายได้อื่น	59	78	-26.0%	348	-83.3%	405	124	225.8%
กำไรขั้นต้น	2,281	2,244	1.6%	2,186	4.3%	4,467	4,616	-3.2%
SG&A	1,660	1,651	0.6%	1,703	-2.5%	3,363	3,231	4.1%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	1,294	1,305	-0.8%	1,180	9.7%	2,474	2,463	0.5%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	366	346	6.0%	523	-29.9%	889	768	15.8%
EBIT	691	762	-9.3%	869	-20.5%	1,560	1,684	-7.4%
EBITDA	1,077	1,164	-7.5%	1,265	-14.8%	2,342	2,495	-6.1%
กำไรสำหรับงวด	558	608	-8.2%	791	-29.5%	1,349	1,358	-0.7%
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัท	549	604	-9.1%	778	-29.5%	1,327	1,354	-2.0%
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (%)								
อัตรากำไรขั้นต้น	34.0%	31.2%	2.8%	33.4%	0.6%	33.7%	31.5%	2.2%
SG&A ต่อรายได้จากการขาย	24.8%	23.0%	1.8%	26.0%	-1.2%	25.4%	22.0%	3.4%
EBIT margin	10.3%	10.6%	-0.3%	13.3%	-3.0%	11.8%	11.5%	0.3%
EBITDA margin	16.1%	16.2%	-0.1%	19.3%	-3.2%	17.7%	17.0%	0.7%
อัตราส่วนกำไรสุทธิสำหรับงวด	8.3%	8.5%	-0.2%	12.1%	-3.8%	10.2%	9.3%	0.9%
อัตราส่วนกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท	8.2%	8.4%	-0.2%	11.9%	-3.7%	10.0%	9.2%	0.8%



สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวด Q2'66 เปรียบเทียบกับ Q2'65

ผลการดำเนินงานสำหรับ Q2'66 พื้นตัวทั้งด้านปริมาณการขาย รายได้จากการขาย และผลกำไร หลังจากโอเอสสกาเริ่มผลักดันกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ใน Q1'65 นอกจากนี้ โอเอสสกายังปรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับตลาดที่แบ่งเป็นสองราคา พร้อมการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และปรับโครงสร้างธุรกิจเชิงกลยุทธ์เพื่อรองรับโอกาสทางธุรกิจ ผลักดันเป้าหมายการดำเนินงานเติบโตเป็นตัวเลขนองหลักและยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อผลักดันการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

โอเอสสการายงานรายได้รวม 6,768 ล้านบาท ลดลง 6.8% YoY เมื่อเทียบกับฐานที่สูงขึ้นปีก่อน และลดลง 1.8% QoQ ซึ่งใน Q1'66 รวมเงินปันผลรับจำนวน 300 ล้านบาท โดยรายได้จากการขาย 6,709 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.5% QoQ แต่ลดลง 6.6% เมื่อเทียบกับปีก่อนจากการปรับใช้กลยุทธ์เพิ่มมูลค่า ทั้งนี้ รายได้สำหรับไตรมาสพื้นตัวจากการเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศ ซึ่งมาจากทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศและกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศเติบโตได้ดีจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ในขณะที่กลุ่มอื่นเติบโตลดลง

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

โอเอสสการายงานรายได้รวมจากการขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอยู่ที่ 5,487 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.0% QoQ แต่ลดลง 6.3% YoY การฟื้นตัวของปริมาณการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังและกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks ในประเทศ ช่วยลดผลกระทบจากการหดตัวตามฤดูกาลของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศ ส่งผลให้รายได้เติบโตจากไตรมาสก่อน อย่างไรก็ตาม กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศยังคงเติบโต 6.9% YoY หรือเติบโต 14.8% ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ จากการเติบโตเป็นตัวเลขนองหลักในเมียนมาร์และลาวท่ามกลางสถานการณ์ความท้าทายทางการเมืองและเศรษฐกิจ โดยบริษัทอาศัยความแข็งแกร่งของตราสินค้า และการบริหารจัดการผ่านทีมงานและการผลิตในต่างประเทศในการรับมือกับความไม่แน่นอน และใช้กลยุทธ์ด้านการขายอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนการฟื้นตัวของรายได้จากกลุ่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศผลักดันโดยยอดขายที่เริ่มมีเสถียรภาพสำหรับผลิตภัณฑ์เอ็ม-150 สูตรเพิ่มวิตามินบี 12 สองเท่าในราคา 12 บาท ประกอบกับการขยายการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เอ็ม-150 สูตรหอมฟ้าในตลาดราคา 10 บาท พร้อมกับแผนการตลาดภายใต้โครงการเอ็ม-150 ซูเปอร์สตาร์ ที่ช่วยสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้าและขยายฐานผู้บริโภคผ่านกลยุทธ์การตลาดที่ผสานระหว่างดนตรี ไอศกรีม และกีฬา เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีการเปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาต่อเนื่อง ถ่ายทอดภายใต้แนวคิด "อุปสรรคยังต้องหลีกทางให้คนใจเกินร้อย" ให้เห็นเป็นต้นแบบของคนหัวใจแกร่งที่สู้และเอาชนะทุกอุปสรรคที่ผ่านเข้ามาได้เสมอผ่าน 5 พิธีเซอร์คอนดั่ง พร้อมทั้งปล่อยขวดเอ็ม-150 รุ่นซูเปอร์สตาร์สุดลิมิเต็ดควบคู่ไปกับการตลาดดิจิทัลในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคกับแบรนด์และผลักดันการฟื้นตัวของยอดขายตลอดปี

รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks เติบโต 13.3% QoQ สะท้อนการฟื้นตัวของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทหลังจากตลาดวิตามินซีมีการปรับตัวลดลงจากการคลายความกังวลด้านภูมิคุ้มกันหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 คลี่คลาย นอกจากนี้ทั้งผลิตภัณฑ์คอลาเจนและผลิตภัณฑ์เปปไทด์เติบโตได้ดี และช่วยผลักดันการเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drinks โดยรวม โดยผลิตภัณฑ์คอลาเจนซึ่งเป็นเครื่องดื่มทางเลือกเพื่อสุขภาพที่ให้ความสดชื่นมีการเติบโตโดดเด่นเป็นตัวเลขนองหลักจากการทำกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสร้างสรรคและทดลองเครื่องดื่มตามฤดูกาล และจับมือสร้างสรรคเครื่องดื่มกับคาเฟ่อมซอน (Café Amazon) นอกจากนี้ โอเอสสกาจับมือกับยีนส์เปิดตัวผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม "น้ำยีนส์แคลเซียม" ซึ่งถือเป็นเครื่องดื่มวิตามินผสมแคลเซียมครั้งแรกในประเทศไทย เจาะกลุ่มตลาดน้ำดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นผู้นำกระแสนักสุขภาพ เพื่อส่งเสริมให้คนไทยทุกคนมีสุขภาพดี ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ด้านสุขภาพ มีความสะดวก ใหม่ ทันสมัย และรสชาติอร่อย ทั้งนี้ โอเอสสกาผลักดันการเติบโตทางธุรกิจผ่านความมุ่งมั่นนำเสนอผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์และช่วยเสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีแก่ผู้บริโภค

โอเอสสกาเป็นผู้นำทั้งในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังและตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks ใน Q2'66 โอเอสสการองส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 47.5% และ 42.1% ตามลำดับ โดยหลังจากปรับใช้กลยุทธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับตลาดที่แบ่งเป็นสองราคาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านการขายและการตลาด ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังเติบโต 0.9% QoQ ท่ามกลางการแข่งขันอย่างรุนแรง ส่วนผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทยังคงเป็นแบรนด์ผู้นำในตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks และมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น 1.7% QoQ ทำให้สามารถครองส่วนแบ่งการตลาดมากกว่า 2 ใน 3 ของตลาดกลุ่มย่อยเครื่องดื่มวิตามินซี

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

ใน Q2'66 โอเอสสการายงานรายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล 566 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.8% QoQ แต่ลดลง 3.6% YoY โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ความงามสำหรับผู้หญิงภายใต้แบรนด์ พลัส (Twelve Plus) เติบโตเป็นตัวเลขนองหลักทั้ง YoY และ QoQ จากความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่น่าสนใจโดดเด่นด้านความหอมสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำหอมพรีเมียมและผลิตภัณฑ์โรลออนระงับกลิ่นกาย ในขณะที่การเติบโตในตลาดต่างประเทศชะลอตัวและกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กมีการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น

กลุ่มอื่นๆ

รายได้จากกลุ่มอื่นๆ อยู่ที่ 656 ล้านบาท ลดลง 11.3% YoY และ 7.7% QoQ จากการลดลงของรายได้จากการให้บริการผลิตสินค้า (OEM) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขวดแก้ว หลังจากปรับกำลังการผลิตระหว่าง OEM และผลิตภัณฑ์ของบริษัท

อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 34.0% เพิ่มขึ้น 2.8% YoY และเพิ่มขึ้น 0.6% QoQ อัตรากำไรขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนเป็นผลมาจากการปรับตัวลดลงของราคาค้นทุนวัตถุดิบและพลังงาน ประกอบกับประสิทธิภาพการผลิตที่ดีขึ้น และการฟื้นตัวของปริมาณการขาย ทั้งนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้ว สามารถช่วยรักษาระดับกำลังการผลิตโดยรวมแม้ว่าจะมีการปิดเตาหลอมเมื่อครบอายุการใช้งานตามแผนใน Q1'66 ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากปีก่อนแม้ว่าราคาค้นทุนวัตถุดิบและพลังงานยังอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ โอเอสสกายังคงมุ่งมั่นบริหารจัดการต้นทุนผ่านโครงการ Fast Forward 10X ที่ตั้งเป้าหมายบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของต้นทุนและเพิ่มอัตรากำไรอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนเงิน 5,000 ล้านบาทภายใน 5 - 7 ปี (พ.ศ. 2565 - 2571) โดยโครงการนี้ประกอบด้วยดำเนินการเพื่อลดผลกระทบราคาค้นทุนวัตถุดิบ เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูงสุดจากการเพิ่มอัตราการใช้กำลังการผลิตของโรงงาน และปรับปรุงองค์กรในหลายมิติ ทั้งด้านการจัดกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน ตลอดจนสร้างฐานยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน



อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวมจากการขาย (SG&A to total revenue from sales) คิดเป็น 24.8% เทียบกับ 23.0% ใน Q2'65 และ 26.0% ใน Q1'66 โดยค่าใช้จ่ายในการขายขึ้นอยู่กับกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขาย ในขณะที่บริษัทสามารถควบคุมมูลค่าจำนวนเงินของค่าใช้จ่ายในการบริหารได้ดีและมีประสิทธิภาพ

บริษัทรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทสำหรับ Q2'66 อยู่ที่ 549 ล้านบาท และมีอัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท 8.2% หากไม่รวมเงินปันผลรับจากเงินลงทุนในบริษัทอื่นจำนวน 300 ล้านบาทใน Q1'66 กำไรสุทธิฟื้นตัวได้ดี เดิมโต 14.9% QoQ สะท้อนการฟื้นตัวของปริมาณการขาย และการปรับตัวลดลงของราคาต้นทุนวัตถุดิบและพลังงาน ประกอบกับประสิทธิภาพการผลิตที่ดีขึ้น

สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวด 1H'66 เปรียบเทียบกับ 1H'65

โอเอสเอสรายงานรายได้รวมจากการขายอยู่ที่ 13,255 ล้านบาท ลดลง 9.6% YoY จากฐานที่สูงใน Q1'65 ก่อนการปรับใช้กลยุทธ์เพิ่มมูลค่า โดยบริษัทมีการปรับกลยุทธ์โดยใช้กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับตลาดที่แบ่งเป็นสองราคา และเสริมความแข็งแกร่งของเครือข่ายการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานและการผลิต ทำให้รายได้รวมจากการขายเติบโต 5.1% เมื่อเทียบกับ 2H'65 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565) ผลักดันโดยการเติบโตของรายได้จากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังทั้งในและต่างประเทศ

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

โอเอสเอสรายงานรายได้รวมจากการขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสำหรับ 1H'66 อยู่ที่ 10,766 ล้านบาท ลดลง 11.8% YoY จากกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศ ในขณะที่รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในต่างประเทศเติบโต 8.6% YoY โดยรายได้จากเมียนมาร์และลาวเติบโตเป็นตัวเลขสองหลักจากมีตราสินค้าที่แข็งแกร่งและมีทีมงานรวมถึงการผลิตในประเทศช่วยในการบริหารจัดการรับมือกับความไม่แน่นอน ในส่วนรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศลดลง 17.6% YoY เนื่องจากฐานที่สูงใน Q1'65 และการเปลี่ยนแปลงในตลาดเครื่องดื่มวิตามินซี หลังจากลดความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รวมถึงการป้องกันด้านภูมิคุ้มกัน ในขณะที่ผลิตภัณฑ์แคลเซียมและผลิตภัณฑ์เปปไทด์เติบโตได้ดีเป็นตัวเลขสองหลัก จากการทำกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการด้านการขายและการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และแนวโน้มของผู้บริโภคมองหาเครื่องดื่มที่ต่อสุขภาพและให้รสชาติ

ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังเติบโต 8.9% YoY มาจากฐานที่ต่ำในปีก่อนที่เป็นช่วงเวลาบางส่วนก่อนการปรับใช้กลยุทธ์เพิ่มมูลค่า ซึ่งโอเอสเอสเป็นผู้นำตลาดอย่างต่อเนื่องด้วยส่วนแบ่งการตลาดใน 1H'66 อยู่ที่ 47.1% โดยโอเอสเอสในฐานะผู้นำตลาดช่วยขับเคลื่อนทั้งด้านการเติบโตของตลาดและส่วนแบ่งการตลาดโดยใช้ความแข็งแกร่งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัท การนำเสนอสินค้านวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มประสิทธิภาพด้านการขายและการกระจายสินค้า ส่วนตลาดเครื่องดื่ม Functional Drinks หดตัว 13.2% YoY เนื่องจากความต้องการด้านสุขภาพและการสร้างภูมิคุ้มกันเพิ่มขึ้นในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ความต้องการเครื่องดื่ม Functional Drinks โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเครื่องดื่มวิตามินซีสูงขึ้น ซึ่งใน Q1'66 สะท้อนความเปลี่ยนแปลงของตลาดครั้งใหญ่ ตามด้วยการทยอยฟื้นตัวใน Q2'66 อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มซี-วิทยังคงเป็นแบรนด์ผู้นำที่แข็งแกร่งมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น 2.1% QoQ ทำให้มีส่วนแบ่งการตลาดถึง 2 ใน 3 ของตลาดกลุ่มย่อยเครื่องดื่มวิตามินซี

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

รายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลอยู่ที่ 1,121 ล้านบาท ลดลง 1.7% YoY โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กมีการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้นและการชะลอตัวของการส่งออก ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ความงามสำหรับผู้หญิงภายใต้แบรนด์ พลัส (Twelve Plus) และ กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชายภายใต้เอ็กซ์ (Exit) เติบโตทั้งด้านยอดขายและกำไร

กลุ่มอื่นๆ

รายได้จากกลุ่มอื่นๆ อยู่ที่ 1,368 ล้านบาท เติบโต 5.0% YoY จากการขยายตัวของรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกอมที่ได้ประโยชน์จากการฟื้นตัวของช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ และรายได้จากการให้บริการผลิตสินค้า (OEM) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขวดแก้ว

กำไรขั้นต้นสำหรับ 1H'66 อยู่ที่ 4,467 ล้านบาท ลดลง 3.2% YoY และอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 33.7% เพิ่มขึ้น 2.2% YoY เป็นผลจากการปรับใช้กลยุทธ์เพิ่มมูลค่าสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักและการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้วทำให้ช่วยรักษาระดับกำลังการผลิตโดยรวมแม้ว่าจะมีการปิดเตาหลอมเมื่อครบอายุการใช้งานตามแผนใน Q1'66 ซึ่งประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นและการใช้พลังงานที่ลดลงช่วยลดผลกระทบจากราคาต้นทุนวัตถุดิบและพลังงานสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ทั้งนี้ โอเอสเอสมุ่งมั่นพัฒนาและปรับเปลี่ยนองค์กรภายใต้โครงการ Fast Forward 10X ที่ตั้งเป้าบริหารต้นทุนควบคุมค่าใช้จ่ายและเพิ่มอัตรากำไรเป็นจำนวนเงิน 5,000 ล้านบาทภายใน 5 – 7 ปี โดยโครงการนี้ประกอบด้วยดำเนินการเพื่อลดผลกระทบจากราคาต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูงสุดจากการเพิ่มอัตราการใช้กำลังการผลิตของโรงงาน การปรับปรุงองค์กรในหลายมิติ ทั้งด้านการจัดกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและการดำเนินงาน ตลอดจนสร้างรากฐานเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขาย (SG&A to total revenue from sales) คิดเป็น 25.4% เพิ่มขึ้น 3.4% YoY ซึ่งการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายสอดคล้องกับกิจกรรมการขายและการตลาดภายใต้โครงการเอ็ม-150 ซูเปอร์สตาร์ ที่ช่วยสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้าและขยายฐานผู้บริโภคผ่านกลยุทธ์การตลาดที่ผสานระหว่างดนตรี โอเคอล และกีฬา เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มทีมที่มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยขับเคลื่อนการลงทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อผลักดันการเติบโตอย่างก้าวกระโดด อย่างไรก็ตาม โอเอสเอสมุ่งมั่นบริหารควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะสะท้อนประสิทธิภาพการจัดการลดต้นทุนผ่านการปรับกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

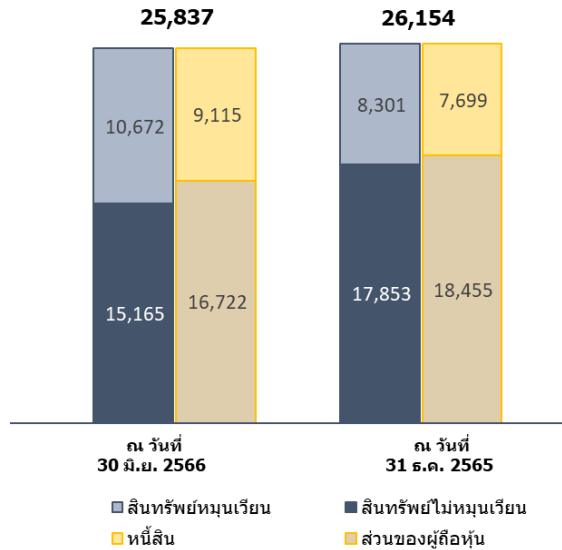
โอเอสเอสรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทสำหรับ 1H'66 อยู่ที่ 1,327 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท 10.0% กำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับฐานกำไรใน 1H'65 ที่สูงก่อนการปรับใช้กลยุทธ์เพิ่มมูลค่า แต่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับกำไรใน 2H'65 สะท้อนการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่ง



การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัท

งบแสดงฐานะการเงินโดยสรุป

หน่วย: ล้านบาท



ตารางสรุปงบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์ (ล้านบาท)	ณ วันที่ 30 มิ.ย. 2566	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2565
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	2,813	1,087
ลูกหนี้การค้า และ ลูกหนี้อื่น	4,285	4,051
สินค้าคงเหลือ	3,321	3,147
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	253	16
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	10,672	8,301
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	13,209	13,480
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น และเงินลงทุนระยะยาว	1,120	3,625
สินทรัพย์อื่น	836	748
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	15,165	17,853
รวมสินทรัพย์	25,837	26,154

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	ณ วันที่ 30 มิ.ย. 2566	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2565
เจ้าหนี้การค้า และ เจ้าหนี้อื่น	6,918	4,787
เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	597	1,508
หนี้สินอื่น	1,600	1,404
รวมหนี้สิน	9,115	7,699
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	3,004	3,004
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	11,848	11,848
กำไรสะสม	2,344	2,400
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	(645)	1,212
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	171	(9)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	16,722	18,455
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	25,837	26,154

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 บริษัทมีสินทรัพย์รวมอยู่ที่ 25,837 ล้านบาท ลดลง 317 ล้านบาท (หรือลดลง 1.2%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 สาเหตุหลักมาจากการลดลงของสินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่นจากการจำหน่ายเงินลงทุนที่ไม่อยู่ในความต้องการของตลาดในบริษัท ยูนิ.ชาร์ม (ประเทศไทย) จำกัด หักกับเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดที่เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมดำเนินงานและกิจกรรมลงทุน

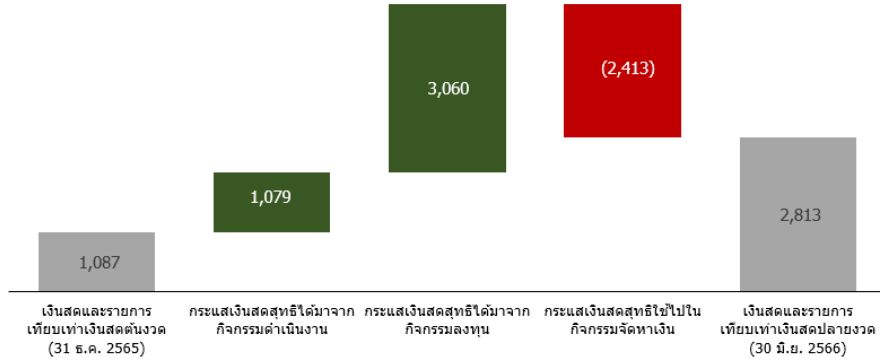
ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 บริษัทมีหนี้สินรวมอยู่ที่ 9,115 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,416 ล้านบาท (หรือเพิ่มขึ้น 18.4%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยหลักมาจากการเงินปันผลค้างจ่ายจำนวน 2,403 ล้านบาท หักกับเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่ลดลง

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 16,722 ล้านบาท ลดลง 1,733 ล้านบาท (หรือลดลง 9.4%) จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยหลักมาจากการจ่ายเงินปันผลพิเศษจากกำไรสะสมหลังจากจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท ยูนิ.ชาร์ม (ประเทศไทย) จำกัด



การวิเคราะห์กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท



ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดอยู่ที่ 2,813 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,726 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยบริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 1,079 ล้านบาท กระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมลงทุน 3,060 ล้านบาทจากการจำหน่ายเงินลงทุนที่ไม่อยู่ในความต้องการของตลาด ส่วนกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 2,413 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากการจ่ายเงินปันผลสำหรับปี 2565 ที่จ่ายให้กับผู้ถือหุ้นในเดือนพฤษภาคม 2566 และการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

	Q2'66	Q2'65	1H'66	1H'65
อัตราส่วนสภาพคล่อง				
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.3	1.4	1.3	1.4
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	67	51	66	50
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	48	44	47	40
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	42	48	46	44
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร				
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	34.0	31.2	33.7	31.5
อัตรากำไรก่อนภาษี ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%)	16.1	16.2	17.7	17.0
อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด (%)	8.3	8.5	10.2	9.3
อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท (%)	8.2	8.4	10.0	9.2
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%) - trailing	10.6	14.1	10.6	14.1
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) - trailing	7.2	10.1	7.2	10.1
อัตราส่วนอื่นๆ				
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.06	0.08	0.06	0.08

อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 34.0% เพิ่มขึ้น 2.8% YoY และเพิ่มขึ้น 0.6% QoQ อัตรากำไรขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนเป็นผลมาจากการปรับตัวลดลงของราคาค้นทุนวัตถุดิบและพลังงาน ประกอบกับประสิทธิภาพการผลิตที่ดีขึ้น และการฟื้นตัวของปริมาณการขาย ทั้งนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้ว สามารถช่วยรักษาระดับกำลังการผลิตโดยรวมแม้ว่าจะมีการปิดเตาหลอมเมื่อครบอายุการใช้งานตามแผนใน Q1'66 ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากปีก่อนแม้ว่าราคาค้นทุนวัตถุดิบและพลังงานยังอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ โอเอสเอสยังคงมุ่งมั่นบริหารจัดการต้นทุนผ่านโครงการ Fast Forward 10X ที่ตั้งเป้าหมายบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของต้นทุนและเพิ่มอัตรากำไรอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนเงิน 5,000 ล้านบาทภายใน 5 – 7 ปี (พ.ศ. 2565 – 2571) โดยโครงการนี้ประกอบด้วย การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบราคาค้นทุนวัตถุดิบ เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูงสุดจากการเพิ่มอัตราการใช้กำลังการผลิตของโรงงาน และปรับปรุงองค์กรในหลายมิติ ทั้งด้านการจัดกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน ตลอดจนสร้างฐานยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน

บริษัทรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทสำหรับ Q2'66 อยู่ที่ 549 ล้านบาท และมีอัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัท 8.2% หากไม่รวมเงินปันผลรับจากเงินลงทุนในบริษัทอื่นจำนวน 300 ล้านบาทใน Q1'66 กำไรสุทธิฟื้นตัวได้ดี เดิมโต 14.9% QoQ สะท้อนการฟื้นตัวของปริมาณการขาย และการปรับตัวลดลงของราคาค้นทุนวัตถุดิบและพลังงาน ประกอบกับประสิทธิภาพการผลิตที่ดีขึ้น

บริษัทมี cash cycle (ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย + ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย – ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย) สำหรับ Q2'66 อยู่ที่ 73 วัน เพิ่มขึ้นจากจำนวน 47 วันใน Q2'65 และ 68 วันใน Q1'66 โดยระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นสะท้อนยอดขายที่ชะลอตัวของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลังในต่างประเทศสำหรับ Q2'66 อยู่ที่ 48 วัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนจากสัดส่วนยอดขายของช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เพิ่มขึ้น แต่คงที่เมื่อเทียบกับ Q1'66 อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการกักตุนความเสี่ยงด้านเครดิตอย่างใกล้ชิด และระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยยังอยู่ภายในกรอบระยะเวลาการจ่ายชำระ 7 – 100 วัน ตามนโยบายที่บริษัทกำหนดแก่ลูกค้า ในด้านสภาพคล่อง บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องที่สูงอยู่ที่ 1.3 เท่า สะท้อน ความแข็งแกร่งทั้งในด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินที่มั่นคง และอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.06 เท่า



เงินปันผล

บริษัทมีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่า 60% ของกำไรสุทธิตามงบการเงินรวมของบริษัท หลังหักทุนสำรองตามกฎหมาย

เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2566 คณะกรรมการบริษัทมีมติจ่ายเงินปันผลพิเศษในอัตรา 0.8 บาทต่อหุ้น (คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 2,403 ล้านบาท) จากกำไรสะสมจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท ยูนิ.ชาร์ม (ประเทศไทย) จำกัด ที่โอเอสเอสเป็นผู้ถือหุ้นส่วนน้อย โดยจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 20 กรกฎาคม 2566 และเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2566 คณะกรรมการบริษัทมีมติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลในอัตรา 0.4 บาทต่อหุ้น (คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 1,202 ล้านบาท) จากผลการดำเนินงานสำหรับครึ่งปีแรกของปี 2566 โดยกำหนดจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 8 กันยายน 2566 (กำหนดรายชื่อผู้มีสิทธิรับเงินปันผล หรือ Record Date วันที่ 24 สิงหาคม 2566) โดยเงินปันผลดังกล่าวคิดเป็นอัตราการจ่ายเงินปันผล 91% ของกำไรสุทธิจากการดำเนินงานตามงบการเงินรวม ซึ่งเป็นไปตามนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่า 60%

โอเอสเอสกับผลการดำเนินงานด้าน ESG

ประกาศนโยบายด้านสุขภาพและโภชนาการ (Health & Nutrition Policy) สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

โอเอสเอสมุ่งมั่นส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีให้กับผู้บริโภคและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการเพื่อผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัท เพื่อเป็นการยกระดับแผนงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญ โอเอสเอสได้ประกาศนโยบายด้านสุขภาพและโภชนาการสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม โดยมีหลักเกณฑ์ที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่

- 1) คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติที่ดี และเป้าหมายข้างหน้า
มุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ในรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจและตอบสนองต่อเทรนด์ใหม่ที่จะเกิดขึ้น มีรสชาติดีและสอดคล้องกับความต้องการโภชนาการของผู้บริโภค
- 2) ความรับผิดชอบ
มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าทางโภชนาการเพิ่มขึ้น ซึ่งโอเอสเอสกำหนดหลักเกณฑ์คุณค่าทางโภชนาการที่อ้างอิงจากข้อเสนอแนะจากหน่วยงานทางโภชนาการชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 3) การเข้าถึงได้และคุ้มค่าในราคาที่เหมาะสม
มุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงได้ง่ายและคุ้มค่าสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย

ผนวกการบริหารความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน

โอเอสเอสมุ่งมั่นขับเคลื่อนธุรกิจตามแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล หรือ ESG (Environmental, Social, and Governance) และมีการกำหนดการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์โดยรวม โดยโอเอสเอสได้มีการประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและดำเนินการตามกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process หรือ HRDD) ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานทั้งหมดของกิจการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ทรงสิทธิที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด รวมถึงพนักงาน คู่ค้า ผู้รับเหมา พันธมิตรทางธุรกิจ บริษัทร่วมทุน และความสัมพันธ์ทางธุรกิจอื่นๆ อย่างการควบคุมรวมกิจการ ตลอดจนลูกค้า ผู้บริโภค และชุมชนที่เกี่ยวข้อง นโยบายนี้ครอบคลุมกลุ่มที่มีความเสี่ยงหรือกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้หญิง หญิงตั้งครรภ์ เด็ก กลุ่ม LGBTQI+ ผู้สูงอายุ ผู้พิการ แรงงานข้ามชาติ แรงงานรับเหมา กลุ่มศาสนา กลุ่มชาติพันธุ์ และชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการปฏิบัติด้วยความเท่าเทียมและเคารพในสิทธิมนุษยชนของทุกคน เพื่อการสร้างการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

เสริมสร้างพลังชีวิต มอบโอกาสสู่การสร้างอาชีพให้คนพิการ

โอเอสเอสผลักดันโครงการช่วยเหลือชุมชนคนพิการผ่านการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิด “ให้เบ็ดดีกว่าให้ปลา” โดยจัดฝึกอบรมภายใต้หัวข้อ “โอเอสเอส มอบโอกาส สร้างความสุข ส่งต่อความยั่งยืน” เพื่อเป็นโมเดลสร้างเครือข่ายช่วยเหลือคนพิการแบบบูรณาการผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นโดยส่งเสริมให้คนพิการมีอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วยการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจของคนพิการให้มีความพร้อมในการประกอบอาชีพ การฝึกอบรมและมอบโอกาสในการสร้างอาชีพภายใต้โครงการส่งเสริมอาชีพคนพิการของโอเอสเอส ไปจนถึงการกำหนดพันธกิจร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อสร้างแนวทางสนับสนุนคนพิการในพื้นที่ และเป็นต้นแบบที่ดีในการดูแลสังคม

นอกจากนี้ โอเอสเอสได้จัดกิจกรรมเพิ่มเติมในหัวข้อ “พัฒนาสินค้าอย่างไรให้ตรงใจตลาด” โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญวิชาชีพต่าง ๆ มาร่วมเพิ่มองค์ความรู้และทักษะด้านการขายและการตลาด เพื่อให้ความรู้และสร้างแรงบันดาลใจในการประกอบอาชีพให้คนพิการสามารถพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพและสร้างสรรค์เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืน รวมถึงเปิดโอกาสให้คนพิการได้ทดลองฝึกอบรมวิชาชีพต่าง ๆ เพื่อค้นหาศักยภาพและความสนใจในการประกอบอาชีพต่อไปในอนาคต ทั้งงานแปรรูปอาหาร งานไม้ และงานสาน โดยการเรียนรู้งานผ่านแบรนด์ “กินดี อยู่ดี แสนดี” แบรนด์สินค้าแสนดีเมดโดยฝีมือคนพิการในโครงการฝึกอบรมอาชีพของโอเอสเอส



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