



CBG 018/2562

8 สิงหาคม 2562

เรื่อง แจ้งมติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล และคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2562 และแต่งตั้งกรรมการบริษัท และกรรมการตรวจสอบ (แก้ไข)

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ด้วยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") ครั้งที่ 3/2562 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2562 มีมติสำคัญดังนี้

1. มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล สำหรับผลการดำเนินงานเดือนมกราคม ถึง มิถุนายน 2562 โดยจ่ายจากกำไรสุทธิ และ กำไรสะสม ตามงบการเงินของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 500,000,000 บาทในอัตรา 0.50 บาท ต่อหุ้น และกำหนดสิทธิในการรับเงินปันผลระหว่างกาล (Record Date) ในวันที่ 23 สิงหาคม 2562 และให้จ่ายเงินปันผลในวันที่ 5 กันยายน 2562

2. มีมติแต่งตั้ง นางสาวอุรวี เ गरู้งเรื่อง เป็นกรรมการบริษัท และกรรมการตรวจสอบ แทนตำแหน่งที่ว่าง โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 8 สิงหาคม 2562 เป็นต้นไป

ดังนั้น คณะกรรมการบริษัทฯ ณ วันที่ 8 สิงหาคม 2562 ประกอบด้วยกรรมการทั้งสิ้น จำนวน 9 ท่าน ดังนี้

- | | |
|---------------------------------|-------------------------------------|
| 1) นายเสถียร เศรษฐสิทธิ์ | ประธานกรรมการ |
| 2) นางสาวณัฐชไม วัฒนอมบุรณเฑียร | รองประธานกรรมการ |
| 3) นายยีนยง โอภากุล | กรรมการ |
| 4) นายกมลดิษฐ์ สมุทรโคจร | กรรมการ |
| 5) นายร่มธรรม เศรษฐสิทธิ์ | กรรมการ |
| 6) นางสาวเนย์ กมลบุตร | ประธานกรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ |
| 7) นายคณิต แพทย์สมาน | กรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ |
| 8) นางสาวอุรวี เ गरู้งเรื่อง | กรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ |
| 9) พลเอกศิริพงษ์ วงศ์ขันตี | กรรมการอิสระ |

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ ณ วันที่ 8 สิงหาคม 2562 ประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

- | | |
|------------------------------|-------------------------------------|
| 1) นางสาวเนย์ กมลบุตร | ประธานกรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ |
| 2) นายคณิต แพทย์สมาน | กรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ |
| 3) นางสาวอุรวี เ गरู้งเรื่อง | กรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ |

โดยมี นางสาวเนย์ กมลบุตร เป็นกรรมการตรวจสอบผู้มีความรู้และประสบการณ์เพียงพอที่จะสามารถทำหน้าที่ในการสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงิน



3. บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “CBG”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ”) สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2562 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า ดังต่อไปนี้

ผลการดำเนินงานรวมของบริษัทฯ สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2562 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้าสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561

1. รายได้จากการขาย

สำหรับไตรมาส 2/2562 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวม 3,754 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 140 ล้านบาทหรือร้อยละ 3.9 จำแนกออกเป็นธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วนร้อยละ 53:47 โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายเครื่องดื่มบำรุงกำลัง 3,247 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 137 ล้านบาทหรือร้อยละ 4.4 จำแนกออกเป็นธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วนร้อยละ 47:53 การเพิ่มขึ้นของรายได้เครื่องดื่มบำรุงกำลังมีปัจจัยสนับสนุนจากธุรกิจต่างประเทศเป็นหลัก ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างคาราบาวกลิ้งกรีนแอปเปิ้ลแบบบรรจุกระป๋องประเภทอัดก๊าซขนาดบรรจุ 180 มล. (“คาราบาวกลิ้งกรีนแอปเปิ้ล”) ที่เริ่มออกวางจำหน่ายในประเทศตั้งแต่เดือนมีนาคม 2562 มีผลตอบรับในเกณฑ์ดีจากเครือข่ายร้านค้าและกลุ่มผู้บริโภคคนรุ่นใหม่ เป็นผลให้กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองมีความแข็งแกร่งขึ้น

รายได้จากการขาย จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ หน่วย: ล้านบาท	งวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิ.ย.		การเปลี่ยนแปลง		งวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิ.ย.		การเปลี่ยนแปลง	
	2561	2562	จำนวน	ร้อยละ	2561	2562	จำนวน	ร้อยละ
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว 2/	1,500	1,520	20	1.4	2,782	2,793	11	0.4
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	228	149	(79)	(34.8)	464	288	(176)	(37.9)
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ในประเทศ	1,974	1,984	10	0.5	3,761	3,686	(75)	(2.0)
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ	1,638	1,748	110	6.7	3,179	3,402	223	7.0
อื่นๆ	2	21	19	968.0	15	25	11	71.3
รวม	3,614	3,754	140	3.9	6,955	7,114	159	2.3

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

รายได้จากการขายในประเทศ 1,984 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.5 เกิดจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองเพิ่มขึ้น 20 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.4 และรายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกเพิ่มขึ้น 69 ล้านบาทหรือร้อยละ 28.1 ทั้งนี้ ช่วยชดเชยการลดลงของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิต 79 ล้านบาทหรือร้อยละ 34.8

สำหรับไตรมาส 2/2562 ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 5.5 อ้างอิงข้อมูลปริมาณขายทอดสุดท้ายไปสู่ผู้บริโภคของ Nielsen ในขณะที่รายได้จากการขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังแบบบรรจุขวดภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวแดง (“คาราบาวแดง”) มีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 0.5 อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายคาราบาวแดงดังกล่าวแม้ว่าจะปรับตัวดีขึ้น แต่ก็น้อยกว่าเมื่อเทียบกับภาพรวมของตลาด ส่วนหนึ่งมีสาเหตุจากการที่บริษัทฯ อยู่ในช่วงปรับแผนงานขายและการตลาดใหม่ ส่งผลให้โฆษณา



ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมส่งเสริมการขายหลายรายการถูกเลื่อนออกไป บริษัทฯ ตระหนักดีว่าแผนงานขายและการตลาดที่ดีจะช่วยสร้างความแตกต่างและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ การปรับแผนให้สะท้อนสภาพการแข่งขันและพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์ปัจจุบันจึงเป็นสิ่งสำคัญ

อนึ่ง กิจกรรมภายใต้แผนใหม่ทยอยดำเนินการแล้ว โดยเริ่มตั้งแต่โฆษณาประชาสัมพันธ์ยกระดับภาพลักษณ์เครื่องหมายการค้าคาราบาว (Corporate branding) ทางโทรทัศน์ โรงภาพยนตร์และสื่อออนไลน์ต่างๆ ในเดือนมิถุนายน 2562 การจับมือทางธุรกิจกับบริษัทเกมส์ชั้นนำของโลกเพื่อร่วมกันทำกิจกรรม ส่งเสริมและสร้างประสบการณ์คาราบาวกลืนกรีนแอปเปิ้ลในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านเกมส์ออนไลน์ในเดือนกรกฎาคม 2562 นอกจากนี้ ยังได้เตรียมการสำหรับกิจกรรมส่งเสริมการขายอีกหลายประเภท ซึ่งมีความเข้มข้นและรูปแบบเนื้อหาต่างไปจากเดิมเพื่อพัฒนายอดขายและเครือข่ายร้านค้าในประเทศ ตลอดจนสร้างอัตราผลตอบแทนจากการขายที่เหมาะสม

การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างคาราบาวกลืนกรีนแอปเปิ้ลในขนาดบรรจุ 180 มล. เป็นการต่อยอดองค์ความรู้หลังจากที่บริษัทฯ ได้ทดลองวางจำหน่ายคาราบาวกลืนกรีนแอปเปิ้ล ขนาดบรรจุ 330 มล. ในปี 2561 และทดลองวางจำหน่ายคาราบาวกลืนกรีนแอปเปิ้ลในขนาดบรรจุ 180 มล. ผ่านช่องทางหน่วยรถเงินสด (Cash van) ในเดือนมีนาคม 2562 ด้วยคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับ และราคาขายปลีกที่จูงใจต่อการบริโภค ส่งผลให้คาราบาวกลืนกรีนแอปเปิ้ลในขนาดบรรจุใหม่นี้ได้รับผลตอบรับอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก อีกทั้งช่วยขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ และยังเป็นปัจจัยบวกต่อการยกระดับภาพลักษณ์เครื่องหมายการค้าคาราบาวในประเทศให้ดูทันสมัยภายใต้วิสัยทัศน์ สินค้าระดับโลก แปรณระดับโลก นอกจากนี้ ยังมีอัตรากำไรที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มบำรุงกำลังดั้งเดิม

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกขายตัวต่อเนื่องทุกไตรมาสในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจากความหลากหลายและคุณภาพในตัวผลิตภัณฑ์ ประกอบกับประสิทธิภาพของการกระจายผลิตภัณฑ์ผ่านหน่วยรถเงินสด ครอบคลุมพื้นที่การค้าสำคัญทั่วประเทศ

รายได้จากการขายต่างประเทศ 1,748 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 110 ล้านบาทหรือร้อยละ 6.7 โดยในจำนวนนี้ประกอบไปด้วยรายได้ส่งออกเครื่องดื่มบำรุงกำลังไปยังกลุ่มประเทศ CLMV รวมกัน 1,276 ล้านบาท ประเทศจีน 188 ล้านบาท นอกจากนั้น ยังมีรายได้จากการขายในประเทศอังกฤษภายใต้การดำเนินงานของ Intercarabao Limited (“ICUK”) จำนวน 12 ล้านบาท และที่เหลือเป็นประเทศอื่นในทวีปเอเชียและนอกทวีปเอเชียรวมกัน 272 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 161 ล้านบาทหรือร้อยละ 145.9

กลุ่มประเทศ CLMV คือ ตลาดส่งออกเดิมที่เป็นฐานธุรกิจต่างประเทศขนาดใหญ่ โดยในไตรมาส 2/2562 บริษัทฯ มีรายได้จากการส่งออกขายไปยังกลุ่มประเทศ CLMV ลดลง 167 ล้านบาทหรือร้อยละ 2.8 มีสาเหตุหลักจากการลดลงของรายได้จากประเทศเวียดนาม ขณะที่ประเทศอื่นยังแสดงให้เห็นศักยภาพการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการต่อยอดความสำเร็จของเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวไปสู่ตลาดส่งออกใหม่ในประเทศอื่น เช่น ประเทศสิงคโปร์ ประเทศอิหร่าน ประเทศปาปัวนิวกินีและประเทศอินเดีย

สำหรับช่วงครึ่งแรกของปี 2562 (1H/2562) บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวม 7,114 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 159 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.3 โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายเครื่องดื่มบำรุงกำลัง 6,148 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 258 ล้านบาทหรือร้อยละ 4.4 จำแนกออกเป็นธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วนร้อยละ 45:55

สำหรับช่วง 1H/2562 รายได้จากการขายในประเทศ 3,686 ล้านบาท ลดลง 75 ล้านบาทหรือร้อยละ 2.2 มีสาเหตุหลักจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตลดลง 176 ล้านบาทหรือร้อยละ 37.9 ชดเชยด้วยรายได้จากการรับจ้างจัด



จำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกเพิ่มขึ้น 91 ล้านบาทหรือร้อยละ 17.6 และจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองเพิ่มขึ้น 11 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.4 ทั้งนี้ การเติบโตของรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองมีปัจจัยหนุนหลักจากผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างคาราบาวกลิ่นกรีนแอปเปิ้ล

สำหรับช่วง 1H/2562 รายได้จากการขายต่างประเทศ 3,402 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 223 ล้านบาทหรือร้อยละ 7.0 ประกอบไปด้วยรายได้ส่งออกเครื่องดื่มบำรุงกำลังไปยังกลุ่มประเทศ CLMV รวมกัน 2,720 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 131 ล้านบาทหรือร้อยละ 5.1 ประเทศจีน จำนวน 240 ล้านบาท รายได้จากการขายในประเทศอังกฤษภายใต้การดำเนินงานของ ICUK จำนวน 27 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังมีรายได้ส่งออกไปยังประเทศอื่นรวมกัน 416 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 292 ล้านบาทหรือร้อยละ 236.5 ปัจจัยหนุนจากคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นจากประเทศอิตาลี อิตาลี เยอรมนี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเป็นผลจากความสำเร็จในการขยายตลาดส่งออกใหม่

สำหรับช่วง 1H/2562 ICUK ยังมีพัฒนาการเชิงบวกในการขยายจุดวางจำหน่ายใน Grocery Chain Store ในประเทศอังกฤษ ทั้งกับ ASDA ซึ่งได้ตกลงให้วางจำหน่ายสินค้าใน 300 สาขาในไตรมาส 1/2562 อีกทั้ง ALDI ซึ่งเป็นเครือข่ายร้านค้าปลีกที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดขนาดใหญ่ติดอันดับหนึ่งในห้าของ Grocery Chain และมีจำนวนสาขากว่า 700 แห่งในประเทศอังกฤษ และ Sainsbury's ก็ได้ตอบรับการวางจำหน่ายในสาขาเพิ่มเติมในไตรมาส 2/2562

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้น 1,410 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 267 ล้านบาทหรือร้อยละ 23.4 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 37.6 เพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 31.6 ผลักดันโดยอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้การดำเนินงานผลิตของบริษัท คาราบาวตะวันตก จำกัด (“CBD”) เป็นหลัก

กำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์	งวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิ.ย.		การเปลี่ยนแปลง		งวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิ.ย.		การเปลี่ยนแปลง	
	หน่วย: ล้านบาท	2561	2562	จำนวน	ร้อยละ	2561	2562	จำนวน
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	540	591	51	9.5	986	1,074	88	8.9
ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว 2/	20	18	(2)	(12.2)	41	36	(6)	(14.1)
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	26	27	1	3.7	56	54	(1)	(2.7)
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ในประเทศ	586	636	50	8.5	1,083	1,164	81	7.5
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ	556	766	210	37.8	1,051	1,426	375	35.7
อื่นๆ	0	8	7	2,168.7	3	9	6	193.5
รวม	1,142	1,410	267	23.4	2,137	2,599	462	21.6

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองมีแนวโน้มการสร้างอัตรากำไรขั้นต้นที่ดีขึ้นต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับทั้งในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้าและในไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลของวัตถุดิบและหีบห่อรายการสำคัญมีต้นทุนลดลง ประกอบกับประสิทธิภาพสายการผลิตที่มีเทคโนโลยีทันสมัยตั้งแต่โรงผลิตขวดแก้วและกระป๋องอลูมิเนียมไปจนถึงโรงบรรจุสินค้าสำเร็จรูป เอื้อหนุนต่อประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด ทั้งนี้ ผลสำเร็จของการเจรจาต่อรองกับบริษัทคู่ค้าซัพพลายเออร์ทั้งรายเดิมและรายใหม่ทำให้บริษัทฯ ในฐานะผู้ซื้อได้รับข้อเสนอด้านราคาซื้อขายที่ดีขึ้นสำหรับวัตถุดิบและหีบห่อสำคัญที่เกี่ยวข้อง คาดว่าต้นทุนวัตถุดิบและหีบห่อบนเงื่อนไขการค้ำใหม่ดังกล่าวจะนำไปสู่การประหยัดต้นทุนเพิ่มเติมในช่วงครึ่งหลังของปี



อัตรากำไรขั้นต้นจากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองสำหรับตลาดในประเทศประมาณร้อยละ 38.9 ในไตรมาส 2/2562 เพิ่มขึ้นจากประมาณร้อยละ 37.9 ในไตรมาส 1/2562 และประมาณร้อยละ 36.0 ในไตรมาส 2/2561 โดยในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เกิดจากการขายแดง

อัตรากำไรขั้นต้นจากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตร้อยละ 11.9 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.8 มีสาเหตุหลักเกิดจากการแปรรูปสำเร็จพร้อมดื่มที่มีรายได้คิดเป็นส่วนใหญ่หรืออยู่ที่ประมาณร้อยละ 75 ของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ มีต้นทุนผลิตภัณฑ์เพิ่มสูงขึ้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาษีสรรพสามิตฉบับใหม่ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มิได้ปรับราคาขายเพื่อสะท้อนต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนไปในทันที แต่เป็นการทยอยปรับในแต่ละช่องทางทางการจัดจำหน่าย โดยคำนึงถึงสภาพการแข่งขัน กลยุทธ์งานขายและการตลาด ควบคู่กับปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

อัตรากำไรขั้นต้นจากผลิตภัณฑ์รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกร้อยละ 8.7 ลดจากร้อยละ 10.8 ทั้งนี้ อัตรากำไรขั้นต้นจากผลิตภัณฑ์แต่ละรายการในกลุ่มนี้แตกต่างกันไป เกิดขึ้นเป็นปกติของการประกอบธุรกิจซื้อขายไปตามราคาตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ การเปลี่ยนแปลงของอัตรากำไรขั้นต้นจึงเป็นผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมการขายผลิตภัณฑ์ (Product Mix) เป็นสำคัญ

อัตรากำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์	งวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิ.ย.		งวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิ.ย.	
	2561	2562	2561	2562
หน่วย: %				
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	36.0	38.9	35.4	38.5
ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าการขายแดง 2/	8.8	11.9	8.9	12.4
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	10.8	8.7	10.8	8.9
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ในประเทศ	29.7	32.1	28.8	31.6
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ	33.9	43.8	33.0	41.9
อื่นๆ	16.8	35.7	21.6	37.1
รวม	31.6	37.6	30.7	36.5

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

อัตรากำไรขั้นต้นจากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองผ่านการดำเนินงานของ CBD สำหรับตลาดต่างประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 44.4 ในไตรมาส 1/2562 เพิ่มขึ้นจากประมาณร้อยละ 40.3 และร้อยละ 34.4 ในไตรมาส 1/2562 และไตรมาส 2/2561 ตามลำดับ โดยในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เกิดจากเครื่องดื่มบำรุงกำลังแบบบรรจุกระป๋องประเภทไม่อัดก๊าซภายใต้เครื่องหมายการค้าการขายแดง

สำหรับช่วง 1H/2562 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 2,599 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 462 ล้านบาทหรือร้อยละ 21.6 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 36.5 เพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 30.7 การเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นมีปัจจัยหลักดันจากทั้งอัตราการเติบโตของรายได้และอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองสำหรับในประเทศ อยู่ที่



ร้อยละ 38.5 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 35.4 ในช่วงครึ่งแรกของปี 2561 และ อัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองต่างประเทศ อยู่ที่ร้อยละ 41.9 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 33.0 ในช่วงครึ่งแรกของปี 2561

อัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้นเป็นผลจากวัตถุดิบและหีบห่อรายการสำคัญมีต้นทุนลดลง ประกอบกับประสิทธิภาพสายการผลิตที่มีเทคโนโลยีทันสมัย เอื้อหนุนต่อประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาดตามที่กล่าวข้างต้น นอกจากนี้ โรงผลิตกระป๋องอลูมิเนียมแห่งใหม่ ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เอเชีย แคน แมนูแฟคเจอร์ จำกัด (“ACM”) มีผลผลิตประมาณ 171 ล้านกระป๋องหรือเทียบเท่าอัตราการใช้กำลังผลิตที่ประมาณร้อยละ 68 ในไตรมาส 2/2562 เพิ่มขึ้นจากอัตราการใช้กำลังผลิตที่ประมาณร้อยละ 50 ในไตรมาส 1/2562 คาดว่า อัตราการใช้กำลังผลิตดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและจะนำไปสู่การประหยัดต้นทุนเพิ่มเติมในช่วงครึ่งหลังของปีสำหรับเครื่องตีบ่ารุงกำลังแบบบรรจุกระป๋องประเภทไม่อัดก๊าซภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว อันนี้ ในช่วงครึ่งแรกของปี 2562 บริษัทฯ สามารถประหยัดต้นทุนในส่วนนี้ได้มากกว่า 0.50 บาทต่อทุกๆ กระป๋องโดยเฉลี่ยที่ ACM ผลิตและจำหน่ายให้แก่ CBD

3. ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายขายและบริหาร 722 ล้านบาท ลดลง 171 ล้านบาทหรือร้อยละ 19.2 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 19.2 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 24.7 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า สาเหตุหลักเกิดจากการลดลงอย่างมีสาระสำคัญของค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ภายใต้การดำเนินงานของ ICUK ในประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นไปตามมาตรการควบคุมค่าใช้จ่าย เพื่อบริหารอัตราผลตอบแทนจากการขายให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

ค่าใช้จ่ายขาย 531 ล้านบาท ลดลง 170 ล้านบาทหรือร้อยละ 24.3 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 14.1 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 19.4 โดยมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่สำคัญดังนี้:

(1) ค่าธรรมเนียมผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ:

ค่าธรรมเนียมผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศเป็นค่าใช้จ่ายรับรู้เป็นเส้นตรงตามเงื่อนไขการชำระเงิน ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและรอบระยะเวลาที่บริษัทฯ พึ่งได้รับอันเป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญาฉบับปัจจุบัน ประกอบไปด้วย Chelsea Football Club Limited (CFC) English Football League (EFL) และ Reading Football Club (RFC) จำนวน 148 ล้านบาท ลดลง 11 ล้านบาทหรือร้อยละ 6.9 โดยมีสาเหตุหลักเกิดจากการอ่อนค่าลงของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินปอนด์สเตอร์ลิงอังกฤษเมื่อเปรียบเทียบกับสกุลเงินบาท

ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์การเป็นผลิตภัณฑ์ระดับโลก แปรนตร์ระดับโลก และสานต่อความสำเร็จในการขยายการรับรู้ผลิตภัณฑ์แบรนด์คาราบาวให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล ในปี 2562 บริษัทฯ ได้ตกลงขยายสัญญาการเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน EFL เพิ่มเติมอีก 2 ปี จากเดิมที่สัญญาจะหมดในเดือนพฤษภาคมปี 2563 จะถูกขยายไปจนถึงเดือนพฤษภาคมปี 2565 โดยมีค่าใช้จ่ายคงที่ในอัตราเฉลี่ยต่อปีเท่าเดิม

อย่างไรก็ตาม ค่าธรรมเนียมผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศที่ทยอยรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายผ่านงบการเงินในภาพรวมจะลดลงตั้งแต่ไตรมาส 3/2562 เนื่องจากค่าธรรมเนียมในส่วนของ CFC ที่ลดลงเหลือเพียงหนึ่งในสามสอดคล้องกับการปรับสถานะผู้สนับสนุนจาก Principal partner เป็น Global partner โดยสัญญาการเป็นผู้สนับสนุนสโมสร CFC จะสิ้นสุดในเดือนมิถุนายน 2564

(2) ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่ดำเนินการภายใต้ CBD สำหรับธุรกิจในประเทศและในส่วนที่ดำเนินการภายใต้ ICUK สำหรับตลาดในประเทศอังกฤษ:



- a. ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ CBD สำหรับธุรกิจในประเทศ 139 ล้านบาท ลดลง 48 ล้านบาทหรือร้อยละ 25.5 แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าใช้จ่ายปฏิบัติการภาคสนามของทีมงานสาวขาวแดงในพื้นที่การค้าสำคัญ 58 ล้านบาท ลดลง 4 ล้านบาทหรือร้อยละ 6.1 (2) ค่าสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบ 42 ล้านบาท ลดลง 26 ล้านบาทหรือร้อยละ 38.0 และ (3) ค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือ 39 ล้านบาท ลดลง 18 ล้านบาท ใช้ไปกับกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการเติบโตของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ
- b. ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่เป็นของ ICUK สำหรับตลาดในประเทศอังกฤษ 30 ล้านบาท ลดลง 124 ล้านบาทหรือร้อยละ 80.4 โดยค่าใช้จ่ายที่ลดลงอย่างมีสาระสำคัญเกิดจาก (1) ค่าดำเนินการสนับสนุนการกระจายผลิตภัณฑ์เข้าถึงจุดขายตามร้านค้าโดยตรง ลดลง 19 ล้านบาท จากการเปลี่ยนกลยุทธ์จากการว่าจ้างบุคคลภายนอก (outsourced field sales) เป็นการร่วมมือกับร้านค้าโดยตรงให้ช่วยสนับสนุนการกระจายผลิตภัณฑ์ และ (2) ค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือ 18 ล้านบาท ลดลง 110 ล้านบาท ใช้ไปกับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามจุดขายเพื่อสร้างการรับรู้ ประสบการณ์และความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มฟุตบอล และมุ่งเน้นเฉพาะกิจกรรมที่บริษัทฯ เชื่อว่าจะนำมาซึ่งอัตราการขายที่ดีขึ้นในระยะยาว ขณะที่ (3) มีการรับรู้ค่าธรรมเนียมแรกเข้าร้านค้าสมัยใหม่จำนวน 12 ล้านบาท จากความสำเร็จในการบรรลุข้อตกลงการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่กับร้าน SPAR และการเพิ่มพื้นที่กระจายสินค้ากับเครือข่ายร้านค้าเดิม เช่น Sainsbury's
- (3) ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานขาย ซึ่งมีส่วนผสมของค่าใช้จ่ายคงที่และค่าใช้จ่ายผันแปรตามรายได้จากการขายที่เกี่ยวข้องตามแผนธุรกิจ โดยค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานขายดังกล่าว 214 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13 ล้านบาทหรือร้อยละ 6.3 มีสาเหตุหลักจากค่าขนส่งสินค้าในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกเพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายบริหาร 191 ล้านบาท ลดลง 1 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.5 โดยมีค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าใช้จ่ายพนักงาน 136 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.7 จากการลดลงของค่าใช้จ่ายพนักงานภายใต้การดำเนินงานของ ICUK จำนวน 6 ล้านบาท ช่วยชดเชยการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงานภายใต้การดำเนินงานเดิม ที่เพิ่มขึ้นจำนวน 7 ล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนพนักงานตามแผนกำลังคนและการปรับฐานเงินเดือนในแต่ละคราวตามนโยบายบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลและ (2) ค่าใช้จ่ายบริหารอื่น ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ค่าเดินทาง ค่าบริการ ค่าที่ปรึกษาและอื่นๆ 56 ล้านบาท ลดลง 2 ล้านบาทหรือร้อยละ 3.4

สำหรับช่วง 1H/2562 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายขายและบริหาร 1,398 ล้านบาท ลดลง 309 ล้านบาทหรือร้อยละ 18.1 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 19.6 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 24.5 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า โดยประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายที่สำคัญดังนี้;

ค่าใช้จ่ายขายรวม 1,011 ล้านบาท ลดลง 308 ล้านบาทหรือร้อยละ 23.4 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 14.2 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 19.0 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า โดยประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายที่สำคัญดังนี้ ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่เป็นของ ICUK สำหรับตลาดในประเทศอังกฤษจำนวน 58 ล้านบาท ลดลง 212 ล้านบาทหรือร้อยละ 78.7 ซึ่งเป็นไปตามมาตรการควบคุมค่าใช้จ่าย เพื่อบริหารอัตราผลตอบแทนจากการขายให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ CBD สำหรับธุรกิจในประเทศจำนวน 188 ล้านบาท ลดลง 85 ล้านบาทหรือร้อยละ 31.0 ค่าธรรมเนียมผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศจำนวน 299 ล้านบาท ลดลง 19 ล้านบาทหรือร้อยละ 6.1 สอดคล้องกับทิศทาง การอ่อนค่าของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินปอนด์สเตอร์ลิงอังกฤษเมื่อเปรียบเทียบกับสกุลเงินบาท



ค่าใช้จ่ายบริหารรวม 386 ล้านบาท ลดลง 1 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.3 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 5.4 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 5.6 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า

4. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน 33 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท โดยในจำนวนนี้ประกอบไปด้วยดอกเบี้ยจ่ายที่ ACM รับรู้ผ่านงบกำไรขาดทุน หลังจากเริ่มประกอบธุรกิจในเชิงพาณิชย์ 12 ล้านบาท ดอกเบี้ยหุ้นกู้ประมาณ 16 ล้านบาท จำนวนที่เหลือส่วนใหญ่เป็นดอกเบี้ยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสภาพคล่อง

สำหรับช่วง 1H/2562 ค่าใช้จ่ายทางการเงิน 68 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17 ล้านบาท โดยในจำนวนนี้ประกอบไปด้วยดอกเบี้ยจ่ายที่ ACM รับรู้ผ่านงบกำไรขาดทุนหลังจากเริ่มประกอบธุรกิจในเชิงพาณิชย์ 24 ล้านบาท ดอกเบี้ยหุ้นกู้ประมาณ 32 ล้านบาท จำนวนที่เหลือส่วนใหญ่เป็นดอกเบี้ยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสภาพคล่อง

5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวน 134 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 52 ล้านบาทหรือร้อยละ 63.9 คิดเป็นอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงร้อยละ 19.7 ลดจากร้อยละ 34.1 เนื่องจากบริษัทย่อยในประเทศมีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มขึ้นตามผลกำไรจากการดำเนินงานที่ดีขึ้น ขณะที่บริษัทย่อยต่างประเทศมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานเป็นจำนวนลดลง

ทั้งนี้ หากนับเฉพาะผลประกอบการรวมของบริษัทย่อยในประเทศ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงเป็นร้อยละ 16.0 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 14.7 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

สำหรับช่วง 1H/2562 ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลรวม 235 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 74 ล้านบาทหรือร้อยละ 46.1 ด้วยเหตุผลเดียวกันกับที่กล่าวข้างต้น ทั้งนี้ หากนับเฉพาะผลประกอบการรวมของบริษัทย่อยในประเทศ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงเป็นร้อยละ 15.6 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 15.3 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

กำไรสุทธิ 548 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 390 ล้านบาทหรือร้อยละ 247.0 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 14.6 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 4.4 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นในภาพรวม การลดลงของค่าใช้จ่ายขายและบริหารซึ่งช่วยชดเชยค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้ที่เพิ่มสูงขึ้นตามที่กล่าวข้างต้น



สำหรับช่วง 1H/2562 กำไรสุทธิ 947 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 659 ล้านบาทหรือร้อยละ 228.4 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 13.3 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 4.1 ด้วยเหตุผลเดียวกันกับที่กล่าวข้างต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับรู้ค่าใช้จ่ายที่เป็นผลจากการเพิ่มอัตราค่าชดเชยเพิ่มเติมกรณีเลิกจ้างเป็น 400 วัน จากเดิมที่ 300 วัน สำหรับลูกจ้างซึ่งทำงานครบ 20 ปีขึ้นไป ตามพ.ร.บ.คุ้มครองแรงงานฉบับใหม่ อีกจำนวน 9 ล้านบาทในไตรมาส 1/2562

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ 552 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 342 ล้านบาทหรือร้อยละ 163.0 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 14.7 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 5.8 มีปัจจัยหนุนหลักจากอัตรากำไรขั้นต้นในภาพรวมที่ปรับตัวดีขึ้น และการรับรู้ผลขาดทุนจากการดำเนินงานของ ICUK ที่ลดลงอย่างมีสาระสำคัญ

สำหรับช่วง 1H/2562 กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ 972 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 581 ล้านบาทหรือร้อยละ 148.8 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 13.7 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 5.6 ด้วยเหตุผลเดียวกันกับที่กล่าวข้างต้น

ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2562 เมื่อเทียบกับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561

สินทรัพย์

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม จำนวน 14,517 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 197 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.4 จาก 14,320 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของเงินสดจำนวน 251 ล้านบาทสอดคล้องกับกระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิกับกิจกรรมการลงทุน และการจัดหาเงินที่ปรับตัวดีขึ้น และการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือจำนวน 80 ล้านบาท เพื่อรองรับยอดขายตามแผนธุรกิจ ขณะที่ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ลดลงจำนวน 135 ล้านบาท เนื่องจากโครงการขยายกำลังการผลิตได้เสร็จสิ้นแล้ว ขณะที่รับรู้ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นในรอบบัญชีดังกล่าว

หนี้สิน

บริษัทฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 6,821 ล้านบาท ลดลงจำนวน 134 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.9 จาก 6,955 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 จากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นจำนวน 91 ล้านบาท สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลายรายการที่มีราคาลดลง และที่สำคัญคือการเริ่มใช้กระป๋องอลูมิเนียมที่ผลิตเองผ่านการดำเนินงานของ ACM และลดปริมาณการจัดซื้อจากบุคคลภายนอก และการชำระคืนเจ้าหนี้ค่าเครื่องจักร อีกทั้ง กลุ่มบริษัทฯ มีการชำระคืนเงินกู้ยืมสถาบันการเงินไปจำนวนหนึ่ง ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายรวมทั้งสิ้น 4,737 ล้านบาท ลดลงจำนวน 4 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราส่วนหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 0.62 ลดลงจากร้อยละ 0.64 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 0.89 ลดลงจากร้อยละ 0.94 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

วรวิชัย เจนศิริวิณิชย์

(วรวิชัย เจนศิริวิณิชย์)

เลขานุการบริษัท