



CBG 034/2561

10 สิงหาคม 2561

เรื่อง แจ้งมติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล และคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561 (แก้ไขวันกำหนดสิทธิ)

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ด้วยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ครั้งที่ 3/2561 เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2561 มีมติสำคัญดังนี้

1. อนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล สำหรับผลการดำเนินงานเดือนมกราคม ถึง มิถุนายน 2561 โดยจ่ายจากกำไรสุทธิ และกำไรสะสม ตามงบการเงินของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 200,000,000 บาทในอัตรา 0.20 บาท ต่อหุ้น และกำหนดสิทธิในการรับเงินปันผลระหว่างกาล (Record Date) ในวันที่ 27 สิงหาคม 2561 และให้จ่ายเงินปันผลในวันที่ 7 กันยายน 2561

2. บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “CBG”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัทฯ”) สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 ดังต่อไปนี้

ผลการดำเนินงานรวมของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า

1. รายได้จากการขาย

สำหรับไตรมาสที่ 2/2561 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมจำนวน 3,628 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 127 ล้านบาทหรือร้อยละ 3.6 โดยมีสัดส่วนธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วนร้อยละ 55:45 ทั้งนี้ หากพิจารณาเฉพาะรายได้จากการขายเครื่องดื่มบำรุงกำลัง มีจำนวน 3,145 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 111 ล้านบาทหรือร้อยละ 3.6 โดยมีสัดส่วนรายได้จากการขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศและต่างประเทศที่ร้อยละ 48:52 ตามลำดับ สนับสนุนโดยการเติบโตของธุรกิจต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาด CLMV ที่ยังมีปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศที่เริ่มฟื้นตัว โดยข้อมูลจาก Nielsen ณ สิ้นเดือน มิถุนายน 2561 ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศมีอัตราการหดตัวที่ลดลงเหลือ -1.6% YoY ในช่วงครึ่งปีแรก จากที่ -3.6%YoY ในช่วงไตรมาสก่อนหน้า

รายได้จากการขาย	งวด 3 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง		งวด 6 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง	
	30 มิ.ย. 60	30 มิ.ย. 61	จำนวน	%	30 มิ.ย. 60	30 มิ.ย. 61	จำนวน	%
บริษัทฯ ดำเนินการผลิต ภายได้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	1,475	1,512	37	2.5	2,906	2,802	(105)	(3.6)
บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิต ภายได้เครื่องหมายการค้าคาราบาว 2/	230	230	0	0.1	431	467	35	8.1
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	194	246	52	27.0	339	515	176	51.8
รายได้ขายในประเทศ	1,899	1,988	89	4.7	3,677	3,783	106	2.9
รายได้ขายต่างประเทศ	1,575	1,638	63	4.0	2,455	3,179	724	29.5
การขายอื่น	28	2	(26)	(92.8)	52	15	(37)	(71.0)
รายได้จากการขายรวม	3,501	3,628	127	3.6	6,184	6,977	793	12.8



- หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่
2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

รายได้จากการขายในประเทศจำนวน 1,988 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 89 ล้านบาทหรือร้อยละ 4.7 สนับสนุนจากรายได้ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัท ดำเนินการผลิตด้วยเครื่องหมายการค้าของตนเองที่เพิ่มขึ้น จากการฟื้นตัวของสภาพตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศ และรายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกที่เติบโต จากผลิตภัณฑ์รับจ้างจำหน่ายมีความหลากหลายมากขึ้น ขณะที่รายได้ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัท ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวทรงตัวจากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า หากจำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางร้านค้าดั้งเดิม (Traditional Trade) ลดลง 73 ล้านบาทหรือร้อยละ 7 ในขณะที่ช่องทางร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) และช่องทางหน่วยรถเงินสด (Cash Van) เพิ่มขึ้น 63 ล้านบาทหรือร้อยละ 17 และเพิ่มขึ้น 99 ล้านบาทหรือร้อยละ 19 ตามลำดับ ทั้งนี้ยอดขายเฉลี่ยต่อคันต่อวันของหน่วยรถเงินสด (Cash Van) เพิ่มขึ้นอยู่ที่ 26,719 บาท หรือร้อยละ 22 จากทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ยอดขายเฉลี่ยต่อคันต่อวันที่มีอัตราการเติบโตที่สูงกว่า สะท้อนถึงประสิทธิภาพการบริหารจัดการหน่วยรถเงินสด (Cash Van) ที่ดีขึ้น

รายได้จากการขายต่างประเทศจำนวน 1,638 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 63 ล้านบาทหรือร้อยละ 4.0 ขยับเคลื่อนจากตลาดส่งออกเดิมโดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV เป็นหลัก โดยมีรายได้จากการขายไปยังกลุ่มประเทศ CLMV จำนวน 1,313 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 493 ล้านบาทหรือร้อยละ 60.1 มีแรงสนับสนุนจากทุกประเทศในตลาดภูมิภาคดังกล่าว เนื่องจากบริษัทคู่ค้าได้ดำเนินการเพิ่มจุดขายควบคู่ไปกับจัดกิจกรรมการตลาดและส่งเสริมการขายในเขตพื้นที่ประเทศของตนด้วยภาพลักษณ์ของการเป็นผลิตภัณฑ์ผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลชั้นนำอย่างมีประสิทธิภาพ และฐานยอดขายของบริษัทฯ ในบางประเทศที่ยังเล็ก จึงยังเป็นโอกาสในการเติบโตที่ต่อเนื่อง เห็นได้จากประเทศเวียดนาม และประเทศพม่าที่มีปริมาณคำสั่งซื้อเครื่องดื่มบำรุงกำลังของบริษัทฯ ทำสถิติรายได้ไตรมาสสูงสุดในช่วงไตรมาส 2/2561 ในขณะที่มีรายได้จากการส่งออกไปยังตลาดใหม่อย่างประเทศจีน จำนวน 195 ล้านบาท หรือเทียบเท่าปริมาณขายจำนวน 24 ล้านหน่วย (ขวดและกระป๋อง) ทั้งนี้บริษัทฯ เชื่อว่า ประเทศจีนซึ่งเป็นตลาดส่งออกใหม่ที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ (Strategic country) จะมีบทบาทต่อการขับเคลื่อนธุรกิจต่างประเทศมากขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีรายได้จากกลุ่มประเทศอัฟกานิสถานและเยเมนจำนวน 68 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายไปยังประเทศอื่นจำนวน 41 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22 ล้านบาทหรือร้อยละ 115 สนับสนุนโดย คำสั่งซื้อจากประเทศออสเตรเลียและผลสำเร็จของการบรรลุข้อตกลงร่วมกับบริษัทคู่ค้าตัวแทนในตลาดใหม่ ได้แก่ ประเทศดีเจบูตี (ในทวีปแอฟริกา) และประเทศปากีสถาน ทั้งนี้ การดำเนินนโยบายการตลาดเชิงรุกเพื่อขยายตลาดส่งออกไม่เพียงก่อให้เกิดการกระจายแหล่งรายได้ในเชิงภูมิศาสตร์แต่ยังช่วยสร้างการรับรู้ต่อเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวในและนอกทวีปเอเชียภายใต้วิสัยทัศน์ สิ้นค้าระดับโลก แปรณระดับโลก

นอกเหนือไปจากรายได้จากการขายต่างประเทศที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท คาราบาวตะวันตก จำกัด (“CBD”) ตามที่กล่าวข้างต้น กลุ่มบริษัทฯ ยังมีรายได้จากการขายต่างประเทศภายใต้การดำเนินงานของ InterCarabao Limited (“ICUK”) จำนวน 23 ล้านบาท ลดลง 20 ล้านบาทหรือร้อยละ 45.8 ทั้งนี้ ICUK เผชิญกับความท้าทายเมื่อภาษีน้ำตาล (Sugar tax) มีผลใช้บังคับในเดือนเมษายน 2561 ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังรายใหญ่ออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ที่มีน้ำตาลเป็นส่วนผสมในปริมาณต่ำหลายรายการ และเร่งสร้างกระแสการตอบรับในกลุ่มผู้บริโภคด้วยการให้ส่วนลดร้านค้าและกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ดังกล่าว แม้ว่า ICUK จะสามารถนำเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวเข้าสู่ระบบเครือข่ายร้านค้าสมัยใหม่มีชื่อเสียงอย่าง Sainsbury’s ได้แล้วในเดือนเมษายน 2561 และเริ่มวางจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังรสชาติใหม่ภายใต้ชื่อ Carabao

Energy Drink Mandarin Orange



สำหรับช่วงครึ่งปีแรกของปี 2561 (1H/2561) มีรายได้จากการขายรวมจำนวน 6,977 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 793 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.8 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ชับเคลื่อนโดยรายได้จากการขายต่างประเทศ จำนวน 3,179 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 724 ล้านบาทหรือร้อยละ 29.5 ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการส่งออก CLMV จำนวน 1,064 ล้านบาท หรือร้อยละ 69.8% ซึ่งส่วนหนึ่งช่วยลดผลกระทบจากการลดลงของรายได้การส่งออกไปยังบางประเทศ ที่ได้รับผลกระทบจากสภาวะอุตสาหกรรมที่ไม่เอื้ออำนวยและอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ ในขณะที่มีรายได้จากการขายในประเทศ 3,783 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 106 ล้านบาทหรือร้อยละ 2.9 สนับสนุนโดย (1) รายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้น 176 ล้านบาท ตามความหลากหลายของผลิตภัณฑ์รับจ้างจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีราคาขายต่อหน่วยสูงขึ้น และ (2) รายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์กาแฟที่บริษัทว่าจ้างบุคคลภายนอกให้ทำการผลิตให้ มีจำนวนเพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท ซึ่งช่วยชดเชยการลดลงของรายได้จากการขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศจำนวน 78 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.7 ทั้งนี้ ธุรกิจเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ตามสภาวะตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังของประเทศไทยที่ฟื้นตัว และการเริ่มปรับกลยุทธ์การขายของกลุ่มบริษัทฯ

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นจำนวน 1,156 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31 ล้านบาทหรือร้อยละ 2.8 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 31.9 ลดลงจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 32.1 การเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นมีปัจจัยสนับสนุนจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของทั้งรายได้ และอัตรากำไรขั้นต้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตด้วยตนเองที่ปรับตัวดีขึ้นจากต้นทุนการผลิตที่ปรับตัวลดลง โดยเฉพาะในส่วนของต้นทุนน้ำตาลและบรรจุภัณฑ์

กำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ (ล้านบาท)	งวด 3 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง		งวด 6 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง	
	30 มิ.ย. 60	30 มิ.ย. 61	จำนวน	%	30 มิ.ย. 60	30 มิ.ย. 61	จำนวน	%
บริษัทฯ ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของ ตนเอง 1/	538	552	14	2.6	1,086	1,005	(80)	(7.4)
บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิต ภายใต้ เครื่องหมายการค้ารวบรวม 2/	30	22	(8)	(27.3)	56	44	(12)	(21.3)
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	23	26	3	13.7	44	56	11	25.5
กำไรขั้นต้นจากการขายในประเทศ	591	600	9	1.5	1,186	1,105	(81)	(6.8)
กำไรขั้นต้นขายต่างประเทศ	531	556	24	4.6	814	1,050	237	29.1
การขายอื่น	3	0	(2)	(87.2)	4	3	(0)	(5.5)
กำไรขั้นต้นจากการขายรวม	1,125	1,156	31	2.8	2,003	2,159	156	7.8

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

กำไรขั้นต้นจากธุรกิจในประเทศจำนวน 600 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.5 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 30.2 ลดลงจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 31.1 การลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นเป็นผลจากการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นในกลุ่มสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้ารวบรวมที่บริษัทฯ ว่าจ้างให้บุคคลภายนอกดำเนินการผลิตให้ โดยเฉพาะสินค้ากาแฟกระป๋องสำเร็จรูป (RTD coffee) ที่มีต้นทุนสินค้าสูงขึ้นจากภาษีสรรพสามิตที่ปรับตัวสูงขึ้น ในขณะที่ราคาขายยังไม่ได้มีการปรับตัวขึ้นในทุกช่องทางทางการจำหน่าย อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารได้มีนโยบายให้ความสำคัญกับอัตราผลตอบแทนจากการขาย (Return of sales) มากขึ้น ประกอบกับความนิยมในสินค้าที่เพิ่มขึ้น จึงได้มีการปรับขึ้นราคาขายสินค้ากาแฟกระป๋องสำเร็จรูป (RTD coffee) ในช่องทางทางการจัดจำหน่ายร้านค้าปลีกดั้งเดิม และหน่วยรอดเงินสดแล้ว ตั้งแต่ต้นเดือนกรกฎาคม 2561 โดยปริมาณขายกาแฟกระป๋องสำเร็จรูปกว่า 80% มาจากการจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกดั้งเดิม และหน่วยรอดเงินสดดังกล่าว



กลุ่มบริษัทฯ มีกำลังผลิตเพิ่มขึ้นจากโครงการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตของขนาดธุรกิจในระยะ 2-3 ปีข้างหน้า แต่อัตราการใช้งานในปัจจุบันยังไม่ก่อให้เกิดประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาดในส่วนของโรงงานผลิตขวดและโรงบรรจุขวด ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองในรูปแบบขวดมีต้นทุนผลิตต่อหน่วยสูงขึ้นในภาพรวมเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของต้นทุนดังกล่าวถูกชดเชยบางส่วนโดยการปรับตัวลดลงของราคาเศษแก้ว (เศษแก้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 30% ของต้นทุนการผลิตขวดแก้วที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์) โดยในเดือนมิถุนายน 2561 ราคาเศษแก้วได้ปรับตัวลดลงกว่า 10% จากช่วงปลายปี 2560 ซึ่งเป็นไปตามกลไกปริมาณความต้องการใช้และปริมาณการขายของเศษแก้วในตลาด นอกจากนี้ ยังได้รับประโยชน์จากการลดลงของราคาน้ำตาลตามทิศทางราคาน้ำตาลในตลาดโลก และการลดลงของภาษีสรรพสามิตที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งกลุ่มบริษัทฯ ได้ยกเลิกการว่าจ้างบุคคลภายนอกให้ดำเนินการบรรจุเครื่องดื่มบำรุงกำลังในรูปแบบกระป๋องไม่อัดก๊าซตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 เป็นต้นมา

จากเหตุผลที่กล่าวไว้ข้างต้น อัตรากำไรขั้นต้นของเครื่องดื่มบำรุงกำลังในรูปแบบขวดและเครื่องดื่มเกลือแร่ซึ่งบริษัท ฯ ดำเนินการผลิตด้วยตนเองสำหรับธุรกิจในประเทศเมื่อนับรวมกันแล้วอยู่ที่ร้อยละ 36.5 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 36.4 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากราคาขายเฉลี่ยที่อยู่ในระดับสูงกว่าค่าเฉลี่ยในปีก่อนหน้า ช่วยลดผลกระทบจากต้นทุนผลิตเฉลี่ยต่อขวดที่สูงขึ้น ทั้งยังปรับตัวดีขึ้นจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 35.2 ในไตรมาสที่ 1/2561 ในขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นของเครื่องดื่มบำรุงกำลังในรูปแบบขวดกระป๋องไม่อัดก๊าซและกระป๋องอัดก๊าซสำหรับธุรกิจต่างประเทศภายใต้การดำเนินงานของ CBD เมื่อนับรวมกันแล้วอยู่ที่ร้อยละ 34.5 เพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 33.6 และปรับตัวดีขึ้นจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 33.6 ในช่วงไตรมาสที่ 1/2561 โดยอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 1/2561 เป็นผลจากการประหยัดต่อขนาด และมาตรการควบคุมต้นทุนที่มีประสิทธิภาพทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตด้วยตนเองทั้งในรูปแบบขวดและกระป๋อง มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำลง จากไตรมาสก่อนหน้า

อัตรากำไรขั้นต้น	งวด 3 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่		งวด 6 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่	
	30 มิ.ย. 60	30 มิ.ย. 61	30 มิ.ย. 60	30 มิ.ย. 61
จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ)				
บริษัทฯ ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	36.4	36.5	37.4	35.9
บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้ารวบรวม 2/	13.1	9.5	12.9	9.4
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	12.0	10.8	13.1	10.8
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายในประเทศ	31.1	30.2	32.3	29.2
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายต่างประเทศ	33.7	33.9	33.1	33.0
การขายอื่น	9.5	16.8	7.1	23.0
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายรวม	32.1	31.9	32.4	30.9

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่
2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

ต้นทุนขายของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับรอบ 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561 จำแนกออกเป็น 2 องค์ประกอบหลักดังต่อไปนี้



1. ต้นทุนผันแปร (Variable cost component) เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณขาย ประกอบไปด้วย (1) วัตถุดิบและวัสดุหีบห่อที่ใช้ในการผลิตและ (2) ต้นทุนการซื้อผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัท รับผิดชอบจัดจำหน่ายและอื่นๆ เมื่อนับรวมกันแล้วต้นทุนผันแปรคิดเป็นสัดส่วนต่อต้นทุนขายประมาณร้อยละ 85

1.1 วัตถุดิบและวัสดุหีบห่อใช้ในการผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่คือ (1) หัวเชื้อ น้ำตาลทราย คาเฟอีน ทอรีน วิตามินและวัตถุดิบอื่น และ (2) ขวดแก้ว ฝาขวด กระจบอง ฝากระจบอง วัสดุหีบห่ออื่นและภาษีที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่วัตถุดิบใช้ในการผลิตขวดแก้วสีขาวคือ (3) เศษแก้ว โซดาแอช ทรายและวัตถุดิบอื่น เมื่อนับรวมกันแล้ววัตถุดิบและวัสดุหีบห่อคิดเป็นสัดส่วนต่อต้นทุนขายประมาณร้อยละ 67

1.2 ต้นทุนการซื้อผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัท รับผิดชอบจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกคิดเป็นสัดส่วนต่อต้นทุนขายประมาณร้อยละ 18

2. ต้นทุนแปลงสภาพ (Conversion cost component) คือ ค่าแรง ค่าเชื้อเพลิง ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ค่าซ่อมบำรุงรักษาและค่าใช้จ่ายอื่น เมื่อนับรวมกันแล้วต้นทุนแปลงสภาพคิดเป็นสัดส่วนต่อต้นทุนขายประมาณร้อยละ 15 โดยค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายที่รับรู้เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนขายของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัท ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองทั้งสำหรับธุรกิจในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 100 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 56 ล้านบาทหรือร้อยละ 130.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 9 ล้านบาทหรือร้อยละ 10.2 จากไตรมาส 1/2561 สาเหตุเกิดจากการทยอยรับรู้ค่าเสื่อมราคาที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการลงทุนในโครงการขยายกำลังผลิตโรงบรรจุกระจบองและโรงผลิตขวดแก้วสีขาวในเดือนกรกฎาคม 2560 และเดือนธันวาคม 2560 ตามลำดับ รวมถึงค่าเสื่อมราคาที่เกี่ยวข้องกับโครงการขยายกำลังผลิตโรงบรรจุขวดในเดือนมีนาคม 2561 ส่งผลให้ค่าเสื่อมของอาคารโรงงาน เครื่องจักรและอุปกรณ์หลัก ถูกรับรู้เข้ามาเกือบครบทั้งจำนวนแล้วในไตรมาส 2/2561

3. ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

กลุ่มบริษัท มีค่าใช้จ่ายขายและบริหารจำนวน 919 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 182 ล้านบาทหรือร้อยละ 24.7 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมที่ร้อยละ 25.3 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนที่ร้อยละ 21.0 ปัจจุบันหลักเกิดจากการที่กลุ่มบริษัท มีการรับรู้ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันฟุตบอล English Football League (EFL) ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2560, การรับรู้ค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกในประเทศกึ่งหนึ่งในไตรมาสนี้ และค่าใช้จ่ายการทำกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์คาราบาวในตลาดสหราชอาณาจักร (United Kingdom; UK)

ค่าใช้จ่ายขายจำนวน 715 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 147 ล้านบาทหรือร้อยละ 25.8 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 19.7 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนที่ร้อยละ 16.2 แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ (2) ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายทั้งในส่วนที่ดำเนินการภายใต้ CBD และในส่วนที่ดำเนินการภายใต้ ICUK สำหรับตลาดในประเทศอังกฤษ และ (3) ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานขาย ค่าใช้จ่ายสำคัญดังกล่าวมีส่วนผสมของค่าใช้จ่ายคงที่และค่าใช้จ่ายผันแปรตามรายได้จากการขายที่เกี่ยวข้องตามแผนธุรกิจ

ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ ประกอบไปด้วย Chelsea Football Club Limited (CFC) English Football League (EFL) และ Reading Football Club (RFC) จำนวน 159 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27 ล้านบาท สาเหตุเกิดจากการที่กลุ่มบริษัท เริ่มรับรู้ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุน English Football League (EFL) เป็นครั้งแรกในเดือนมิถุนายน 2560 ทั้งนี้ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนฟุตบอลต่างประเทศซึ่งรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายผ่านงบกำไรขาดทุนรวมตามเงื่อนไขการชำระเงินและประโยชน์



เชิงเศรษฐกิจที่กลุ่มบริษัทฯ พึ่งได้รับจะเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2561 และทยอยลดลงตั้งแต่ในปี 2562 เป็นต้นไปภายใต้เงื่อนไขปัจจุบันของสัญญาการเป็นผู้สนับสนุนทั้ง 3 รายการที่กล่าวข้างต้น

ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่เป็นของ CBD จำนวน 201 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 55 ล้านบาทหรือร้อยละ 37.5 แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าใช้จ่ายปฏิบัติการภาคสนามของทีมงานสาวขาวแดงในพื้นที่การค้าสำคัญทั่วประเทศจำนวน 62 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3 ล้านบาทหรือร้อยละ 4.9 จากการทำกิจกรรมภาคสนามมากขึ้น (2) ค่าสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ จำนวน 68 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49 ล้านบาท ปัจจัยหลักจากการรับรู้ค่าสนับสนุนการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายในประเทศ กึ่งหนึ่งจำนวน 24 ล้านบาทในไตรมาสนี้ และค่าสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารกับกลุ่มคนรุ่นใหม่และยกระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าคาราบาวในประเทศให้ดูทันสมัยมากขึ้น จำนวน 20 ล้านบาท ควบคู่กับการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่คือ คาราบาวกลิ้งกรีนแอปเปิ้ลในรูปแบบกระป๋องประเภทอัดก๊าซ (Carbonated Carabao Green Apple) (3) ค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือจำนวน 71 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3 ล้านบาทหรือร้อยละ 4.5 ใช้ไปกับกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการเติบโตของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ ในทุกช่องทางทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจในประเทศเป็นหลัก

ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่เป็นของ ICUK สำหรับตลาดในประเทศอังกฤษจำนวน 153 ล้านบาท แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าจ้างดำเนินการสนับสนุนการกระจายผลิตภัณฑ์เข้าถึงจุดขายตามร้านค้าโดยตรง (Field Sales) จำนวน 26 ล้านบาท (2) ค่าใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ตัวอย่างลองชิม (Sampling) จำนวน 13 ล้านบาท และ (3) ค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือจำนวน 115 ล้านบาทใช้ไปกับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามจุดขายเพื่อสร้างการรับรู้ ประสิทธิภาพและความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ ก่อนเริ่มฤดูกาลแข่งขันกีฬาฟุตบอลใน UK

ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานขายจำนวน 202 ล้านบาท ลดลง 22 ล้านบาทหรือร้อยละ 9.8 จากค่าขนส่งและโลจิสติกส์ที่ลดลงจำนวน 18 ล้านบาท สอดคล้องกับรายได้การส่งออกเครื่องดื่มบำรุงกำลังไปยังตลาดจีน อาฟกานิสถานและเยเมนที่ลดลง

ค่าใช้จ่ายบริหารจำนวน 204 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 36 ล้านบาทหรือร้อยละ 21.2 โดยในจำนวนดังกล่าวได้รวมค่าใช้จ่ายการบริหารของบริษัท เอเชีย แคน แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด (“ACM”) จำนวน 12 ล้านบาท ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงงานก่อสร้าง ติดตั้งเครื่องจักรและเตรียมความพร้อมของระบบสนับสนุนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์ในช่วงไตรมาส 4/2561 ตามแผน โดยคาดว่าจะมีปริมาณการผลิต 100 ล้านกระป๋องในปีนี้ และผู้บริหารเชื่อว่าศักยภาพการผลิตกระป๋องอลูมิเนียมของ ACM ภายใต้การบริหารงานของทีมงานชาวญี่ปุ่น จะทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนบรรจุภัณฑ์ลดลงได้ในระยะยาว ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายบริหารสามารถแบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าใช้จ่ายพนักงานจำนวน 135 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 30 ล้านบาทหรือร้อยละ 28.4 สอดคล้องกับจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามกำลังคนและการปรับฐานเงินเดือนในแต่ละคราวตามนโยบายบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของกลุ่มบริษัทฯ และ (2) ค่าใช้จ่ายบริหารอื่น ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ค่าเดินทาง ค่าบริการ ค่าที่ปรึกษาและอื่นๆ จำนวน 69 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6 ล้านบาทหรือร้อยละ 9.2

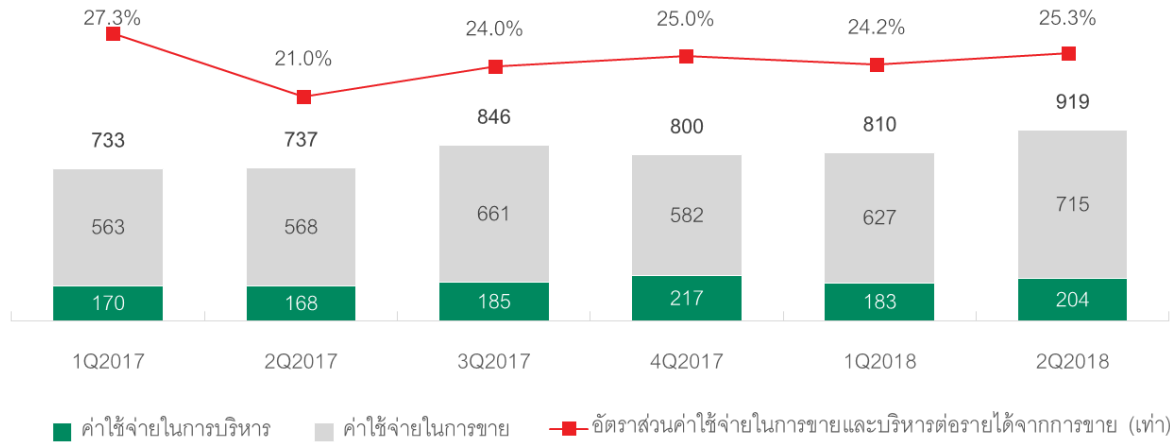
สำหรับ 1H/2561 ค่าใช้จ่ายขายและบริหารรวมจำนวน 1,729 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 260 ล้านบาทหรือร้อยละ 17.7 โดยคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมอยู่ที่ร้อยละ 24.8 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23.8 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

ค่าใช้จ่ายขายรวม 1,342 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 210 ล้านบาทหรือร้อยละ 18.6 สาเหตุหลักจากปัจจัย (1) การเริ่มรับรู้ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุน English Football League (EFL) เป็นครั้งแรกในเดือนมิถุนายน 2560 (2) การรับรู้ค่าสนับสนุนการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายในประเทศ กึ่งหนึ่งจำนวน 24 ล้านบาท (3) ค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะใน ICUK เพื่อ



ประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้าของเครื่องตี๋มบำรุงกำลังภายใต้ตราสินค้าคาราบาวให้เป็นที่รู้จักและส่งเสริมการขายเพื่อให้เกิดการทดลองตี๋มในตลาด UK

ค่าใช้จ่ายบริหารรวม 387 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49 ล้านบาทหรือร้อยละ 14.6 จากปัจจัย (1) ค่าใช้จ่ายในการบริหารของ ACM ซึ่งอยู่ในช่วงการก่อสร้าง ติดตั้งเครื่องจักรและเตรียมความพร้อมของระบบงานสนับสนุน จำนวน 21 ล้านบาท (2) ค่าใช้จ่ายพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามกำลังคนและการปรับฐานเงินเดือนในแต่ละคราวตามนโยบายบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของกลุ่มบริษัทฯ ค่าใช้จ่ายขายและบริหารในแต่ละไตรมาสเมื่อเทียบเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมของกลุ่มบริษัทฯ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

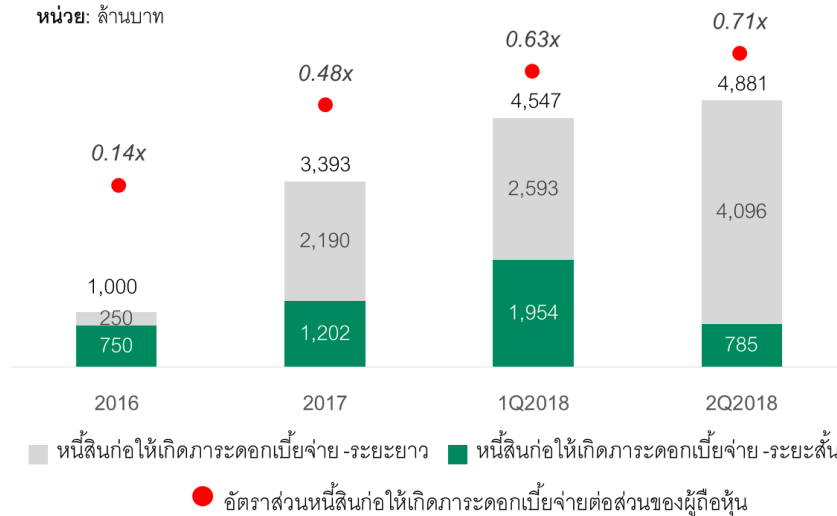


อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีนโยบายให้ความสำคัญกับอัตราผลตอบแทนจากการขาย โดยมุ่งเน้นการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

เหตุการณ์ที่อาจจะมีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการขายของกลุ่มบริษัทฯ คือ การเป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายในประเทศในช่วงถ่ายทอดการแข่งขัน มีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหมดประมาณ 47 ล้านบาท ซึ่งมีการรับรู้ไปแล้วครึ่งหนึ่งในเดือนมิถุนายน และจะรับรู้อีกครึ่งหนึ่งกรกฎาคม 2561 ทั้งนี้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แบรนด์สินค้าของบริษัทฯ ในกลุ่มคนรุ่นใหม่มากขึ้น สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ในการเป็นสินค้าระดับโลก แบรินด์ระดับโลก (World Class Product, World Class Brand) โดยเครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้เล่นในเครื่องตี๋มบำรุงกำลังเพียงรายเดียวที่สนับสนุนการถ่ายทอดสดในประเทศครั้งนี้

4. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงินจำนวน 27 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นอย่างมีสาระสำคัญดังกล่าวเกิดจากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีปริมาณความต้องการใช้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มสูงขึ้นเพื่อบริหารจัดการสภาพคล่อง รวมถึงการใช้เป็นแหล่งเงินทุนสนับสนุนการลงทุนขยายการผลิตเชิงบูรณาการแนวตั้งตามวงจรธุรกิจที่อยู่ในช่วงเวลาแห่งการเติบโตขององค์กร สำหรับ 1H/2561 ค่าใช้จ่ายทางการเงินรวมจำนวน 51 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 41 ล้านบาท โดยมีสาเหตุจากการทยอยเบิกใช้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้นเพื่อสนับสนุนการลงทุนขยายการผลิต กล่าวคือ กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายจำนวน 4,881 ล้านบาท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 เพิ่มขึ้นจาก 3,393 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ส่งผลให้อัตราร้อยหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.71 เท่า เพิ่มขึ้นจาก 0.48 เท่า ตามลำดับ โดยสามารถสรุปได้ดังรูปด้านล่าง



ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการออกและจำหน่ายหุ้นกู้ในช่วงเดือน มิถุนายนและกรกฎาคม 2561 ในมูลค่ารวม 2,790 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นกู้จำนวน 1,700 ล้านบาทที่จะครบกำหนดในเดือนมิถุนายน 2563 และอีกจำนวน 1,090 ล้านบาทที่จะครบกำหนดในเดือนมิถุนายน 2564 ซึ่งเงินส่วนเพิ่มดังกล่าวจะนำไปใช้คืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินในจำนวนประมาณ 1,800 ล้านบาท และส่วนที่เหลือถูกนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ส่งผลให้สภาพคล่องของบริษัทฯ ปรับตัวดีขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นในอัตราส่วนสภาพคล่องที่ปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ 0.83 เท่า เพิ่มขึ้นจาก 0.67 เท่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ทั้งยังคาดว่าจะช่วยให้ต้นทุนทางการเงินมีอัตราที่ลดลงในภาพรวมในช่วงครึ่งหลังของปี 2561

5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวน 82 ล้านบาท ลดลง 23 ล้านบาท ส่งผลให้อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงบนงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 34.1 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24.3 เนื่องจากบริษัทย่อยในประเทศมีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มขึ้นตามผลกำไรจากการดำเนินงานที่ดีขึ้น ขณะที่บริษัทย่อยในต่างประเทศมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานเป็นจำนวนสูงขึ้น สำหรับ 1H/2561 ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลรวมจำนวน 161 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3 ล้านบาท คิดเป็นอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงบนงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 35.8 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.0 ด้วยเหตุผลเดียวกันกับที่กล่าวข้างต้น

6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

กำไรสุทธิจำนวน 158 ล้านบาท ลดลง 169 ล้านบาทหรือร้อยละ 51.7 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 4.4 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 9.3 เป็นผลจากการปรับตัวสูงขึ้นของค่าใช้จ่ายขายและบริหาร ซึ่งในจำนวนที่เพิ่มขึ้นหลักเกิดจากบริษัทย่อยในต่างประเทศ และส่วนหนึ่งจากค่าใช้จ่ายทางการตลาดในประเทศที่เพิ่มขึ้นในช่วงการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย ประกอบกับค่าใช้จ่ายทางการเงินที่เพิ่มสูงขึ้นตามที่กล่าวข้างต้น

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ จำนวน 210 ล้านบาท ลดลง 216 ล้านบาทหรือร้อยละ 50.7 มีสาเหตุหลักจากการรับรู้ผลขาดทุนที่เพิ่มขึ้นของบริษัทย่อยในต่างประเทศ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ICUK และสะท้อนสัดส่วนการถือหุ้นที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.0 เป็นร้อยละ 84.3 ตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 เป็นต้นมา



สำหรับ 1H/2561 กลุ่มบริษัท ฯ มีกำไรสุทธิรวมจำนวน 288 ล้านบาท ลดลง 162 ล้านบาทหรือร้อยละ 35.9 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 4.1 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 7.3 และกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัท ฯ จำนวน 390 ล้านบาท ลดลง 257 ล้านบาทหรือร้อยละ 39.7 ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวข้างต้น

ฐานะการเงินรวมของกลุ่มบริษัท ฯ สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561 เมื่อเทียบกับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

สินทรัพย์

กลุ่มบริษัท ฯ มีสินทรัพย์รวม จำนวน 14,342 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,822 ล้านบาทหรือร้อยละ 14.6 จาก 12,520 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ จำนวน 1,299 ล้านบาทหรือร้อยละ 13.5 ซึ่งเป็นผลมาจากกลุ่มบริษัท ฯ มีการจ่ายค่าก่อสร้างและเครื่องจักรระหว่างติดตั้งของโรงงานผลิตกระป๋องอูมิเนียมและโรงงานบรรจุขวดในรอบบัญชีดังกล่าว

หนี้สิน

กลุ่มบริษัท ฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 7,450 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 1,936 ล้านบาทหรือร้อยละ 35.1 จาก 5,515 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 จากกลุ่มบริษัท ฯ มีการออกจำหน่ายหุ้นกู้ในเดือน มิถุนายน มูลค่าสุทธิ 2,416 ล้านบาท และมีการชำระคืนเงินกู้ยืมสถาบันการเงินไปจำนวนหนึ่ง โดยกลุ่มบริษัท ฯ มีหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายรวมทั้งสิ้น 4,881 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราส่วนหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 0.71 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.48 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 1.08 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.79 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

พงศานติ คล่องวัฒนกิจ

(พงศานติ คล่องวัฒนกิจ)

ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน