



CBG 044/2561

วันที่ 9 พฤศจิกายน 2561

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวด 3 เดือนและ 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “CBG”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ บริษัทย่อยในประเทศและบริษัทย่อยต่างประเทศ (“กลุ่มบริษัทฯ”) สำหรับงวด 3 เดือนและ 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 ดังต่อไปนี้

ผลการดำเนินงานรวมของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับงวด 3 เดือนและ 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า

1. รายได้จากการขาย

สำหรับไตรมาสที่ 3/2561 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมจำนวน 3,638 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 116 ล้านบาทหรือร้อยละ 3.3 จำแนกออกเป็นธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณร้อยละ 55:45 โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายเครื่องดื่มน้ำปรุงกำลัง 3,199 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 54 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.7 จำแนกออกเป็นธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณร้อยละ 50:50

รายได้จากการขาย	งวด 3 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง		งวด 9 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง	
	30 ก.ย. 60	30 ก.ย. 61	จำนวน	%	30 ก.ย. 60	30 ก.ย. 61	จำนวน	%
บริษัทฯ ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของ								
ตนเอง 1/	1,605	1,609	4	0.2	4,511	4,410	(101)	(2.2)
บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิต ภายใต้								
เครื่องหมายการค้าคาราบาว 2/	241	176	(65)	(26.9)	673	643	(30)	(4.4)
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	205	234	29	14.0	544	749	204	37.5
รายได้ขายในประเทศ	2,051	2,019	(33)	(1.6)	5,728	5,802	74	1.3
รายได้ขายต่างประเทศ	1,471	1,597	126	8.5	3,927	4,776	849	21.6
การขายอื่น	0	23	22	n/m	52	38	(15)	(27.8)
รายได้จากการขายรวม	3,523	3,638	116	3.3	9,707	10,615	909	9.4

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่
2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

รายได้จากการขายในประเทศจำนวน 2,019 ล้านบาท ลดลง 33 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.6 จากการลดลงของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวเป็นหลัก โดยเฉพาะในส่วนของกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มที่มีรายได้จากการขายคิดเป็นส่วนใหญ่ของกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ ลดลง 53 ล้านบาทหรือร้อยละ 28.2 จากการปรับขึ้นราคาขายในช่องทางร้านค้าดั้งเดิม (Traditional Trade) และช่องทางหน่วยรถเงินสด (Cash Van) ซึ่งเริ่มมีผลตั้งแต่วันที่ต้นเดือน



กรกฎาคม การปรับขึ้นราคาขายกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มสะท้อนต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้นจากภาษีสรรพสามิต และเป็นไปตามนโยบายการบริหารอัตราผลตอบแทนให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้และเหมาะสมตามสภาพอุตสาหกรรม ในขณะที่รายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกจำนวน 234 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29 ล้านบาทหรือร้อยละ 14.0 จากความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการยกระดับภาพลักษณ์เครื่องหมายการค้า “คาราบาว” ในประเทศให้ดูทันสมัยเพื่อเข้าถึงและขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ผ่านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ครอบคลุมทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ควบคู่ไปกับปฏิบัติการส่งเสริมการขายและงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้องในหลายช่องทาง ส่งผลให้ธุรกิจเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศของกลุ่มบริษัทฯ กลับมาฟื้นตัวอย่างชัดเจนในช่วงไตรมาส 2/2561 กล่าวคือ มีการเติบโตในอัตราร้อยละ 2.8 ในช่วงไตรมาส 2/2561 สะท้อนพัฒนาการที่ดีขึ้นจากการหดตัวในอัตราร้อยละ 8.9 ในช่วงไตรมาส 1/2561 แม้กระนั้นแนวโน้มการฟื้นตัวธุรกิจเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศของกลุ่มบริษัทฯ ได้รับแรงกดดันจากสภาพแห่งการชะลอตัวของตลาดภาพรวมในช่วงไตรมาส 3/2561 โดยอ้างอิงข้อมูลปริมาณขายทอดสุดท้ายไปสู่ผู้บริโภคจาก Nielsen ณ สิ้นเดือนกันยายน 2561 ระบุว่าเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศเติบโตในอัตราร้อยละ 0.4 ในช่วงไตรมาส 2/2561 ปรับตัวดีขึ้นจากการหดตัวในอัตราร้อยละ 3.6 ในช่วงไตรมาส 1/2561 อย่างไรก็ตาม หดตัวในอัตราร้อยละ 2.5 ในเดือนกันยายน เป็นผลให้ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศมีสถานะทรงตัวในไตรมาส 3/2561 ความท้าทายจากปัจจัยภายนอกดังกล่าวเป็นหนึ่งในสาเหตุหลักที่ทำให้เครื่องดื่มบำรุงกำลังที่มีรายได้จากการขายคิดเป็นส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการผลิตรายได้เครื่องหมายการค้าของตนเองเติบโตเพียงเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.4

