



CBG 027/2566

วันที่ 10 พฤศจิกายน 2566

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ” หรือ “CBG”) สำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า ดังต่อไปนี้

### ผลการดำเนินงานรวมของบริษัทฯ

#### 1. รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมเท่ากับ 4,707 ล้านบาท เติบโตคงที่ทั้ง YoY และ QoQ โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองจำนวน 2,798 ล้านบาท ลดลง -14% YoY และ -7% QoQ โดยได้รับผลกระทบของยอดขายธุรกิจต่างประเทศเป็นหลัก นอกจากนี้ รายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกจำนวน 1,450 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +22% YoY จากประสิทธิภาพการกระจายผ่านช่องทางหน่วยรถเงินสด ประกอบกับคุณภาพและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทฯ ยังมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้ากลุ่มอื่นๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ วัตถุดิบหีบห่อ ให้แก่บุคคลภายนอก ซึ่งมีการเติบโตขึ้น +254% YoY และ +128% QoQ

| รายได้จากการขาย จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์<br>หน่วย: ล้านบาท    | ไตรมาส 3<br>ปี 2565 | %           | ไตรมาส 2<br>ปี 2566 | %           | ไตรมาส 3<br>ปี 2566 | %           | %YoY       | %QoQ       |
|---|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|------------|------------|
| ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของ<br>ตนเอง 1/        | 3,266               | 70%         | 3,017               | 64%         | 2,798               | 59%         | (14%)      | (7%)       |
| ว่าจ้างบุคคลภายนอกผลิตภายใต้เครื่องหมาย<br>การค้าคาราบาว 2/ | 132                 | 3%          | 64                  | 1%          | 61                  | 1%          | (53%)      | (4%)       |
| รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก<br>อื่นๆ                 | 1,184               | 25%         | 1,452               | 31%         | 1,450               | 31%         | +22%       | (0%)       |
|   | 113                 | 2%          | 174                 | 4%          | 398                 | 9%          | +254%      | +128%      |
| <b>รวม</b>  | <b>4,695</b>        | <b>100%</b> | <b>4,707</b>        | <b>100%</b> | <b>4,707</b>        | <b>100%</b> | <b>+0%</b> | <b>+0%</b> |

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มผสมซิงค์ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงค์

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

บริษัทฯ จะเป็นผู้รับจ้างจัดจำหน่ายสินค้าใหม่ ได้แก่ เบียร์คาราบาวและเบียร์ตะวันแดง จากลูกค้าของบริษัทฯ ทั้งในรูปแบบขวดและกระป๋องผ่านเครือข่ายช่องทางการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional trade) และการกระจายผ่านช่องทางหน่วยรถเงินสดเดิมที่มีความแข็งแกร่งในการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ โดยจะทำให้บริษัทฯ มีรายได้และกำไรจากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกเพิ่มขึ้นในไตรมาส 4/2566 อย่างไรก็ตามในไตรมาส 3/2566 นี้ ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท เอเซีย แปซิฟิกกลาส จำกัด (“APG”) บริษัท เอเซีย แคน แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด (“ACM”) และ บริษัท เอเซีย แพ็คเกจจิ้ง แมนูแฟคเจอร์ส



จำกัด (“APM”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย จะเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบที่บืบห่อ ได้แก่ ขวดแก้ว กระจกอะลูมิเนียม ก่องและภาคกระดาษ และฟิล์ม ให้แก่ลูกค้าผู้ผลิตเบียร์คาราบาวและเบียร์ตะวันแดงซึ่งเป็นบุคคลภายนอก เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและจำหน่ายออกสู่ตลาด

| รายได้จากการขาย จำแนกตามภูมิศาสตร์<br>หน่วย: ล้านบาท | ไตรมาส 3<br>ปี 2565 | %           | ไตรมาส 2<br>ปี 2566 | %           | ไตรมาส 3<br>ปี 2566 | %           | %YoY       | %QoQ       |
|--|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|------------|------------|
| ในประเทศ   | 3,071               | 65%         | 3,202               | 68%         | 3,545               | 75%         | +15%       | +11%       |
| ต่างประเทศ   | 1,624               | 35%         | 1,505               | 32%         | 1,162               | 25%         | (28%)      | (23%)      |
| กลุ่มประเทศ CLMV                                     | 1,340               | 29%         | 1,291               | 27%         | 953                 | 20%         | (29%)      | (26%)      |
| ประเทศจีน  | 133                 | 3%          | 41                  | 1%          | 38                  | 1%          | (71%)      | (7%)       |
| UK   | 57                  | 1%          | 56                  | 1%          | 48                  | 1%          | (16%)      | (13%)      |
| อื่นๆ  | 94                  | 2%          | 117                 | 2%          | 123                 | 3%          | +29%       | +4%        |
| <b>รวม</b>   | <b>4,695</b>        | <b>100%</b> | <b>4,706</b>        | <b>100%</b> | <b>4,707</b>        | <b>100%</b> | <b>+0%</b> | <b>+0%</b> |

1.1) รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองเท่ากับ 2,798 ล้านบาท ลดลง -14% YoY และ -7% QoQ โดยในจำนวนนี้เป็นธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วนร้อยละ 59:41

(1.1.1) รายได้จากการขายในประเทศเท่ากับ 1,650 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +8% QoQ เป็นผลจากการที่บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์คงราคาขายปลีกที่ 10 บาท ช่วยคนไทยลดค่าครองชีพ ควบคู่กับกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับไทยรัฐ ภายใต้แคมเปญบาวแดงช่วยคนไทยสร้างอาชีพผ่านรายการตะลอนข่าว ช่องไทยรัฐทีวี โดยได้ขยายแคมเปญต่อไปจนถึงสิ้นปี 2566 อีกทั้งบริษัทยังคงอาศัยความแข็งแกร่งจากการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและการสื่อสารที่เข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งช่วยกระตุ้นการรับรู้และผลักดันยอดขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังคาราบาวแดงในประเทศและส่วนแบ่งทางการตลาดให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

(1.1.2) รายได้จากการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศเท่ากับ 1,148 ล้านบาท ลดลง -28% YoY และ -23% QoQ จากการปรับตัวลดลงของยอดขายจากกลุ่มประเทศ CLMV และจีนเป็นหลัก โดยเฉพาะยอดขายในประเทศกัมพูชาที่ได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจและปัจจัยด้านฤดูกาล รวมถึงประเทศเมียนมาที่ได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนในการอนุญาตนำเข้าสินค้าและปัจจัยด้านฤดูกาล โดยบริษัทฯ จะดำเนินการลงทุนในบริษัทร่วมทุนและจัดตั้งโรงงานผลิตสินค้าที่ประเทศเมียนมา เพื่อแก้ไขปัญหาความไม่แน่นอนในการนำเข้าสินค้า โดยบริษัทฯ จะได้ประโยชน์ส่วนเพิ่มจากการลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังพิจารณาถึงความเสี่ยงจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนในประเทศเมียนมา จึงได้ดำเนินการลงทุนด้วยมูลค่าไม่สูงมากพร้อมทั้งติดตามประเมินความเสี่ยงอย่างใกล้ชิด นอกเหนือจากนี้ ประเทศจีนยังอยู่ในช่วงการฟื้นตัวอย่างจำกัดเป็นผลให้ยังไม่สามารถกลับมาขยายได้เท่าในอดีต ในขณะที่ประเทศเวียดนาม มียอดขายที่เติบโตขึ้นจากการที่ลูกค้าทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย และกลุ่มประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอัฟกานิสถานและประเทศแถบตะวันออกเฉียงกลางที่มียอดขายกลับมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปีถึงปัจจุบัน นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ได้เริ่มขยายการขายสินค้าไปยังประเทศใหม่ๆ มากขึ้นจากการออกงานนิทรรศการแสดงสินค้าในช่วงต้นปีที่ผ่านมา



ส่วนรายได้จากการขายในตลาดประเทศอังกฤษภายใต้การดำเนินงานของบริษัทย่อย InterCarabao Company Limited (“ICUK”) เท่ากับ 48 ล้านบาท ลดลง -16% YoY และ -13% QoQ จากสถานะชะลอตัวทางเศรษฐกิจในประเทศ แต่ยังคงมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้นจากการออกสินค้าประเภทเครื่องดื่มเกลือแร่ไอโซโทนิก (Isotonic sports drink) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในประเทศอังกฤษได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

- 1.2) รายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกเท่ากับ 1,450 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +22% YoY มีปัจจัยเชิงบวกจากความหลากหลายและคุณภาพในตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งทำให้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลจากความสำเร็จของการกระจายผ่านหน่วยรถเงินสดมากกว่า 300 คัน และสามารถเข้าถึงร้านค้าปลีกทั่วประเทศ
- 1.3) รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ว่างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตเท่ากับ 61 ล้านบาท ลดลง -53% YoY รายได้ส่วนนี้ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มและกาแฟ 3 in 1 ที่เพิ่มขึ้น +8% YoY โดยผลิตภัณฑ์น้ำดื่มทำยอดขายเติบโตและมียอดสูงสุดในไตรมาสนี้เป็นไตรมาสที่สองติดต่อกัน ในขณะที่ผลิตภัณฑ์กาแฟป้องกันนั้นยังไม่มียอดจัดจำหน่าย ตั้งแต่ไตรมาส 1/2566 เนื่องจากอยู่ในระหว่างการปรับปรุงโฉมผลิตภัณฑ์และการพัฒนาสูตรใหม่ ซึ่งคาดว่าจะวางจำหน่ายใหม่ภายในสิ้นปี 2566 นี้
- 1.4) รายได้จากการขายอื่นเท่ากับ 398 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +254% YoY และ +128% QoQ เป็นรายได้จากการผลิตและขายขวดแก้วให้แก่บุคคลภายนอกภายใต้การดำเนินงานของ APG กระจ่างอะลูมิเนียม ภายใต้การดำเนินงานของ ACM เพื่อเตรียมความพร้อมในการออกสินค้าใหม่ในช่วงไตรมาส 4/2566 ของคู่ค้าซึ่งเป็นบุคคลภายนอก

## 2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 1,262 ล้านบาท ลดลง -7% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 27 ลดลงจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 29 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้าจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบหลัก ได้แก่ น้ำตาล นอกเหนือไปจากการเปลี่ยนแปลงในส่วนผสมผลิตภัณฑ์ตามยอดขาย (Product mix) ในขณะที่กำไรขั้นต้นของสินค้าที่ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองค่อยๆปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากราคาวัตถุดิบหลายชนิดรวมถึงวัตถุดิบหีบห่อหลักเริ่มทยอยปรับตัวลดลง ถึงแม้จะมีปริมาณการผลิตที่ลดลงสอดคล้องกับยอดขายต่างประเทศ เป็นปัจจัยกดดันต้นทุนในด้านการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale)

| กำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์                  | ไตรมาส 3     | อัตรา      | ไตรมาส 2     | อัตรา      | ไตรมาส 3     | อัตรา      | %YoY        | %QoQ       |
|---|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|-------------|------------|
| หน่วย: ล้านบาท                                      | ปี 2565      | กำไร       | ปี 2566      | กำไร       | ปี 2566      | กำไร       |             |            |
| ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/    | 1,206        | 37%        | 1,062        | 35%        | 996          | 36%        | (17%)       | (6%)       |
| ว่างบุคคลภายนอกผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้ารวบรวม 2/ | 15           | 11%        | 9            | 14%        | 11           | 18%        | (25%)       | +26%       |
| รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก                  | 92           | 8%         | 145          | 10%        | 145          | 10%        | +58%        | +0%        |
| อื่นๆ   | 47           | 41%        | 44           | 25%        | 110          | 28%        | +136%       | +151%      |
| <b>รวม</b>  | <b>1,360</b> | <b>29%</b> | <b>1,260</b> | <b>27%</b> | <b>1,262</b> | <b>27%</b> | <b>(7%)</b> | <b>+0%</b> |

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มผสมซิงค์ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงค์

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม



### 3. ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายขายและบริหารเท่ากับ 655 ล้านบาท ลดลง -20% YoY และ -8% QoQ โดยคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมที่ร้อยละ 14 ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า จากการทำแผนควบคุมค่าใช้จ่ายต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี

| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร                               | ไตรมาส 3   | % ต่อ      | ไตรมาส 2   | % ต่อ      | ไตรมาส 3   | % ต่อ      | YoY          | QoQ         |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|-------------|
| หน่วย: ล้านบาท  | ปี 2565    | ยอดขาย     | ปี 2566    | ยอดขาย     | ปี 2566    | ยอดขาย     |              |             |
| ค่าใช้จ่ายในการขาย  | 557        | 12%        | 494        | 11%        | 479        | 10%        | (14%)        | (3%)        |
| ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนกีฬาฟุตบอล                  | 66         | 1%         | 76         | 2%         | 80         | 2%         | +21%         | +5%         |
| ค่าใช้จ่ายในการขายที่ไม่รวมค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุน | 491        | 10%        | 418        | 9%         | 399        | 8%         | (19%)        | (5%)        |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหาร                                     | 258        | 5%         | 218        | 5%         | 176        | 4%         | (32%)        | (19%)       |
| <b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>                        | <b>815</b> | <b>17%</b> | <b>712</b> | <b>15%</b> | <b>655</b> | <b>14%</b> | <b>(20%)</b> | <b>(8%)</b> |

ค่าใช้จ่ายขายเท่ากับ 479 ล้านบาท ลดลง -14% YoY จากการวางแผนการดำเนินงานขายอย่างเหมาะสม รัดกุม และมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยบริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นสนับสนุนผลิตภัณฑ์ยอดขายให้เติบโตตามเป้าหมายมีศักยภาพ หากคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมอยู่ที่ร้อยละ 10 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 12 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า

ค่าใช้จ่ายบริหารเท่ากับ 176 ล้านบาท ลดลง -32% YoY หรือคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมที่ร้อยละ 4 ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

### 4. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงินเท่ากับ 51 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +70% YoY และ +17% QoQ สอดคล้องกับทิศทางดอกเบี้ยนโยบายในประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตลอดในช่วงที่ผ่านมาประกอบกับมีการเบิกเงินกู้ระยะยาวและหุ้นกู้เพิ่มขึ้น

### 5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลเท่ากับ 80 ล้านบาท ลดลง -22% YoY คิดเป็นอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงที่ร้อยละ 13 ลดลงจากร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า จากการได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีจากส่งเสริมการลงทุน

### 6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ เท่ากับ 530 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +11% YoY และ +10% QoQ เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า สะท้อนยอดขายที่เติบโตขึ้น ต้นทุนที่ปรับตัวลดลงและแผนการควบคุมค่าใช้จ่าย



ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566 เมื่อเทียบกับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

### สินทรัพย์

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 และ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 19,567 ล้านบาทและ 20,039 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 472 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) สินค้าคงเหลือ ลดลง 613 ล้านบาท (2) ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เพิ่มขึ้น 222 ล้านบาท

### หนี้สิน

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 และ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 8,862 ล้านบาทและ 9,474 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 612 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินลดลง 1,893 ล้านบาท (2) หนี้กู้ยืมกับส่วนของหุ้นกู้ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีเพิ่มขึ้น 526 ล้านบาท (3) เงินกู้ยืมระยะยาวรวมกับส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี เพิ่มขึ้น 698 ล้านบาท และ (4) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น เพิ่มขึ้น 227 ล้านบาท

### ส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 และ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 10,705 ล้านบาทและ 10,565 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 140 ล้านบาท สะท้อนกำไรสุทธิในไตรมาส 3/2566 รวมถึงการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลปี 2566 จำนวน 400 ล้านบาท

### การก้าว สิ้นค้าระดับโลก แปรนตร์ระดับโลก กับความยั่งยืน

ด้วยวิสัยทัศน์ “สิ้นค้าระดับโลก แปรนตร์ระดับโลก” ความยั่งยืนเป็นสิ่งที่เป็นที่บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจตามหลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียไว้วางใจในฐานะแบรนด์ที่ยั่งยืนระดับโลก บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบด้านลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทฯ ต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม จึงได้จัดตั้งทีมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้น ซึ่งมีกฎบัตรชี้นำถึงบทบาทความรับผิดชอบในการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว และเป็นพันธสัญญาของบริษัทฯ ที่จะตระหนักผ่านการดำเนินการเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสูงสุด

โดยปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ทุกคนต้องร่วมกันแก้ไข ภูมิอากาศถูกคุกคามจากภาวะโลกร้อน ซึ่งจำเป็นต้องมีการดำเนินการร่วมกันอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการผลิต การขนส่งและการจัดจำหน่ายเป็นจุดที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกหลัก และได้ดำเนินการเก็บข้อมูลในส่วนต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวทางในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เรายังมุ่งหวังในการเพิ่มสัดส่วนของแหล่งพลังงานหมุนเวียนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานเดิมด้วย โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ มีการใช้พลังงานสะอาดหรือพลังงานทดแทน โดยการติดตั้งระบบไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาของโรงงาน โดยมีขนาดกำลังการผลิตติดตั้งอยู่ที่ 5 เมกะวัตต์ ซึ่งเริ่มผลิตไฟฟ้าตั้งแต่ในปี 2564 และดำเนินการติดตั้งเพิ่มอีก 5 เมกะวัตต์ในปี 2566 รวมเป็น 10 เมกะวัตต์ เพื่อผลิตไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน และบริษัทฯ กำลังดำเนินการเพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านสภาพอากาศ ซึ่งเป็นแผนที่จะนำไปปฏิบัติได้จริงและเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าเพื่อจัดการกับความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพอากาศ รวมถึงดำเนินการวางรากฐานและจัดโครงสร้างการดำเนินการเชิงปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



ในมิติสังคม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 อยู่ระหว่างการค่อยๆฟื้นตัว ประเทศไทยยังคงเผชิญกับสถานะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว อีกทั้งยังได้รับผลกระทบจากต้นทุนวัตถุดิบต่างๆ ที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ยังคงระมัดระวังในการใช้จ่าย ซึ่งทางบริษัทฯได้มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ ให้กับกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ด้วยการแจกรถแท็กซี่ แจกมอเตอร์ไซด์ เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ ทำธุรกิจและเพิ่มความสะดวกในการเดินทาง รวมถึงยังได้มีการบริจาคทุนทรัพย์และสิ่งของให้กับองค์กรต่างๆ ตามความเหมาะสม อีกทั้งยังดำเนินกลยุทธ์คงราคาขายปลีกที่ 10 บาท ช่วยคนไทยลดค่าครองชีพ

ระบบธรรมาภิบาลที่แข็งแกร่ง มีความสำคัญต่อบริษัทฯ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการแบ่งแยกอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบ รวมทั้งสร้างกลไกตรวจสอบและถ่วงดุล เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและตรวจสอบได้ การกำกับดูแลกิจการที่ดีเกิดขึ้นได้จากนโยบายต่างๆ ของบริษัทฯ ได้แก่ นโยบายการกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ มาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและนโยบายการบริหารความเสี่ยงองค์กร บริษัทฯ จัดให้มีโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการบริษัทฯ ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความเจริญเติบโต และเพิ่มมูลค่าให้กับบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นในระยะยาว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ

---

(พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ)

ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน