

# บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ครั้งที่ 164/2565

27 กันยายน 2565

## CORPORATES

อันดับเครดิตองค์กร: A+  
แนวโน้มอันดับเครดิต: Stable

วันที่ทบทวนล่าสุด : 16/09/64

อันดับเครดิตองค์กรในอดีต:

วันที่	อันดับ	แนวโน้มอันดับ
	เครดิต	เครดิต/ เครดิตพินิจ
04/10/59	A+	Stable
29/09/54	A-	Stable

ติดต่อ:

สรินทร์ ซอสุขไพบูลย์  
sarinthorn@trisrating.com

ตุลยวัต ฉัตรคำ  
tulyawatc@trisrating.com

วจี พิทักษ์ไพบูลย์กิจ  
wajee@trisrating.com

ธิตี การุณยานนท์, Ph.D., CFA  
thiti@trisrating.com



WWW.TRISRATING.COM

\* รายงานนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของรายงานฉบับภาษาอังกฤษ

## เหตุผล

ทริสเรทติ้งคงอันดับเครดิตองค์กรของ บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่ระดับ “A+” ด้วยแนวโน้มอันดับเครดิต “Stable” หรือ “คงที่” โดยอันดับเครดิตสะท้อนถึงสถานะทางการแข่งขันที่แข็งแกร่งของบริษัทในตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มในประเทศไทยซึ่งมีตราสินค้าเป็นที่รู้จักอย่างดีและเครือข่ายการกระจายสินค้าที่กว้างขวาง ตลอดจนสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่งของบริษัท อันดับเครดิตดังกล่าวยังได้รวมการปรับเพิ่มสถานะเครดิตขึ้นมา 1 ชั้นจากอันดับเครดิตเฉพาะของบริษัท (Stand-alone Credit Profile : SACP) ที่ระดับ “a” ซึ่งสะท้อนถึงสถานะของบริษัทในการเป็นบริษัทย่อยเชิงกลยุทธ์ (Strategic Subsidiary) ของ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) (ได้รับอันดับเครดิตจากทริสเรทติ้งที่ระดับ “AA/Stable”) นอกจากนี้ อันดับเครดิตยังพิจารณาถึงผลการดำเนินงานในธุรกิจอาหารของบริษัทที่คาดว่าจะฟื้นตัวกลับมาดีขึ้นหลังจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด 19 (โรคโควิด 19) อีกด้วย อย่างไรก็ตาม จุดแข็งดังกล่าวก็มีข้อจำกัดบางประการจากการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจหลักของบริษัท รวมถึงความท้าทายจากราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่สูงขึ้นและอัตราเงินเฟ้อที่พุ่งสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

## ประเด็นสำคัญที่กำหนดอันดับเครดิต

### เป็นผู้นำในตลาดชาพร้อมดื่ม

บริษัทยังคงสถานะทางการแข่งขันที่แข็งแกร่งโดยเป็นผู้นำในตลาดชาพร้อมดื่มในประเทศไทยด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดที่ระดับ 48.3% ของมูลค่าตลาดรวมในช่วง 12 เดือนย้อนหลังสิ้นสุด ณ เดือนมิถุนายน 2565 ทั้งนี้ ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทค่อนข้างคงที่ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา โดยความแข็งแกร่งทางการแข่งขันของบริษัทมีปัจจัยสนับสนุนจากตราสินค้าของบริษัทซึ่งเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี รวมถึงการมีเครือข่ายกระจายสินค้าที่ครอบคลุมทั่วประเทศของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง ตลอดจนการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ

ทริสเรทติ้งมองว่าตลาดชาพร้อมดื่มของไทยมีทิศทางที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นในปี 2565 จากอุปสงค์ที่ฟื้นตัว รวมทั้งกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ ที่กลับมาดำเนินได้ตามปกติ การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการ โดยในปี 2564 ตลาดชาพร้อมดื่มมีมูลค่า 1.12 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้น 4% จากปี 2563 อีกทั้งในช่วงครึ่งแรกของปี 2565 ยอดขายชาพร้อมดื่มก็เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์ประเภทอื่น ๆ โดยมียอดขายเพิ่มสูงขึ้นถึง 20.5% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนมาอยู่ที่ระดับ 6.9 พันล้านบาท

### ธุรกิจเครื่องดื่มมีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง

ในช่วง 3 ปีข้างหน้าทริสเรทติ้งคาดว่าธุรกิจเครื่องดื่มของบริษัทจะยังคงสร้างผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งตามสถานะตลาดที่เติบโตและจากสถานะการแข่งขันที่แข็งแกร่งของบริษัทในตลาด ทั้งนี้ ภายใต้สมมติฐานกรณีพื้นฐานของทริสเรทติ้งคาดว่ารายได้จากธุรกิจเครื่องดื่มของบริษัทจะเติบโตเพิ่มขึ้น 5%-13% ต่อปีในช่วง 3 ปีข้างหน้า

ยอดขายชาพร้อมดื่มของบริษัทที่จัดจำหน่ายในประเทศได้พิสูจน์ให้เห็นว่ามีความยืดหยุ่นได้เป็นอย่างดีในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 และคาดว่าจะยังคงเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไปในปี 2565 ซึ่งขณะนี้ยอดขายเครื่องดื่มภายในประเทศของบริษัทอยู่ในระดับสูงกว่าในช่วงก่อนที่จะมี

การแพร่ระบาดแล้ว ทั้งนี้ บริษัทรายงานยอดขายเครื่องดื่มในประเทศสำหรับปีงบประมาณ 2564 (ตุลาคม 2563-กันยายน 2564) ซึ่งไม่รวมยอดขายสินค้าที่รับจ้างผลิตตามสัญญาอยู่ที่ระดับ 5 พันล้านบาท เพิ่มขึ้น 11% จากปีงบประมาณ 2563 ในขณะที่ในช่วง 9 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2565 ยอดขายเติบโตเพิ่มขึ้นอีก 16% จากช่วงเดียวกันของปีงบประมาณก่อนโดยมาอยู่ที่ระดับ 4.5 พันล้านบาท ส่วนเครื่องดื่มที่บริโภคระหว่างเดินทาง (On-the-go Products) ซึ่งจัดจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อนั้นก็มียอดขายที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งโดยได้รับประโยชน์จากกิจกรรมนอกบ้านที่มีมากขึ้น ทั้งนี้ ยอดขายของบริษัทจากช่องทางจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เติบโตอย่างแข็งแกร่งถึง 21% จากช่วงเดียวกันในปีก่อน ในขณะที่ยอดขายจากร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เพิ่มขึ้น 9%

ทริสเรทติ้งเชื่อว่าการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ และการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในหมวดหมู่ใหม่ ๆ จะช่วยเติมเต็มศักยภาพยอดขายและสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผลการดำเนินงานในธุรกิจเครื่องดื่มของบริษัทให้มากยิ่งขึ้น บริษัทยังคงพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยเมื่อไม่นานมานี้บริษัทได้เปิดตัวชาเขียวน้ำผึ้งมะนาวสูตรไม่มีน้ำตาลเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพที่มีจำนวนมากขึ้นซึ่งทำให้บริษัทมีฐานลูกค้าที่กว้างมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ๆ และจัดรายการรณรงค์ส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอีกด้วย

สำหรับตลาดในต่างประเทศนั้น ทริสเรทติ้งคาดว่ายอดขายสินค้าส่งออกของบริษัทจะค่อย ๆ ฟื้นตัวกลับมาในช่วง 3 ปีข้างหน้าภายหลังจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในวงกว้างทั่วโลก ทั้งนี้ ในช่วง 9 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2565 ยอดขายสินค้าส่งออกของบริษัทฟื้นตัวขึ้นที่ระดับ 9% จากช่วงเดียวกันของปีงบประมาณก่อนแต่ยังคงต่ำกว่ายอดขายในช่วงเดียวกันของปีงบประมาณ 2562 อยู่ 24% ในขณะที่ยอดขายชาเขียวในประเทศกัมพูชาซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักของบริษัทนั้นกลับมาฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งโดยเพิ่มขึ้น 11% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีงบประมาณก่อน ทั้งนี้ ทริสเรทติ้งคาดว่า การฟื้นตัวของตลาดส่งออกจะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยสร้างการเติบโตของยอดขายโดยรวมในธุรกิจเครื่องดื่มของบริษัท

### ธุรกิจอาหารเริ่มฟื้นตัว

ทริสเรทติ้งมองว่าธุรกิจร้านอาหารของบริษัทมีทิศทางที่จะฟื้นตัวกลับมาอย่างแข็งแกร่งหลังจากชบเซาเป็นอย่างมากในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจากสถานการณ์โรคโควิด 19

ในปีงบประมาณ 2564 บริษัทมียอดขายจากธุรกิจอาหารอยู่ที่ระดับ 3.6 พันล้านบาท ลดลง 29.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปีงบประมาณก่อน โดยเปรียบเทียบกับยอดขายที่ระดับ 7.1 พันล้านบาทในปีงบประมาณ 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนที่จะมีการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในขณะที่ ในช่วง 9 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2565 รายได้จากธุรกิจอาหารของบริษัทเพิ่มขึ้น 35.3% จากช่วงเดียวกันในปีงบประมาณก่อนมาอยู่ที่เกือบ 4 พันล้านบาท โดยยอดขายที่เติบโตเพิ่มขึ้นนั้นได้รับแรงหนุนจากการคลายความกังวลเกี่ยวกับโรคโควิด 19 และการเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิม (Same-store Sales) ที่ฟื้นตัว ทั้งนี้ ในช่วง 9 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2565 ยอดขายจากร้านอาหารของบริษัทเติบโตเพิ่มขึ้น 32.5% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปีงบประมาณก่อน

ภายใต้สมมติฐานกรณีพื้นฐานของทริสเรทติ้งคาดว่ารายได้จากธุรกิจอาหารของบริษัทจะยังคงเพิ่มขึ้นอย่างมีสาระสำคัญต่อไป โดยคาดว่ารายได้จะฟื้นตัวมาอยู่ที่ระดับ 5.3 พันล้านบาทในปีงบประมาณ 2565 และจะเติบโตที่ระดับ 11%-20% ต่อปีในช่วงปีงบประมาณ 2566-2567 ซึ่งปัจจัยขับเคลื่อนจะมาจากทั้งยอดขายจากสาขาเดิมและการขยายสาขา โดยการเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิมน่าจะได้รับแรงหนุนจากการที่ร้านอาหารกลับมาเปิดบริการให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหารในร้านได้ตามปกติ รวมทั้งจำนวนลูกค้าที่รับประทานอาหารในร้านที่เพิ่มขึ้น และแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายหลังวิกฤติการณ์โรคโควิด 19 นอกจากนี้ ทริสเรทติ้งยังคาดว่ารายได้จากสินค้าอาหารแช่เย็นและแช่แข็งของบริษัทจะเติบโตขึ้นจากการออกสินค้าสำเร็จรูปในรูปแบบใหม่ ๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นและการที่บริษัทมีตลาดที่ครอบคลุมกว้างขวางมากขึ้น

ในอนาคตบริษัทตั้งเป้าหมายที่จะขยายสาขาร้านอาหารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการขยายสาขาร้านอาหารจะมุ่งเน้นแบรนด์ร้านอาหาร “ซาบูชิ” (Shabushi) และ “โออิชิ บิซโทโระ” (Oishi Biztoro) ซึ่งเป็นร้านอาหารแบรนด์ใหม่ของบริษัทรวมแล้วที่ประมาณปีละ 30 สาขา ทริสเรทติ้งคาดว่า “ซาบูชิ” จะยังคงเป็นแบรนด์ร้านอาหารหลักของบริษัทต่อไปและมองว่า “โออิชิ บิซโทโระ” จะมีศักยภาพในการเติบโตที่ดีเนื่องจากการขยายสาขานั้นใช้เงินลงทุนน้อยกว่าและเมนูต่าง ๆ ก็เหมาะสำหรับอาหารจานด่วนอีกทั้งยังสะดวกต่อการซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน (Grab-and-go) และการจัดส่งผ่านการสั่งซื้อ (Delivery) ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของวิถีชีวิตที่ต้องการความรวดเร็วในปัจจุบัน ซึ่งบริษัทตั้งเป้าที่จะขยายฐานลูกค้าด้วยการขยายสาขาใหม่ที่เข้าถึงได้ง่ายในทำเลใหม่ ๆ เช่น ในสถานบริการน้ำมัน ศูนย์การค้า และคอมมูนิตีมอลล์ เป็นต้น

## กำไรจะฟื้นตัว

ในปีงบประมาณ 2564 บริษัทมีกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) ที่ระดับ 1.4 พันล้านบาท ซึ่งลดลงจากระดับ 2.2 พันล้านบาทในช่วงก่อนที่จะมีการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่วนในช่วง 9 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2565 นั้น บริษัทมี EBITDA เพิ่มขึ้นเป็น 1.8 พันล้านบาท โดยเพิ่มขึ้น 49% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปีงบประมาณก่อน ทั้งนี้ ในช่วง 3 ปีข้างหน้าทริสเรตติ้งคาดว่า EBITDA ของบริษัทจะปรับตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวของยอดขายจากธุรกิจอาหารและผลการดำเนินงานในธุรกิจเครื่องดื่มที่ดีขึ้น

ทริสเรตติ้งคาดว่ากำไรของบริษัทน่าจะยังคงอยู่ภายใต้แรงกดดันจากราคาวัตถุดิบหลัก ๆ ที่ปรับตัวสูงขึ้นและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและแผนการขยายเครือข่ายร้านอาหาร อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ดำเนินมาตรการป้องกันเพื่อรักษาอัตราส่วนกำไรต่อยอดขาย (Margin) เอาไว้ เช่น การบริหารจัดการวัตถุดิบ การหาส่วนประกอบอาหารทดแทน การจัดรายการรณรงค์ส่งเสริมการขายในระดับที่เหมาะสม และการปรับราคาสำหรับรายการอาหารบางเมนู เป็นต้น ทั้งนี้ ทริสเรตติ้งคาดว่าผลกระทบต่อนานและยอดขายที่เพิ่มขึ้นจะช่วยบรรเทาผลกระทบที่บริษัทได้รับจากต้นทุนที่สูงขึ้นได้บ้าง นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การควบคุมการสูญเสียและสิ้นเปลือง (Waste Control) และการบริหารจัดการกำลังคนเพื่อบรรเทาผลกระทบ ในกรณีนี้ ทริสเรตติ้งคาดว่าอัตรากำไรต่อยอดขาย (EBITDA Margin) ของบริษัทน่าจะอยู่ในช่วง 17.5%-18.5% โดยมี EBITDA อยู่ในช่วง 2.3-2.7 พันล้านบาทต่อปีในช่วงปีงบประมาณ 2565-2567 ในขณะที่เงินทุนจากการดำเนินงานน่าจะอยู่ในช่วง 2.1-2.5 พันล้านบาทต่อปี

## หนี้สินอยู่ในระดับต่ำและมีสภาพคล่องเพียงพอ

ทริสเรตติ้งคาดว่าโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจะยังคงแข็งแกร่งโดยมีสภาพคล่องที่เพียงพอ ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทไม่มียearsค่าใช้จ่ายในการลงทุนขนาดใหญ่ และมีการจ่ายเงินปันผลด้วยอัตราที่เหมาะสมและสม่ำเสมอ บริษัทจึงมีสถานะทางการเงินเป็นเงินสดสุทธิ (Net Cash Position) โดย ณ เดือนมิถุนายน 2565 บริษัทมีเงินสดในมือและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวนรวมทั้งสิ้นประมาณ 2.9 พันล้านบาท รวมถึงยังมีวงเงินกู้จากธนาคารที่ยังไม่ได้เบิกใช้อีกจำนวน 5 พันล้านบาทด้วย

ความต้องการในการใช้เงินทุนหลัก ๆ ของบริษัทนั้นคือการลงทุนซึ่งคาดว่าบริษัทจะมีการใช้เงินลงทุนประมาณปีละ 0.5-1.2 พันล้านบาทในช่วงปีงบประมาณ 2565-2567 เพื่อขยายสาขาร้านอาหารและขยายกำลังการผลิตในธุรกิจเครื่องดื่ม ในกรณีนี้ หากไม่มีการซื้อกิจการโดยการก่อหนี้ขนาดใหญ่ ทริสเรตติ้งก็คาดว่าบริษัทจะยังคงมีโครงสร้างเงินทุนที่แข็งแกร่ง อีกทั้งยังมีสภาพคล่องที่เพียงพอโดยมีความต้องการในการกู้ยืมเพียงเล็กน้อยในช่วง 3 ปีข้างหน้า

## เป็นบริษัทเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัทไทยเบฟเวอเรจ

ทริสเรตติ้งพิจารณาสถานะของบริษัทโออิชิ กรุ๊ป ว่าเป็นบริษัทย่อยเชิงกลยุทธ์ของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ โดยเป็นไปตาม “เกณฑ์การจัดอันดับเครดิตกลุ่มธุรกิจ” (Group Rating Methodology) ของทริสเรตติ้ง ทั้งนี้ บริษัทมีบูรณาการในเชิงกลยุทธ์ทั้งในด้านการดำเนินธุรกิจและทางการเงินร่วมกับบริษัทไทยเบฟเวอเรจ ในปีงบประมาณ 2564 บริษัทสร้างรายได้คิดเป็นสัดส่วนเกือบ 35% ของรายได้จากธุรกิจเครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์และธุรกิจอาหารของกลุ่มและสร้างกำไรในสัดส่วน 55% ของ EBITDA ในกลุ่มธุรกิจนี้ เมื่อพิจารณาถึงความสำคัญของบริษัทในการเป็นบริษัทหลักในธุรกิจนี้ ทริสเรตติ้งจึงเชื่อว่าบริษัทจะยังคงสถานะในการเป็นบริษัทเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัทไทยเบฟเวอเรจโดยมีบูรณาการเชิงกลยุทธ์ในธุรกิจเครื่องดื่มและอาหารของกลุ่มในระยะยาวต่อไป

## สมมติฐานกรณีพื้นฐาน

- รายได้จะฟื้นตัวกลับมาอยู่ที่ระดับ 1.2-1.5 หมื่นล้านบาทต่อปีในช่วงปีงบประมาณ 2565-2567
- EBITDA Margin จะอยู่ที่ระดับประมาณ 17.5%-18.5%
- เงินลงทุนโดยรวมจะอยู่ที่ประมาณปีละ 0.5-1.2 พันล้านบาทในช่วงปีงบประมาณ 2565-2567

แนวโน้มอันดับเครดิต

แนวโน้มอันดับเครดิต “Stable” หรือ “คงที่” สะท้อนความคาดหมายของทริสเรทติ้งว่าบริษัทจะยังคงสถานะในการเป็นบริษัทย่อยเชิงกลยุทธ์ของบริษัทไทยเบฟเวอเรจต่อไป นอกจากนี้ ทริสเรทติ้งยังคงคาดว่าบริษัทจะยังคงรักษาสถานะผู้นำตลาดในธุรกิจขาพร้อมดื่มในประเทศไทยเอาไว้ได้แม้จะต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง อีกทั้งบริษัทน่าจะมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจอาหารในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่งเอาไว้ได้

ปัจจัยที่อาจทำให้อันดับเครดิตเปลี่ยนแปลง

อันดับเครดิตอาจได้รับการปรับลดลงหากบริษัทมีสถานะทางการเงินและผลการดำเนินงานที่อ่อนแอลงจากที่ทริสเรทติ้งคาดการณ์ไว้อย่างมีนัยสำคัญ หรือบริษัทมีการลงทุนด้วยการก่อหนี้เชิงรุกจนทำให้สถานะทางการเงินของบริษัทอ่อนแอลงอย่างมาก ในทางตรงกันข้าม อันดับเครดิตอาจได้รับการปรับเพิ่มขึ้นหากบริษัทมีกระแสเงินสดเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากและอย่างต่อเนื่องจากฐานรายได้ที่มีขนาดใหญ่ขึ้นและมีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ อันดับเครดิตของบริษัทอาจเปลี่ยนแปลงได้ด้วยเช่นกันในกรณีที่ทริสเรทติ้งเห็นวาระระดับการสนับสนุนที่บริษัทได้รับจากบริษัทไทยเบฟเวอเรจนั้นเปลี่ยนแปลงไป

ข้อมูลงบการเงินและอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ\*

หน่วย: ล้านบาท

	ต.ค. 2564- มี.ย. 2565	ณ วันที่ 30 กันยายน			
		2564	2563	2562	2561
รายได้จากการดำเนินงานรวม	9,431	9,888	11,067	13,699	12,697
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษี	1,156	534	753	1,323	1,041
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย	1,857	1,545	1,812	2,419	2,095
เงินทุนจากการดำเนินงาน	1,713	1,434	1,723	2,304	1,967
ดอกเบี้ยจ่ายที่ปรับปรุงแล้ว	14	17	32	52	73
เงินลงทุน	130	100	294	934	783
สินทรัพย์รวม	10,054	9,109	8,562	8,407	9,680
หนี้สินทางการเงินที่ปรับปรุงแล้ว	0	0	0	0	903
ส่วนของผู้ถือหุ้นที่ปรับปรุงแล้ว	7,765	7,132	6,906	6,640	5,990
<b>อัตราส่วนทางการเงินที่ปรับปรุงแล้ว</b>					
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%)	19.69	15.63	16.37	17.66	16.50
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อเงินทุนถาวร (%)	14.58 **	7.01	10.24	17.21	12.85
อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายต่อดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	130.99	92.24	57.18	46.56	28.73
อัตราส่วนหนี้สินทางการเงินต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (เท่า)	0.00 **	0.00	0.00	0.00	0.43
อัตราส่วนเงินทุนจากการดำเนินงานต่อหนี้สินทางการเงิน (%)	ไม่ระบุ **	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	217.91
อัตราส่วนหนี้สินทางการเงินต่อเงินทุน (%)	0.00	0.00	0.00	0.00	13.10

\* งบการเงินรวม

\*\* ปรับอัตราส่วนให้เป็นตัวเลขเต็มปีด้วยตัวเลข 12 เดือนย้อนหลัง

เกณฑ์การจัดอันดับเครดิตที่เกี่ยวข้อง

- เกณฑ์การจัดอันดับเครดิตกลุ่มธุรกิจ, 7 กันยายน 2565
- เกณฑ์การจัดอันดับเครดิตธุรกิจทั่วไป, 15 กรกฎาคม 2565
- อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญและการปรับปรุงตัวเลขทางการเงินสำหรับธุรกิจทั่วไป, 11 มกราคม 2565

บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (OISHI)

อันดับเครดิตองค์กร:	A+
แนวโน้มอันดับเครดิต:	Stable

บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด

อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 24 191 ถ. สีลม กรุงเทพฯ 10500 โทร. 02-098-3000

© บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด สงวนลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2565 ห้ามมิให้บุคคลใด ใช้ เปิดเผย ทำสำเนาเผยแพร่ แจกจ่าย หรือเก็บไว้เพื่อใช้ในภายหลังเพื่อประโยชน์ใดๆ ซึ่งรายงานหรือข้อมูลการจัดอันดับเครดิต ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน และไม่อยู่ในรูปแบบ หรือลักษณะใดๆ หรือด้วยวิธีการใดๆ โดยที่ยังไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด ก่อน การจัดอันดับเครดิตไม่มีค่าแถมลงข้อเท็จจริง หรือคำแนะนำให้ซื้อ ขาย หรือถือตราสารหนี้ใดๆ แต่เป็นเพียงความเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงหรือความน่าเชื่อถือของตราสารหนี้นั้นๆ หรือของบริษัทนั้นๆ โดยเฉพาะ ความเห็นที่ระบุในการจัดอันดับเครดิตนี้มีได้เป็นคำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุน หรือคำแนะนำในลักษณะอื่นใด การจัดอันดับและข้อมูลที่ปรากฏในรายงานใดๆ ที่จัดทำ หรือพิมพ์เผยแพร่โดย บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด ได้จัดทำขึ้นโดยมีได้คำนึงถึงความต้องการด้านการเงิน พฤติการณ์ ความรู้ และวัตถุประสงค์ของผู้รับข้อมูลรายใดรายหนึ่ง ดังนั้น ผู้รับข้อมูลควรประเมินความเหมาะสมของข้อมูลดังกล่าวก่อนตัดสินใจลงทุน บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด ได้รับข้อมูลที่ใช้สำหรับการจัดอันดับเครดิตนี้จากบริษัทและแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่เชื่อว่าเชื่อถือได้ ดังนั้น บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด จึงไม่รับประกันความถูกต้อง ความเพียงพอ หรือความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลใดๆ ดังกล่าว และจะไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสีย หรือความเสียหายใดๆ อันเกิดจากความไม่ถูกต้อง ความไม่เพียงพอ หรือความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์นั้น และจะไม่รับผิดชอบต่อข้อผิดพลาด หรือการละเว้นผลที่ได้รับหรือการกระทำใดๆ โดยอาศัยข้อมูลดังกล่าว ทั้งนี้ รายละเอียดของวิธีการจัดอันดับเครดิตของ บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด เผยแพร่อยู่บน Website: [www.trisrating.com/rating-information/rating-criteria](http://www.trisrating.com/rating-information/rating-criteria)