รายได้จากการขายต่างประเทศจำนวน 1,597 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 126 ล้านบาทหรือร้อยละ 8.5 ชับเคลื่อนโดยตลาดส่งออกเดิม โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศ CLMV กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการส่งออกขายไปยังกลุ่มประเทศ CLMV จำนวน 1,355 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 533 ล้านบาทหรือร้อยละ 64.9 มีแรงสนับสนุนสำคัญจากประเทศกัมพูชาที่เพิ่มขึ้น 572 ล้านบาทหรือร้อยละ 94.5 และจากประเทศเมียนมาร์ที่เพิ่มขึ้น 63 ล้านบาทหรือร้อยละ 91.8 ในขณะที่รายได้จากการส่งออกขายไปยังประเทศจีนจำนวน 115 ล้านบาทหรือเทียบเท่าปริมาณขาย 17 ล้านหน่วย (เครื่องดื่มบำรุงกำลังชนิดขวดและกระป๋องไม่อัดก๊าซรวมกัน) นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีรายได้จากการส่งออกขายไปยังประเทศอัฟกานิสถานและเยเมนรวมกันแล้วเป็นจำนวน 58 ล้านบาท และจากตลาดใหม่ในประเทศอื่นรวมกันแล้วเป็นจำนวน 23 ล้านบาท ตลาดส่งออกใหม่ดังกล่าวแม้ว่าในปัจจุบันยังมีฐานยอดขายขนาดเล็กแต่เป็นการต่อยอดโอกาสการสร้างอัตราการเติบโตของธุรกิจต่างประเทศอย่างมีศักยภาพในระยะยาว นอกเหนือไปจากรายได้จากการขายต่างประเทศที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท คาราบาวตะวันตก จำกัด (“CBD”) ตามที่กล่าวข้างต้น กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายต่างประเทศภายใต้การดำเนินงานของ InterCarabao Limited (“ICUK”) จำนวน 45 ล้านบาท ลดลง 51 ล้านบาทหรือร้อยละ 53.1 การลดลงดังกล่าวเกิดจากตลาดนอกประเทศอังกฤษที่ลดลงเป็นหลัก ทั้งนี้ ICUK มีรายได้จากการขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศอังกฤษจำนวน 39 ล้านบาท ลดลง 4 ล้านบาทหรือร้อยละ 10.2 สืบเนื่องจากการที่ ICUK มุ่งเน้นการสร้างรายได้จากการขายผ่านร้านค้าปลีกที่มีเครือข่ายและฐานลูกค้าขนาดใหญ่ (Grocery Chain Store) เป็นหลัก ซึ่งมีราคาขายสุทธิเฉลี่ยเป็นปกติของธุรกิจในระดับที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับร้านค้าประเภทอื่น แม้ว่าการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขายและการตลาดของ ICUK ดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อปริมาณขายของ ICUK ในประเทศอังกฤษ (ปริมาณขายจำนวน 0.74 ล้านกระป๋องต่อเดือน ลดลงจาก 0.87 ล้านกระป๋องต่อเดือนในช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า แต่เพิ่มขึ้นจาก 0.58 ล้านกระป๋องในไตรมาส 2/2561) แต่กลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่าการบริหารอัตราผลตอบแทนให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้และเหมาะสมตามสภาพอุตสาหกรรม ควบคู่ไปกับความรู้ชำนาญแบบเฉพาะเจาะจงในการพัฒนาธุรกิจกับ



ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพการเติบโตสูงอย่าง Grocery Chain Store จะเป็นปัจจัยบวกต่อการประกอบธุรกิจของ ICUK ให้ประสบความสำเร็จในระยะยาว

สำหรับช่วง 9 เดือนแรกปี 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมจำนวน 10,615 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 909 ล้านบาทหรือร้อยละ 9.4 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน ขยับเคลื่อนโดยรายได้จากการขายต่างประเทศจำนวน 4,776 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 849 ล้านบาทหรือร้อยละ 21.6 โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญจากธุรกิจต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศ CLMV ที่เพิ่มขึ้น 1,597 ล้านบาทหรือร้อยละ 68.1 ซึ่งส่วนหนึ่งช่วยลดผลกระทบจากการลดลงของรายได้จากการส่งออกไปยังตลาดประเทศอื่นที่ได้รับผลกระทบจากสภาพอุตสาหกรรมที่ไม่เอื้ออำนวยและ/หรืออยู่ในช่วงเริ่มต้นของการสร้างพัฒนาการรับรู้ต่อเครื่องหมายการค้าและตัวผลิตภัณฑ์ในเชิงคุณภาพ รายได้จากการขายในประเทศ 5,802 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 74 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.3 ขยับเคลื่อนโดยรายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายจำนวน 749 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 204 ล้านบาทหรือร้อยละ 37.5 ตามแผนการเพิ่มทางเลือกที่มีคุณภาพให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งในขณะเดียวกันเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาขายต่อหน่วยสูงและเป็นปัจจัยบวกช่วยชดเชยการลดลงของกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นในประเทศ

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

สำหรับไตรมาสที่ 3/2561 กำไรขั้นต้นจำนวน 1,208 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 59 ล้านบาทหรือร้อยละ 5.1 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 33.2 เพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 32.6 การเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นรวมเป็นผลจากพัฒนาการทั้งธุรกิจในประเทศและต่างประเทศ

กำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ (ล้านบาท)	งวด 3 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง		งวด 6 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง	
	30 ก.ย. 60	30 ก.ย. 61	จำนวน	%	30 ก.ย. 60	30 ก.ย. 61	จำนวน	%
บริษัทฯ ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	589	596	7	1.2	1,674	1,602	(73)	(4.3)
บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าราว 2/	30	25	(5)	(15.4)	86	69	(17)	(19.2)
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	23	24	2	7.6	67	80	13	19.4
กำไรขั้นต้นจากการขายในประเทศ	642	646	4	0.7	1,827	1,751	(76)	(4.2)
กำไรขั้นต้นขายต่างประเทศ	508	553	45	8.8	1,322	1,603	281	21.3
การขายอื่น	-	9	9	n/m	4	13	9	n/m
กำไรขั้นต้นจากการขายรวม	1,150	1,208	59	5.1	3,153	3,367	214	6.8

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

กำไรขั้นต้นจากธุรกิจในประเทศจำนวน 646 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.7 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 32.0 เพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 31.3 การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นเป็นผลจากประสิทธิภาพการผลิตที่ดีขึ้นในผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง ประกอบกับการปรับขึ้นราคาขายกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มในช่องทางร้านค้าดั้งเดิม (Traditional Trade) และช่องทางหน่วยรถเงินสด (Cash Van)

กำไรขั้นต้นจากธุรกิจต่างประเทศจำนวน 553 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 45 ล้านบาทหรือร้อยละ 8.8 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 34.6 ทวงตัวจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 34.5 โดยอัตรากำไรขั้นต้นของเครื่องดื่มบำรุงกำลังในรูปแบบขวด กระทบไม่มากนัก และกระทบอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับธุรกิจต่างประเทศภายใต้การดำเนินงานของ CBD เมื่อนับรวมกันแล้วอยู่ที่ร้อยละ 34.8 เพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 34.3



อัตรากำไรขั้นต้น	งวด 3 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่		งวด 9 เดือนสิ้นสุด ณ วันที่	
	30 ก.ย. 60	30 ก.ย. 61	30 ก.ย. 60	30 ก.ย. 61
จำนวนรายการกลุ่มผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ)				
บริษัทฯ ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของ				
ตนเอง 1/	36.7	37.1	37.1	36.3
บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิต ภายใต้				
เครื่องหมายการค้าคาราบาว 2/	12.5	14.4	12.8	10.8
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	11.1	10.5	12.3	10.7
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายในประเทศ	31.3	32.0	31.9	30.2
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายต่างประเทศ	34.5	34.6	33.7	33.6
การขายอื่น	-	41.6	7.1	34.1
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายรวม	32.6	33.2	32.5	31.7

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่
2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

อัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นในผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการผลิตด้วยตนเอง ได้แก่ เครื่องดื่มบำรุงกำลังในรูปแบบขวด และกระป๋องสำหรับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ สะท้อนการบริหารจัดการโรงงานแห่งใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ต้นน้ำจากโรงผลิตขวดแก้วสีชาไปจนถึงโรงบรรจุขวดและกระป๋องสินค้าสำเร็จรูป ก่อให้เกิดประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาดตามการเพิ่มขึ้นในภาพรวมของอัตราการใช้กำลังผลิต ประกอบกับวัตถุดิบและหีบห่อรายการสำคัญที่กลุ่มบริษัทฯ จัดหาจากบริษัทคู่ค้ามีราคาปรับตัวลดลง อนึ่ง บริษัท เอเชีย แคน แมนูแฟคเจอร์ จำกัด (“ACM”) ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และ SHOWA DENKO ได้ผ่านกระบวนการทดลองผลิต (Test Run) และเข้าสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ เป็นที่เรียบร้อยในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา โดยผู้บริหารเชื่อว่าศักยภาพการผลิตกระป๋องอลูมิเนียมภายใต้ความเชี่ยวชาญและการบริหารจัดการของทีมงานชาวญี่ปุ่นจะทำให้กลุ่มบริษัทฯ ลดการพึ่งพิงการจัดหากระป๋องอลูมิเนียมจากบุคคลภายนอกและมีต้นทุนการผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่ใช้กระป๋องอลูมิเนียมเป็นบรรจุภัณฑ์ลดลงในระยะยาว

3. ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายขายและบริหารจำนวน 914 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 69 ล้านบาทหรือร้อยละ 8.1 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมที่ร้อยละ 25.1 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนที่ร้อยละ 24.0 ปัจจัยหลักเกิดจากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีการรับรู้ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันฟุตบอล English Football League (EFL) ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2560, การรับรู้ค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกในประเทศกึ่งหนึ่งหรือเทียบเท่าจำนวน 24 ล้านบาทในไตรมาสนี้ และค่าใช้จ่ายการทำกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์คาราบาวและขยายการตลาดผลิตภัณฑ์คาราบาวในตลาดสหราชอาณาจักร (United Kingdom; UK)

ค่าใช้จ่ายขายจำนวน 703 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 44 ล้านบาทหรือร้อยละ 6.7 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 19.3 เพิ่มจากสัดส่วนที่ร้อยละ 18.7 โดยแบ่งเป็นรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่สำคัญดังนี้

(1) ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ

ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ ประกอบไปด้วย Chelsea Football Club Limited (CFC) English Football League (EFL) และ Reading Football Club (RFC) จำนวน 158 ล้านบาท ทั้งนี้ ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนฟุตบอลต่างประเทศซึ่งรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายผ่านงบกำไรขาดทุนรวมตามเงื่อนไขการ



ชำระเงินและประโยชน์เชิงเศรษฐกิจที่กลุ่มบริษัทฯ พึ่งได้รับจะเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2561 และทยอยลดลงตั้งแต่นั้นปี 2562 เป็นต้นไปภายใต้เงื่อนไขปัจจุบันของสัญญาการเป็นผู้สนับสนุนทั้ง 3 รายการที่กล่าวข้างต้น

(2) ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายทั้งในส่วนที่ดำเนินการภายใต้ CBD และในส่วนที่ดำเนินการภายใต้ ICUK สำหรับตลาดในประเทศอังกฤษ

a. ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่เป็นของ CBD จำนวน 162 ล้านบาท ลดลง 19 ล้านบาทหรือร้อยละ 10.3 แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าใช้จ่ายปฏิบัติการภาคสนามของทีมงานสาวขาวแดงในพื้นที่การค้าสำคัญทั่วประเทศจำนวน 62 ล้านบาท ลดลง 1 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.0 ผันแปรไปตามการทำกิจกรรมภาคสนามในแต่ละช่วงเวลา (2) ค่าสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ จำนวน 61 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22 ล้านบาท ปัจจัยหลักจากการรับรู้ค่านับสนุนการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายในประเทศ กึ่งหนึ่งจำนวน 24 ล้านบาทในไตรมาสนี้ (3) ค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือจำนวน 39 ล้านบาท ลดลง 40 ล้านบาทหรือร้อยละ 50.7 ใช้ไปกับกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการเติบโตของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ ในทุกช่องทางทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจในประเทศเป็นหลัก ซึ่งจะผันแปรไปกับแผนกิจกรรมการส่งเสริมการขายในแต่ละช่วงเวลา

b. ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่เป็นของ ICUK สำหรับตลาดในประเทศอังกฤษจำนวน 178 ล้านบาท แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าจ้างดำเนินการสนับสนุนการกระจายผลิตภัณฑ์เข้าสู่จุดขายตามร้านค้าโดยตรง (Field Sales) จำนวน 24 ล้านบาท (2) ค่าใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ตัวอย่างลงชิม (Sampling) จำนวน 15 ล้านบาท และ (3) ค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือจำนวน 139 ล้านบาทใช้ไปกับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามจุดขายเพื่อสร้างการรับรู้ ประสิทธิภาพและความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์

(3) ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานขาย ค่าใช้จ่ายสำคัญดังกล่าวมีส่วนผสมของค่าใช้จ่ายคงที่และค่าใช้จ่ายผันแปรตามรายได้จากการขายที่เกี่ยวข้องตามแผนธุรกิจ โดยค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานขายมีจำนวน 205 ล้านบาท ลดลง 21 ล้านบาทหรือร้อยละ 9.3 จากค่าขนส่งและโลจิสติกส์ที่ลดลงจำนวน 23 ล้านบาท สอดคล้องกับรายได้การส่งออกเครื่องดื่มบำรุงกำลังไปยังตลาดจีน อาฟกานิสถานและเยเมนที่ลดลง

ค่าใช้จ่ายบริหารจำนวน 210 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 24 ล้านบาทหรือร้อยละ 13.2 โดยในจำนวนดังกล่าวได้รวมค่าใช้จ่ายการบริหารของบริษัท เอเชีย แคน แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด (“ACM”) จำนวน 18 ล้านบาท ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงงานก่อสร้าง ติดตั้งเครื่องจักรและเตรียมความพร้อมของระบบสนับสนุนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์ในช่วงไตรมาส 4/2561 และผู้บริหารเชื่อว่าศักยภาพการผลิตกระป๋องอลูมิเนียมของ ACM ภายใต้การบริหารงานของทีมงานชาวญี่ปุ่น จะทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนบรรจุก้นต์ลดลงได้ในระยะยาว ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายบริหารสามารถแบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าใช้จ่ายพนักงานจำนวน 136 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20 ล้านบาทหรือร้อยละ 17.5 สอดคล้องกับจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อเตรียมความพร้อมระบบงานสนับสนุนของ ACM และตามแผนกำลังคนและการปรับฐานเงินเดือนในแต่ละควอเตอร์ตามนโยบายบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของกลุ่มบริษัทฯ และ (2) ค่าใช้จ่ายบริหารอื่น ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ค่าเดินทาง ค่าบริการ ค่าที่ปรึกษาและอื่นๆ จำนวน 75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4 ล้านบาทหรือร้อยละ 6.2

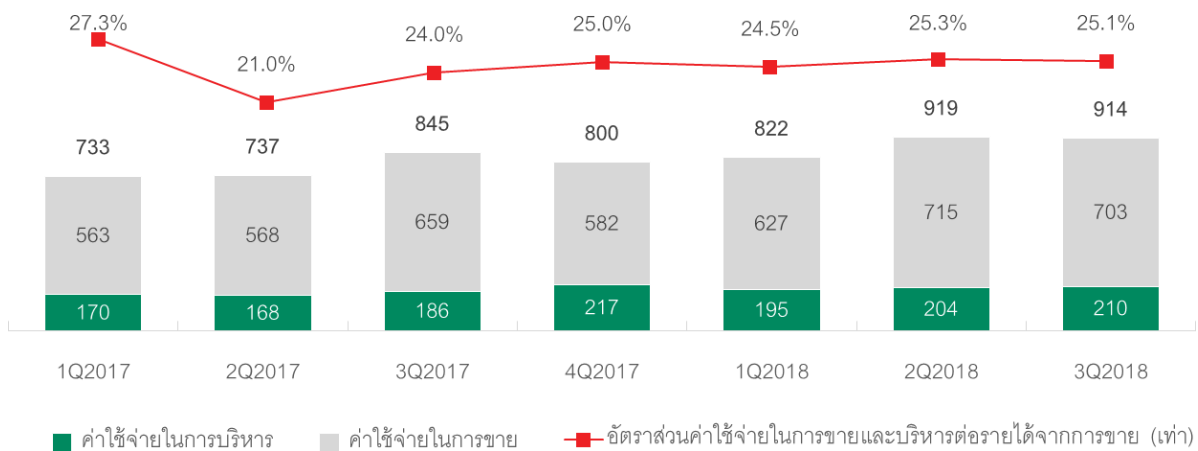


สำหรับ 9M/2561 ค่าใช้จ่ายขายและบริหารรวมจำนวน 2,654 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 340 ล้านบาทหรือร้อยละ 14.7 โดยคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมอยู่ที่ร้อยละ 24.8 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23.8 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่าใช้จ่ายขายรวม 2,045 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 254 ล้านบาทหรือร้อยละ 14.2 สาเหตุหลักจากปัจจัย (1) การเริ่มรับรู้ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุน English Football League (EFL) เป็นครั้งแรกในเดือนมิถุนายน 2560 (2) การรับรู้ค่าสนับสนุนการถ่ายทอดสดในประเทศของการแข่งขันกีฬาฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2561 จำนวน 47 ล้านบาท (3) ค่าใช้จ่ายทางการตลาดภายใต้การดำเนินงานของ ICUK ที่เพิ่มขึ้น เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้าของเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้ตราสินค้าคาราบาวให้เป็นที่รู้จักผ่านทั้งสื่อ Above-the-line และ Below-the-line และการส่งเสริมการขายเพื่อให้เกิดการตลาดดื่มในตลาด UK

ค่าใช้จ่ายบริหารรวม 609 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 85 ล้านบาทหรือร้อยละ 16.3 จากปัจจัย (1) ค่าใช้จ่ายในการบริหารของ ACM ซึ่งอยู่ในช่วงการก่อสร้าง ติดตั้งเครื่องจักรและเตรียมความพร้อมของระบบงานสนับสนุน จำนวน 39 ล้านบาท (2) ค่าใช้จ่ายพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามกำลังคนและการปรับฐานเงินเดือนในแต่ละคราวตามนโยบายบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของกลุ่มบริษัทฯ

ค่าใช้จ่ายขายและบริหารในแต่ละไตรมาสเมื่อเทียบเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมของกลุ่มบริษัทฯ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้



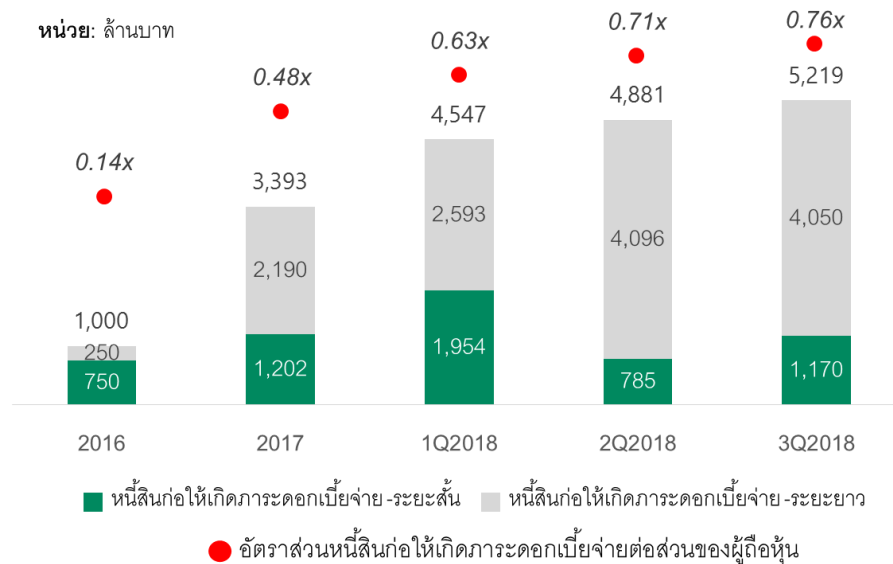
อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีนโยบายให้ความสำคัญกับอัตราผลตอบแทนจากการขาย โดยมุ่งเน้นการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

4. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงินจำนวน 25 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นอย่างมีสาระสำคัญดังกล่าวเกิดจากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีปริมาณความต้องการใช้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มสูงขึ้นเพื่อบริหารจัดการสภาพคล่อง รวมถึงการใช้เป็นแหล่งเงินทุนสนับสนุนการลงทุนขยายการผลิตเชิงบูรณาการแนวตั้งตามวงจรธุรกิจที่อยู่ในช่วงเวลาแห่งการเติบโตขององค์กร สำหรับ 9M/2561 ค่าใช้จ่ายทางการเงินรวมจำนวน 76 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 47 ล้านบาท โดยมีสาเหตุจากการทยอยเบิกใช้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้นเพื่อสนับสนุนการลงทุนขยายการผลิต กล่าวคือ กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระ



ดอกเบี๋ยจ่ายจำนวน 5,219 ล้านบาท ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 เพิ่มขึ้นจาก 3,393 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ส่งผลให้อัตรส่วนหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาวะดอกเบี๋ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.76 เท่า เพิ่มขึ้นจาก 0.48 เท่า ตามลำดับ โดยสามารถสรุปได้ดังรูปด้านล่าง



ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะเริ่มรับรู้ดอกเบี๋ยที่เกี่ยวข้องกับยอดเงินกู้ยืมโครงการก่อสร้างโรงงานผลิตกระป๋องอลูมิเนียมรวมทั้งจำนวน เป็นค่าใช้จ่ายผ่านงบกำไรขาดทุนรวมตั้งแต่วันที่ ACM เริ่มประกอบธุรกิจเชิงพาณิชย์ในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา โดย ACM มียอดเงินกู้ยืมโครงการดังกล่าวจำนวน 1,326 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2561

5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวน 84 ล้านบาท ลดลง 24 ล้านบาท ส่งผลให้อัตรภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงบนงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 29.1 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.2 เนื่องจากบริษัทย่อยในประเทศมีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มขึ้นตามผลกำไรจากการดำเนินงานที่ดีขึ้น ขณะที่บริษัทย่อยในต่างประเทศมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานเป็นจำนวนสูงขึ้น

สำหรับ 9M/2561 ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลรวมจำนวน 245 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27 ล้านบาท คิดเป็นอัตรภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงบนงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 33.2 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23.2 ด้วยเหตุผลเดียวกันกับที่กล่าวข้างต้น

6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

กำไรสุทธิจำนวน 205 ล้านบาท ลดลง 67 ล้านบาทหรือร้อยละ 24.5 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 5.6 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 7.7 เป็นผลจากการปรับตัวสูงขึ้นของค่าใช้จ่ายขายและบริหาร ซึ่งในจำนวนที่เพิ่มขึ้นหลักเกิดจากบริษัทย่อยในต่างประเทศ และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากผลขาดทุนที่เกี่ยวข้องกับ ACM จำนวน 13 ล้านบาท เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงานของ ACM ซึ่งในช่วงเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์ ประกอบกับค่าใช้จ่ายทางการเงินที่เพิ่มสูงขึ้นตามที่กล่าวข้างต้น



กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ จำนวน 255 ล้านบาท ลดลง 134 ล้านบาทหรือร้อยละ 34.4 มีสาเหตุหลักจากการรับรู้ผลขาดทุนที่เพิ่มขึ้นของบริษัทย่อยในต่างประเทศ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ICUK และสะท้อนสัดส่วนการถือหุ้นที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.0 เป็นร้อยละ 84.3 ตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 เป็นต้นมา และรับรู้ผลขาดทุนจากค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงานของ ACM ประมาณ 10 ล้านบาท

สำหรับ 9M/2561 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิรวมจำนวน 493 ล้านบาท ลดลง 228 ล้านบาทหรือร้อยละ 31.6 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 4.6 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 7.3 โดยมีการรับรู้ผลขาดทุนจากค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงานของ ACM ประมาณ 27 ล้านบาท และกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ จำนวน 646 ล้านบาท ลดลง 391 ล้านบาทหรือร้อยละ 37.7 ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวข้างต้น

ฐานะการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 เมื่อเทียบกับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

สินทรัพย์

กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม จำนวน 14,602 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,082 ล้านบาทหรือร้อยละ 16.6 จาก 12,520 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ จำนวน 1,430 ล้านบาทหรือร้อยละ 14.9 ซึ่งเป็นผลมาจากกลุ่มบริษัทฯ มีการจ่ายค่าก่อสร้างและเครื่องจักรระหว่างติดตั้งของโรงงานผลิตกระป๋องอลูมิเนียมและโรงงานบรรจุขวดในรอบบัญชีดังกล่าว

กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 7,704 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 2,189 ล้านบาทหรือร้อยละ 39.7 จาก 5,515 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 จากกลุ่มบริษัทฯ มีการออกจำหน่ายหุ้นกู้ในเดือน มิถุนายน-กรกฎาคม มูลค่าสุทธิรวม 2,785 ล้านบาท และมีการชำระคืนเงินกู้ยืมสถาบันการเงินไปจำนวนหนึ่ง โดยกลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาวะดอกเบี้ยจ่ายรวมทั้งสิ้น 5,219 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราส่วนหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาวะดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 0.76 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.48 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 1.12 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.79 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ

(พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ)

ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน