วันที่ 13 พฤศจิกายน 2569

เรื่อง ชี้แจงผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 3/2569

เรียน กรรมการผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ภาวะเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 ยังคงเผชิญความท้าทาย แม้จะมีสัญญาณฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยได้รับแรงสนับสนุนจากภาคการส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ การลงทุนด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Data Center รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐภายใต้โครงการ "ไทยช่วยไทย พลัส (60/40)" ซึ่งช่วยสนับสนุนกำลังซื้อและการบริโภคภายในประเทศในระยะสั้น อย่างไรก็ตาม กำลังซื้อภาคครัวเรือนยังคงเปราะบางจากภาระหนี้สินและค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูง ประกอบกับราคาพลังงานที่ได้รับแรงกดดันจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์และสงครามที่ยืดเยื้อในภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนพลังงาน การขนส่ง และแรงกดดันด้านเงินเฟ้อ นอกจากนี้ ผลกระทบจากอุทกภัยในบางพื้นที่ช่วงปลายไตรมาสยังเป็นอีกปัจจัยที่ชะลอกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ทำให้ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายและให้ความสำคัญกับความคุ้มค่ามากขึ้น ขณะที่ธุรกิจค้าปลีกยังเผชิญการแข่งขันด้านราคาและการขยายตัวของช่องทางจำหน่ายออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

จากปัจจัยทางเศรษฐกิจและสภาวะตลาดดังกล่าว บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสุทธิ จำนวน 205.21 ล้านบาท ลดลง 0.76% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ต้นทุนขายเพิ่มขึ้น 1.47% ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 51.45% ลดลง 1.06 จุดเปอร์เซ็นต์ (Percentage Points) จาก 52.51% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงแรงกดดันด้านต้นทุนและการแข่งขันในตลาด สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารมีจำนวนรวม 114.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.96% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายที่เพิ่มขึ้น 33.60% และค่าใช้จ่ายทั่วไปอื่น ๆ ที่เพิ่มขึ้น 25.92% เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด กระตุ้นยอดขาย และรองรับการแข่งขัน ขณะที่บริษัทฯ ยังคงสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานให้ลดลงได้ 2.70%

จากรายได้ที่ชะลอตัว อัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับลดลง และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้บริษัทฯ มีผลขาดทุนก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) จำนวน 7.36 ล้านบาท เทียบกับกำไร 2.58 ล้านบาทในช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีผลขาดทุนสุทธิจำนวน 9.74 ล้านบาท เทียบกับผลขาดทุนสุทธิ 1.38 ล้านบาทในช่วงเดียวกันของปีก่อน

สำหรับแนวทางการดำเนินงานในระยะถัดไป บริษัทฯ มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการขายและการตลาด โดยนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Data Analytics) มา

www.occ.co.th
O.C.C. PUBLIC COMPANY LIMITED
729/4-7 Radchadaphisek Road, Bangpongpang, Yannawa, Bangkok 10120, THAILAND. Tel: 0-2295-4545
บริษัท โอซีซี จำกัด (มหาชน)
729/4-7 ถนนรัชดาภิเษก แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทร: 0-2295-4545

ประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการขายและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อวางแผนกลยุทธ์และกำหนดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ควบคู่กับการรักษาอัตรากำไรขั้นต้น การบริหารต้นทุนและควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการคาดการณ์ความต้องการสินค้า (Demand Forecasting) และบริหารสินค้าคงเหลือให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อรักษาฐานลูกค้า เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนการฟื้นตัวของผลประกอบการให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ขอแสดงความนับถือ

.....

(นางธีรดา อำพันวงษ์)
กรรมการผู้จัดการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร