



CBG 013/2564

วันที่ 12 พฤศจิกายน 2564

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “CBG”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ”) สำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 ดังต่อไปนี้

ภาพรวมและเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในไตรมาส 3 ปี 2564 จนถึงปัจจุบัน

1. ตลาดเครื่องดีมบารุงกำลังในประเทศเชิงปริมาณสำหรับไตรมาส 3 ปี 2564 หดตัว 15.2% เมื่อเทียบกับปีก่อน และส่วนแบ่งการตลาดเชิงปริมาณของเครื่องดีมคาราบาวแดงอยู่ที่ร้อยละ 20.7 ลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 21.0 ในไตรมาสที่แล้ว แต่ยังคงคิดเป็นอันดับ 2 ของตลาด (อ้างอิงข้อมูลปริมาณขายทอดสุดท้ายไปสู่ผู้บริโภคของ Nielsen)
2. ตลาดเครื่องดีมเครื่องดีมเฮลท์ตี้ ซื้อมีปริมาณสำหรับไตรมาส 3 ปี 2564 หดตัว 8.9% เมื่อเทียบกับปีก่อน และส่วนแบ่งการตลาดเชิงปริมาณของเครื่องดีมวิตามินซี ฟู๊ดดี ซี+ ลีค อยู่ที่ร้อยละ 9.0 ลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 9.1 ในไตรมาสที่แล้ว แต่ยังคงคิดเป็นอันดับ 2 ของตลาด (อ้างอิงข้อมูลปริมาณขายทอดสุดท้ายไปสู่ผู้บริโภคของ Nielsen)
3. การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 สายพันธุ์เดลต้าในประเทศเพื่อนบ้านและไทย ในช่วงไตรมาส 3 ปี 2564 การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 กลับมารุนแรงมากขึ้นในประเทศไทย รัฐบาลจึงออกมาตรการล็อกดาวน์เข้มข้นเป็นเวลาเกือบ 2 เดือน ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจลดลง และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมในช่วงเดือน ก.ค. – ก.ย. 2564 อยู่ที่ 36.7 – 42.1 ต่ำกว่าช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนและไตรมาสที่แล้ว ซึ่งประเทศเพื่อนบ้านแถบ CLMV ก็เกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดเช่นเดียวกัน และมีการล็อกดาวน์ในหลายเมือง

ผลการดำเนินงานตามงบการเงินรวมของบริษัทฯ สำหรับไตรมาส 3 ปี 2564

1. รายได้จากการขาย

ในไตรมาส 3 ปี 2564 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายอยู่ที่ 3,957 ล้านบาท ลดลง 448 ล้านบาท หรือ 10.2% เมื่อเทียบกับปีก่อน เกิดจากสาเหตุดังต่อไปนี้

รายได้จากการขาย จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 3 ปี 2020	% ของ ยอดรวม	ไตรมาส 2 ปี 2021	% ของ ยอดรวม	ไตรมาส 3 ปี 2021	% ของ ยอดรวม	%YoY	%QoQ
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	3,617	82%	3,939	79%	2,690	68%	-25.6%	-31.7%
ว่าจ้างบุคคลภายนอกผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว 2/	135	3%	139	3%	116	3%	-14.3%	-16.5%
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	613	14%	799	16%	897	23%	46.3%	12.3%
อื่นๆ	40	1%	118	2%	255	6%	535.3%	115.1%
รวม	4,405	100%	4,995	100%	3,957	100%	-10.2%	-20.8%

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดีมบารุงกำลัง เครื่องดีมเกลือแร่ และเครื่องดีมฟังก์ชันนัลดริงค์

2/ น้ำดีม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดีม



รายได้จากการขาย จำแนกตามภูมิศาสตร์ หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 3 ปี 2020	% ของ ยอดรวม	ไตรมาส 2 ปี 2021	% ของ ยอดรวม	ไตรมาส 3 ปี 2021	% ของ ยอดรวม	%YoY	%QoQ
ในประเทศ	2,357	54%	2,473	50%	2,660	67%	12.9%	7.6%
ต่างประเทศ	2,048	46%	2,522	50%	1,296	33%	-36.7%	-48.6%
กลุ่มประเทศ CLMV	1,657	38%	1,942	39%	1,117	28%	-32.5%	-42.4%
ประเทศจีน	133	3%	488	10%	19	0%	-85.2%	-96.0%
ICUK	30	1%	38	1%	60	2%	103.5%	58.9%
อื่นๆ	229	5%	54	1%	99	3%	-56.7%	83.8%
รวม	4,405	100%	4,995	100%	3,957	100%	-10.2%	-20.8%

1.1) รายได้จากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง จำนวน 2,690 ล้านบาท ลดลง 927 ล้านบาท หรือ 25.6% เมื่อเทียบกับปีก่อน ในจำนวนนี้เป็นธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วน ร้อยละ 52:48 คิดเป็น

(1.1.1) รายได้จากการขายในประเทศจำนวน 1,393 ล้านบาท ลดลง 176 ล้านบาท หรือ 11.2% เมื่อเทียบกับปีก่อน เป็นผลจากรายได้จากการจำหน่ายเครื่องดื่มคาราบาวแดงปรับตัวลดลง 10.5% เมื่อเทียบกับปีก่อน และยอดขายเครื่องดื่มวิตามินซี วู้ดดี ซี+ ลีดลดลง 23.8% เมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจที่หดตัวลง ทั้งนี้เป็นผลมาจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ที่ยังคงมีความรุนแรง

(1.1.2) รายได้จากการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศจำนวน 1,297 ล้านบาท ลดลง 752 ล้านบาท หรือ 36.7% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยยอดส่งออกหลักมาจากกลุ่มประเทศ CLMV คิดเป็น 28% ของรายได้รวม กลุ่มประเทศแถบยุโรปคิดเป็น 2% ของรายได้รวม และประเทศอื่นอีก 3% ของรายได้รวม ซึ่งเป็นคำสั่งซื้อของประเทศเยอรมันเป็นหลัก

กลุ่มประเทศ CLMV คือตลาดส่งออกเดิมที่เป็นฐานธุรกิจต่างประเทศขนาดใหญ่และยังมีศักยภาพที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามรายได้จากการส่งออกในกลุ่มประเทศ CLMV ลดลง 539 ล้านบาท หรือ 32.5% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากมีสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 เช่นเดียวกับในประเทศไทย จึงทำให้เกิดการล็อกดาวน์ในหลายเมืองของแต่ละประเทศโดยเฉพาะประเทศเวียดนามและกัมพูชา ประกอบกับบริษัทคู่ค้าในประเทศเมียนมาเร่งสั่งซื้อสินค้าเข้าไปจำนวนมากในไตรมาสที่แล้ว และปัจจัยเฉพาะตัวอย่างการปิดด่านชายแดน รวมทั้งมีความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนภายในประเทศซึ่งกระทบอุปสงค์ภายในประเทศ ส่งผลให้ปริมาณการขายเฉลี่ยต่อเดือนของบริษัทฯ ปรับตัวลดลง

ประเทศจีนเป็นอีกตลาดหนึ่งที่มีศักยภาพที่จะเติบโตได้สูง เนื่องจากมีจำนวนประชากรสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของโลก อย่างไรก็ตามรายได้จากการส่งออกไปจีนลดลง 113 ล้านบาท หรือ 85.2% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากบริษัทคู่ค้าเร่งสั่งซื้อสินค้าเข้าไปในไตรมาสที่แล้วเพื่อรองรับยอดขายในอนาคตหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ในประเทศจีนดีขึ้นมากและเป็นช่วงไฮซีซั่น อย่างไรก็ตามการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ระลอกใหม่เกิดขึ้นในเดือนสิงหาคม 2564 ถึงแม้ว่าจำนวนผู้ติดเชื้อจะไม่มาก แต่รัฐบาลมีมาตรการค่อนข้างเข้มงวด ประกอบกับมีน้ำท่วมและฝนตกหนักในหลายพื้นที่



รายได้ส่งออกไปประเทศแถบยุโรปโดยการขายของบริษัทย่อย Intercarabao Company Limited (“ICUK”) เพิ่มขึ้น 31 ล้านบาท หรือ 103.5% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ดีขึ้น โดยเฉพาะในประเทศอังกฤษที่ผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ช่วงเดือน ก.ค.2564 และเรายังมีการทำโปรโมชั่นการขายเพื่อสร้างการรับรู้ในแบรนด์สินค้าอย่างต่อเนื่อง

- 1.2) รายได้จากกาารรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก จำนวน 897 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 284 ล้านบาท หรือ 46.3% เมื่อเทียบกับปีก่อน ยังคงขยายตัวต่อเนื่องทุกไตรมาสในช่วงกว่า 2 ปีที่ผ่านมา โดยมีปัจจัยเชิงบวกจากความหลากหลาย คุณภาพในตัวผลิตภัณฑ์ และการออกสินค้าใหม่ของบริษัทคู่ค้า ประกอบกับอาศัยผลสำเร็จของประสิทธิภาพการกระจายผ่านหน่วยรณเงินสดจำนวนมากกว่า 300 คัน ซึ่งในปัจจุบันสามารถเข้าถึงร้านค้าปลีกได้มากกว่า 180,000 ร้านค้าทั่วประเทศ
- 1.3) รายได้จากกาารขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ว่างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิต จำนวน 116 ล้านบาท ลดลง 19 ล้านบาท หรือ 14.3% เมื่อเทียบกับปีก่อน จากรายได้สินค้ากาาแพปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม (RTD) ลดลง สอดคล้องกับภาวะการบริโภคและสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอลงตัวลงจากสถานการณ์โควิด-19 รวมทั้งมีมาตรการล็อกดาวน์ในหลายพื้นที่ ทำให้ระยะเวลาในการขายสินค้าของแต่ละร้านค้าลดลง
- 1.4) รายได้อื่นจำนวน 255 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 535.3% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการผลิตและขายขวดแก้วให้แก่บุคคลภายนอกภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เอเชียแปซิฟิกกลาส จำกัด (“APG”) ซึ่งที่ผ่านมาทางยอดขายผลิตภัณฑ์เดิมของบริษัทคู่ค้าเติบโตก้าวกระโดด และยังมีออกผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อเนื่อง จึงมีคำสั่งซื้อขวดแก้วเข้ามาที่บริษัทฯ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

ในไตรมาส 3 ปี 2564 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น จำนวน 1,349 ล้านบาท ลดลง 482 ล้านบาท หรือ 26.3% เมื่อเทียบกับปีก่อน คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ 34.1% ลดลงจากปีก่อนซึ่งอยู่ที่ 41.6% มีสาเหตุหลักจากสัดส่วนรายได้กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตด้วยตนเองซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่มีอัตรากำไรสูงปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ 68% ของรายได้จากการขายรวม เมื่อเทียบกับปีก่อนซึ่งอยู่ที่สัดส่วน 82% ของรายได้จากการขายรวม และรายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกซึ่งมีอัตรากำไรต่ำกว่าปรับตัวเพิ่มขึ้น อีกทั้งอัตรากำไรของกลุ่มสินค้าที่ส่งออกไปขายในต่างประเทศปรับตัวลดลง

กำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 3 ปี 2020	อัตรากำไร	ไตรมาส 2 ปี 2021	อัตรากำไร	ไตรมาส 3 ปี 2021	อัตรากำไร	%YoY	%QoQ
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	1,752	48.4%	1,777	45.1%	1,159	43.1%	-33.9%	-34.8%
ว่างบุคคลภายนอกผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้ารวบรวม 2/	22	16.2%	21	14.9%	18	15.3%	-19.1%	-14.1%
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	40	6.6%	60	7.5%	65	7.3%	62.7%	8.7%
อื่นๆ	17	42.2%	43	36.5%	107	42.0%	532.1%	147.1%
รวม	1,831	41.6%	1,901	38.1%	1,349	34.1%	-26.3%	-29.1%

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ 43.1% ลดลงจาก 48.4% ในปีก่อน มีสาเหตุหลักมาจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลงของกลุ่มสินค้าที่ส่งออกไปขายในต่างประเทศ เพราะวัตถุดิบอย่างราคาน้ำตาลกับราคาอลูมิเนียมปรับตัวเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามราคาอ้างอิงอลูมิเนียมในตลาดลอนดอนปรับตัวลงมากตั้งแต่วงกลางเดือนตุลาคม 2564



3. ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

ในไตรมาส 3 ปี 2564 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายขายและบริหาร จำนวน 739 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20 ล้านบาท หรือ 2.8% เมื่อเทียบกับปีก่อน หรือคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมที่ 18.7% เพิ่มขึ้นจาก 16.3% ในปีก่อน สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 3 ปี 2020	% ต่อ ยอดขาย	ไตรมาส 2 ปี 2021	% ต่อ ยอดขาย	ไตรมาส 3 ปี 2021	% ต่อ ยอดขาย	%YoY	%QoQ
ค่าใช้จ่ายในการขาย	479	10.9%	485	9.7%	454	11.5%	-5.3%	-6.3%
ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนกีฬาฟุตบอล	94	2.1%	63	1.3%	69	1.7%	-27.0%	9.3%
ค่าใช้จ่ายในการขายที่ไม่รวมค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุน	385	8.7%	422	8.4%	385	9.7%	0.1%	-8.6%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	239	5.4%	284	5.7%	285	7.2%	19.0%	0.3%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	719	16.3%	769	15.4%	739	18.7%	2.8%	-3.8%

ค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 454 ล้านบาท ลดลง 5.3% เมื่อเทียบกับปีก่อน หรือคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมที่ 11.5% เพิ่มขึ้นจากสัดส่วน 10.9% ในปีก่อน โดยในจำนวนนี้ประกอบไปด้วย

- (1) ค่าธรรมเนียมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ จำนวนรวม 69 ล้านบาท ลดลง 27.0% เมื่อเทียบกับปีก่อน มีปัจจัยหนุนหลักจากสัญญาการเป็นผู้สนับสนุนสโมสร Chelsea Football Club Limited (CFC) สิ้นสุดไปเมื่อเดือนมิถุนายน 2564 ในขณะที่สัญญากับ English Football League (EFL) กลับมาจ่ายในราคาปกติ หลังส่วนลดจากสถานการณ์ไวรัส Covid-19 สิ้นสุดลงเมื่อเดือนพฤษภาคม 2564
- (2) ค่าใช้จ่ายในการขาย (ไม่รวมค่าธรรมเนียมสนับสนุนกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ) จำนวน 385 ล้านบาท จำนวนใกล้เคียงกับปีก่อน หรือคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมที่ 9.7% เพิ่มขึ้นจาก 8.7% ในปีก่อน เนื่องจากบริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมในไตรมาสนี้ที่ลดลง

อนึ่ง ค่าธรรมเนียมสนับสนุนกีฬาฟุตบอลต่างประเทศดังกล่าวรับรู้เป็นเส้นตรงตามเงื่อนไขการชำระเงิน ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและรอบระยะเวลาที่บริษัทฯ พึ่งได้รับอันเป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญาฉบับปัจจุบัน ซึ่งสัญญาผู้สนับสนุนการแข่งขัน EFL จะสิ้นสุดในเดือนพฤษภาคม 2567

ค่าใช้จ่ายบริหารจำนวน 285 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19.0% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับจำนวนพนักงานที่เติบโตขึ้นตามแผนงานการพัฒนากำลังคน

4. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงินจำนวน 23 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.3% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากหนี้สินเพิ่มขึ้นจากการออกหุ้นกู้มูลค่า 1,500 ล้านบาท เมื่อกลางเดือนกรกฎาคม 2564

5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวน 82 ล้านบาท ลดลง 57.2% เมื่อเทียบกับปีก่อน คิดเป็นอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงที่ 12.1% ลดลงจาก 16.4% ในปีก่อน ค่าใช้จ่ายภาษีที่ลดลงเนื่องจากบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลลดลง



ตามผลกำไรจากการดำเนินงานที่ลดลง ประกอบกับได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี (BOI) ของบริษัท APG เพิ่มขึ้นจาก ยอดขายขวดที่เพิ่มขึ้น

6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ ในไตรมาส 3 ปี 2564 จำนวน 601 ล้านบาท ลดลง 368 ล้านบาท หรือ ลดลง 38.0% เมื่อเทียบกับปีก่อน มาจากรายได้จากการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศลดลง โดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV เนื่องจาก สถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 รุนแรงขึ้นจนทำให้มีการล็อกดาวน์ในหลายเมือง ส่งผลให้ปริมาณการขายเฉลี่ย ต่อเดือนปรับตัวลดลง และส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลง

ด้านอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ 15.2% ลดลงจาก 22.0% ในปีก่อน เนื่องจากวัตถุดิบหลักอย่างราคาน้ำตาลกับราคาอลูมิเนียม ปรับตัวเพิ่มขึ้น อีกทั้งรายได้ปรับตัวลดลง



ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 เมื่อเทียบกับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563

สินทรัพย์

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 และ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 18,768 ล้านบาทและ 17,087 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 1,681 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) ลูกหนี้การค้าเพิ่มขึ้น 599 ล้านบาท และ (2) สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 472 ล้านบาทจากบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตไว้เพื่อรองรับยอดขายในอนาคต

หนี้สิน

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 และ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 9,248 ล้านบาทและ 6,929 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 2,319 ล้านบาท ประกอบด้วยหนี้สินหมุนเวียนจำนวน 6,445 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 790 ล้านบาท และหนี้สินไม่หมุนเวียนจำนวน 2,803 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,529 ล้านบาท สาเหตุหลักที่หนี้สินเพิ่มขึ้นมาจากเงินกู้ยืมระยะสั้นที่เพิ่มขึ้น 1,880 ล้านบาท และหุ้นกู้เพิ่มขึ้น 1,498 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 และ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 9,519 ล้านบาทและ 10,157 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 638 ล้านบาท เนื่องจากการจ่ายปันผลเพิ่มขึ้นจากปี 2563 และสะท้อนกำไรสุทธิในช่วง 9 เดือนปี 2564 ที่อ่อนตัวลง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ

(พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ)

ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน