



CBG [008/2561]

วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “CBG”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัทฯ”) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ดังต่อไปนี้

ผลการดำเนินงานรวมของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินกิจการภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างปัจจัยพื้นฐานที่ดีต่อการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตตามโอกาสทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ธุรกิจในประเทศมีความแข็งแกร่งมากขึ้นจากกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ไม่จำกัดเฉพาะการออกวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง (Branded products by 3rd party manufacture) ซึ่งทยอยเข้าสู่ตลาดเรื่อยมาตั้งแต่นำตีมีในไตรมาส 1/2559 มาจนถึงกาแพปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแพปรุงสำเร็จพร้อมดื่มในช่วงครึ่งหลังปี 2559

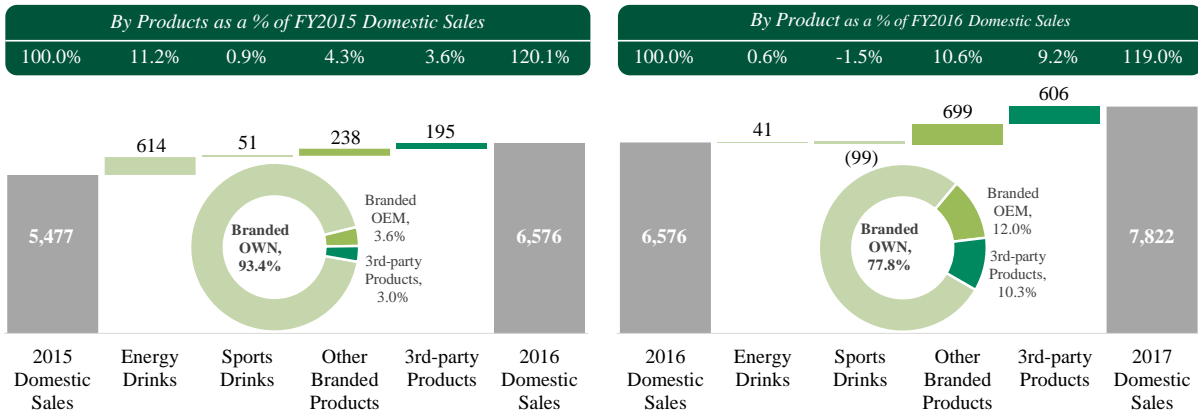
กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ยังหมายรวมถึงการสร้างแหล่งรายได้ส่วนเพิ่มจากผลิตภัณฑ์รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอุปโภคบริโภคทั่วไปและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (3rd party products for distribution) รายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายขับเคลื่อนการเติบโตด้วยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในด้านคุณภาพเมื่อเทียบกับราคาขายอย่างโดดเด่น

กลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่าเครื่องหมายการค้าคาราบาวเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว โดยเฉพาะกาแพปรุงสำเร็จพร้อมดื่มที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีและรายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่าย ไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่มีอัตราการเติบโตติดลบในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา อ้างอิงข้อมูลการตลาดของ เอซี นีลเส็น (ประเทศไทย) แต่ยังมีบทบาทมากขึ้นต่อการขยายขนาดธุรกิจในประเทศของกลุ่มบริษัทฯ ในปัจจุบันและในอนาคตตามทิศทางการเติบโตของปริมาณความต้องการผู้บริโภคและสภาพเศรษฐกิจในประเทศ

ธุรกิจในประเทศยังมีปัจจัยเอื้อหนุนการเติบโตจากกลยุทธ์หน่วยธุรกิจระดับขีดความสามารถการกระจายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional trade) ให้ครอบคลุมพื้นที่การค้าสำคัญทั่วประเทศ กล่าวคือ นอกเหนือไปจากการกระจายผลิตภัณฑ์ด้วยระบบตัวแทน (Multi-tiered agent system) กลยุทธ์หน่วยธุรกิจช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ กระจายผลิตภัณฑ์เข้าถึงจุดขายตามร้านค้าโดยตรง ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้พัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลและบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าที่สามารถจัดกลุ่ม ระบุความมีตัวตน ตลอดจนงานด้านวิเคราะห์และจัดทำแผนส่งเสริมการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า 220,000 ร้านค้าทั่วประเทศด้วยศูนย์กระจายสินค้า 31 แห่งและหน่วยธุรกิจ 334 คัน อ้างอิงข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560



รายได้จากการขายในประเทศจำนวน 7,822 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,247 ล้านบาทหรือร้อยละ 19.0 จากช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า พัฒนาการรายได้จากการขายในประเทศจำแนกตามผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่มเป็นดังต่อไปนี้

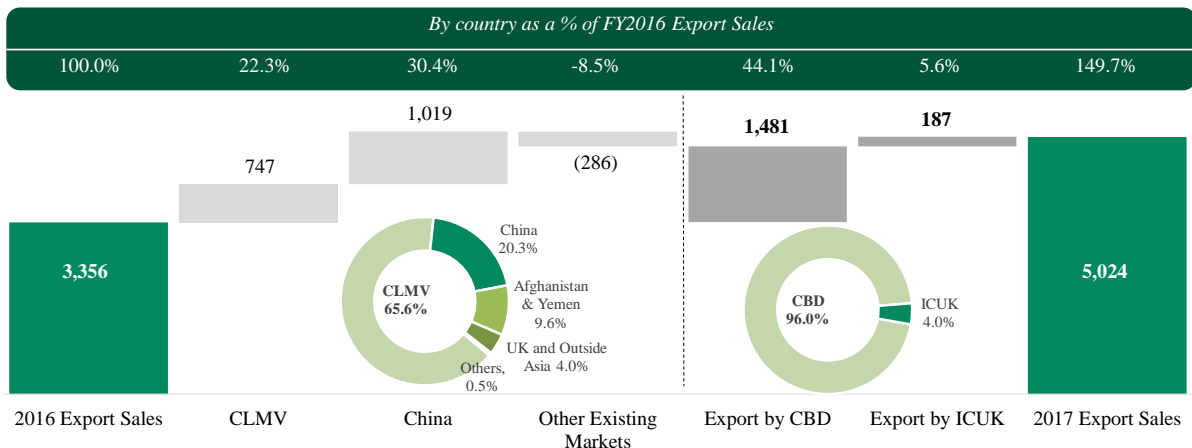


Note: Pie charts represent annual sales derived from individual product groups as a % of domestic sales in respective financial reporting period

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์หน่วยธุรกิจ คือหนึ่งในองค์ประกอบของนโยบายการตลาดในภาพรวม และดำเนินการควบคู่ไปกับการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ในวงกว้าง (Above the line) และการจัดกิจกรรมการตลาดภาคสนามโดยตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบบเจาะจง เพื่อส่งเสริมการขายด้วยการสร้างการรับรู้ ประสบการณ์และความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ การเป็นคู่สัญญาผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอล ได้แก่ Chelsea Football Club Limited (CFC) และ English Football League (EFL) ถือเป็นเครื่องมือการตลาดในการเผยแพร่เครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้องให้หน้าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายในระดับสากล

ธุรกิจต่างประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่องจากตลาดส่งออกเดิมไม่รวมประเทศจีน ได้แก่ กลุ่มประเทศ CLMV ประเทศอัฟกานิสถาน ประเทศเยเมนและอื่นๆ (Non-China markets) ตลอดจนตลาดส่งออกใหม่ทั้งในส่วนที่ดำเนินงานภายใต้บริษัทย่อยในประเทศ ได้แก่ บริษัท คาราบาวตะวันตก จำกัด (“CBD”) และที่ดำเนินงานภายใต้บริษัทย่อยต่างประเทศ ได้แก่ Intercarabao Limited (“ICUK”) โดยในปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีเครื่องดื่มบำรุงกำลังในรูปแบบขวด กระป๋องไม่อัดก๊าซและกระป๋องอัดก๊าซภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวเป็นผลิตภัณฑ์หลักผลิตภัณฑ์เดียวสำหรับธุรกิจต่างประเทศ

รายได้จากการขายต่างประเทศจำนวน 5,024 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,667 ล้านบาทหรือร้อยละ 49.7 จากช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า จำแนกตามตลาดส่งออกในแต่ละกลุ่มดังต่อไปนี้



Note: Pie charts represent annual sales derived from key export markets as a % of export sales in respective financial reporting period

การขยายธุรกิจต่างประเทศไปสู่ตลาดส่งออกใหม่อย่างประเทศจีนภายใต้การดำเนินงานของ CBD เป็นผลสืบเนื่องจากมติคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 4/2560 เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2560 อนุมัติให้กลุ่มบริษัทฯ ยกเลิกการถือหุ้นในโครงการเพื่อประกอบธุรกิจในกลุ่มประเทศ Greater China แต่กลุ่มบริษัทฯ ยังได้รับผลประโยชน์จากการผลิตและส่งออกขายให้แก่กลุ่มบริษัทร่วมทุนตามโครงการเพื่อทำกิจกรรมการตลาด ขายและจัดจำหน่ายให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในหลายมณฑลสำคัญทั่วประเทศจีนภายใต้นโยบายการตลาดเชิงรุกของกลุ่มบริษัทร่วมทุน

ICUK ตระหนักถึงสภาพการแข่งขันที่รุนแรงของตลาดเครื่องสำอางกำลังในประเทศอังกฤษ อีกทั้งการที่ผู้ประกอบการร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade) ที่มีชื่อเสียงจำนวนมากหนึ่งมีอำนาจต่อรองการค้ำสูง ส่งผลให้การนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ระบบงานขายผ่านเครือข่ายร้านค้าสมัยใหม่รายใหญ่ต้องเป็นไปตามกรอบระยะเวลาการพิจารณาตอบรับภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด (Listing process) อย่างไรก็ตาม ICUK ยังคงมุ่งมั่นที่จะขยายช่องทางการขายและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางร้านค้าสมัยใหม่ให้ครอบคลุมทุกแห่ง ในขณะเดียวกันก็ดำเนินการเร่งอัตราการขายของร้านค้าเดิมให้เพิ่มขึ้น (Same store sales growth) ด้วยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นในตลาด ตัวอย่างเช่นการพัฒนาเครื่องสำอางกำลังรสผลไม้กลิ่นแอปเปิ้ล (Green Apple) ในช่วงปลายปี 2559 ซึ่งมีกระแสตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และต่อยอดความสำเร็จอีกครั้งด้วยรสผลไม้กลิ่นส้ม (Mandarin Orange) ในช่วงไตรมาส 1/2561 รวมทั้งการจัดกลุ่มเครือข่ายร้านค้าเพื่อจัดสรรงบประมาณการตลาดและส่งเสริมการขายตามแผนงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการผลักดันให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีประสบการณ์ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างโอกาสในการขายต่อไป นอกจากนี้ ICUK ยังให้ความสำคัญกับการลดต้นทุนดำเนินงานที่ทับซ้อนและไม่จำเป็นเพื่อสร้างผลตอบแทนจากการขาย (Return on sales) ในอัตราที่เหมาะสม

ICUK มีพัฒนาการด้านยอดขายในเชิงบวกอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นจากปริมาณขายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวในประเทศไทยที่มีแนวโน้มเติบโตในไตรมาส กล่าวคือ เริ่มจากปริมาณขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ 1.13 แสนกระป๋องในช่วงไตรมาส 4/2559 เพิ่มขึ้นต่อเนื่องมาอยู่ที่ 9.50 แสนกระป๋องต่อเดือนในไตรมาส 4/2560 โดยมีปริมาณขายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5.88 แสนกระป๋องสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 พัฒนาการอย่างก้าวกระโดดดังกล่าวเป็นผลจากแผนธุรกิจและนโยบายการตลาดของ ICUK ที่กล่าวข้างต้น ประกอบกับภาพลักษณ์การเป็นผลิตภัณฑ์ผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลชั้นนำ ซึ่งปัจจัยความสำเร็จเหล่านี้ช่วยให้ ICUK สามารถนำเครื่องสำอางกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวเข้าสู่ระบบงานขายผ่านเครือข่ายร้านค้าสมัยใหม่รายใหญ่ที่มีชื่อเสียงเพิ่มขึ้นตลอดทั้งปี 2560 รวมถึงแต่ไม่



จำกัดเฉพาะ Booker One-Stop, WHSmith, Spar, BP, Morrisons Co-op Ocado และ Poundland รวมถึง ASDA ที่เริ่มออกจัดจำหน่ายในเดือนมกราคม 2561

นอกจากนี้ ICUC ยังมีแหล่งรายได้จากการขายไปยังตลาดส่งออกอื่นนอกทวีปเอเชีย ปริมาณขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวไปยังประเทศอื่นเหล่านี้ยังมีแนวโน้มการเติบโตไม่ชัดเจนในปัจจุบัน กล่าวคือ มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงในแต่ละเดือนตามคำสั่งซื้อจากบริษัทคู่ค้าโดยมีปริมาณขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ 1.00 ล้านกระป๋อง

กลุ่มบริษัท เป็นผู้สนับสนุนให้แก่ Chelsea Football Club Limited (CFC) เป็นระยะเวลา 5 ฤดูกาลแข่งขันสิ้นสุดปี 2564 ซึ่งมีค่าธรรมเนียมสนับสนุนทั้งหมด 33 ล้านปอนด์ แบ่งเป็นสิทธิในการเผยแพร่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์และเครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้องในฐานะ Principal Partner ใน 3 ปีแรกซึ่งมีค่าธรรมเนียมสนับสนุนรวมจำนวน 27 ล้านปอนด์และจะถูกปรับลดสถานะเป็น Global Partner ในปี 4 และปีที่ 5 ซึ่งมีค่าธรรมเนียมสนับสนุนรวมจำนวน 6 ล้านปอนด์ จากการที่กลุ่มบริษัทได้รับเงื่อนไขพิเศษสำหรับการขยายระยะเวลาการเป็นผู้สนับสนุนจากเดิม 3 ฤดูกาลแข่งขันสิ้นสุดปี 2562 ในขณะเดียวกันกลุ่มบริษัท เป็นผู้สนับสนุนให้แก่ English Football League (EFL) เป็นระยะเวลา 3 ฤดูกาลแข่งขันสิ้นสุดปี 2563 ซึ่งมีค่าธรรมเนียมสนับสนุนทั้งหมด 18 ล้านปอนด์ ทั้งนี้ English Football League (EFL) เป็นหนึ่งในการแข่งขันฟุตบอลรายการใหญ่ในประเทศอังกฤษและมีสโมสรฟุตบอลเข้าร่วมมากกว่า 90 แห่งจากทั่วประเทศ ซึ่งเปลี่ยนชื่อรายการมาเป็น Carabao Cup ตลอดอายุสัญญา

กลุ่มบริษัท ตระหนักว่าการเป็นคู่สัญญาผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลชั้นนำและการร่วมลงทุนโดยการถือหุ้นในกิจการต่างประเทศอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อผลการดำเนินงานภาพรวมของบริษัท และบริษัทอยู่ในระยะเริ่มต้น กลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่าสิ่งต่างๆ เหล่านี้คือการลงทุนเชิงยุทธศาสตร์ในปัจจุบันพื้นฐานที่ดีเพื่อการขับเคลื่อนให้ธุรกิจต่างประเทศมีขนาดใหญ่บนพื้นฐานของการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องหมายการค้าคาราบาวที่ขยายออกเป็นวงกว้างทั่วโลกและเป็นไปตามโอกาสทางธุรกิจต่อไปในระยะยาว

1. รายได้จากการขาย

สำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัท มีรายได้จากการขายรวมจำนวน 12,904 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,961 ล้านบาทหรือร้อยละ 29.8 แบ่งเป็นรายได้จากการขายในประเทศและรายได้จากการขายต่างประเทศที่อัตราส่วนร้อยละ 61:39 เปลี่ยนแปลงจากอัตราส่วนร้อยละ 66:34 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า หากพิจารณาเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลัง กลุ่มบริษัท มีรายได้จากการขายจำนวน 11,058 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,709 ล้านบาทหรือร้อยละ 18.3 แบ่งเป็นรายได้จากการขายในประเทศและรายได้จากการขายต่างประเทศที่อัตราส่วนร้อยละ 55:45 เปลี่ยนแปลงจากอัตราส่วนร้อยละ 64:36 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า ธุรกิจต่างประเทศที่มีเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวเป็นผลิตภัณฑ์หลักมีการเติบโตทั้งจำนวนและสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมในอัตราเร่งที่สูงกว่าเป็นผลจากการที่กลุ่มบริษัท ดำเนินนโยบายการตลาดเชิงรุกเพื่อขยายตลาดส่งออกในประเทศที่ตั้งอยู่ในและนอกทวีปเอเชียตามวิสัยทัศน์ตราสินค้าระดับโลก ผลิตภัณฑ์ระดับโลก (World-class brand, World-class product)



รายได้จากการขาย	สำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		การเปลี่ยนแปลง	
	2559	2560	จำนวน	อัตราส่วน
ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	6,141	6,083	(58)	(0.9)
ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว 2/	238	936	699	n/m
ผลิตภัณฑ์รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	197	803	606	n/m
รายได้ขายในประเทศ	6,576	7,822	1,247	19.0
รายได้ขายต่างประเทศภายใต้การดำเนินงาน CBD	3,340	4,821	1,481	44.3
รายได้ขายต่างประเทศภายใต้การดำเนินงาน ICUK	16	202	187	n/m
รายได้ขายต่างประเทศ	3,356	5,024	1,667	49.7
รายได้ขายอื่น	12	58	47	n/m
รายได้จากการขายรวม	9,943	12,904	2,961	29.8

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

รายได้จากการขายในประเทศจำนวน 7,822 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,247 ล้านบาทหรือร้อยละ 19.0 ขับเคลื่อนด้วยการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวจำนวน 699 ล้านบาทจากการพัฒนาและออกวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่โดยอาศัยจุดแข็งเครื่องหมายการค้าคาราบาวอันเป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายจำนวน 606 ล้านบาทจากการทยอยเปิดศูนย์กระจายสินค้าและเพิ่มจำนวนหน่วยรถเงินสดให้ครอบคลุมพื้นที่การค้าสำคัญทั่วประเทศ โดยจำนวนศูนย์กระจายสินค้าอยู่ที่ 31 แห่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เพิ่มขึ้นจาก 16 แห่ง ณ สิ้นสุดวันเดียวกันปีก่อนหน้า ในขณะที่จำนวนหน่วยรถเงินสดเฉลี่ย (Weighted average) อยู่ที่ 336 คันในปี 2560 เพิ่มขึ้นจาก 265 คันในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า ประกอบกับผลิตภัณฑ์รับจ้างจัดจำหน่ายในกลุ่มอุปโภคบริโภคทั่วไปและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความหลากหลายมากขึ้น

รายได้จากการขายต่างประเทศจำนวน 5,024 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,667 ล้านบาทหรือร้อยละ 49.7 ขับเคลื่อนด้วยการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายไปยังตลาดส่งออกเดิมและตลาดส่งออกใหม่ กล่าวคือ รายได้จากการขายไปยังตลาดส่งออกเดิมไม่รวมประเทศจีน ได้แก่ กลุ่มประเทศ CLMV ประเทศอัฟกานิสถาน ประเทศเยเมนและอื่นๆ (Non-China markets) จำนวน 3,802 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 462 ล้านบาทหรือร้อยละ 13.8 เนื่องจากบริษัทคู่ค้าตัวแทนที่นำเข้ามาดำเนินการเพิ่มจุดขายควบคู่ไปกับกิจกรรมการตลาดและส่งเสริมการขายในเขตพื้นที่ประเทศของตนด้วยภาพลักษณ์ของการเป็นผลิตภัณฑ์ผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลชั้นนำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศ CLMV ที่เพิ่มขึ้นจำนวน 747 ล้านบาทหรือร้อยละ 29.4 ในขณะที่ตลาดส่งออกใหม่อย่างประเทศจีนเข้ามามีบทบาทต่อการขับเคลื่อนให้ธุรกิจต่างประเทศมีขนาดใหญ่ในอนาคต โดยกลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายให้แก่กลุ่มบริษัทร่วมทุนเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศจีนจำนวน 1,019 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายต่างประเทศที่ร้อยละ 20.3 ไม่เพียงก่อให้เกิดการกระจายแหล่งรายได้ในเชิงภูมิศาสตร์แต่ยังช่วยให้เครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวเป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการที่ประเทศจีนเป็นตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังขนาดใหญ่ติดอันดับหนึ่งในห้าของโลก



นอกเหนือไปจากรายได้จากการขายไปยังตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศ CLMV ประเทศอัฟกานิสถาน ประเทศเยเมนและอื่นๆ และตลาดส่งออกใหม่อย่างประเทศจีนภายใต้การดำเนินงานของ CBD ตามที่กล่าวข้างต้น กลุ่มบริษัทฯ ยังมีรายได้จากการขายต่างประเทศภายใต้การดำเนินงานของ ICUK จำนวน 202 ล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากการขายในประเทศอังกฤษและรายได้จากการขายไปยังตลาดส่งออกประเทศอื่นนอกทวีปเอเชียในอัตราส่วนร้อยละ 50:50

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

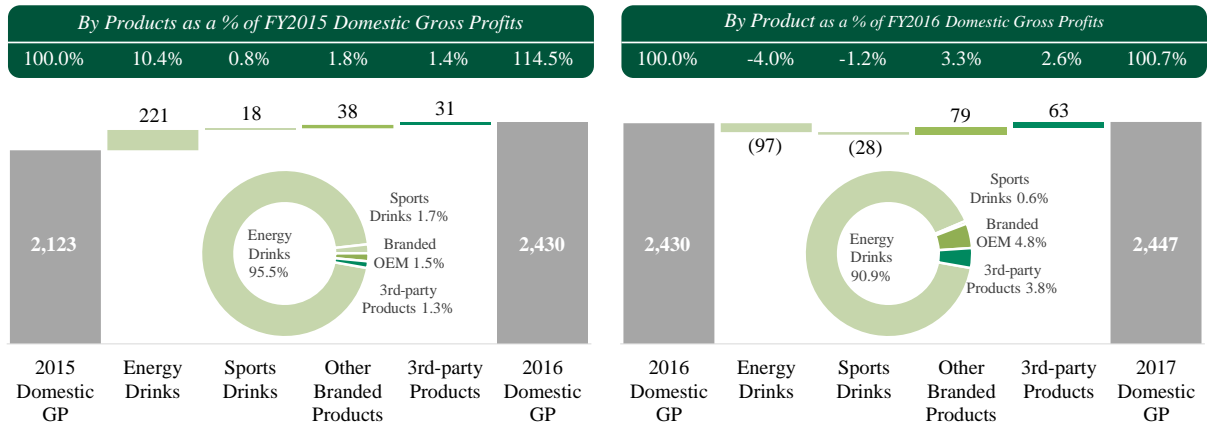
สำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 กำไรขั้นต้นจำนวน 4,065 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 509 ล้านบาทหรือร้อยละ 14.3 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 31.5 ลดลงจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 35.8 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า

กำไรขั้นต้น	สำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		การเปลี่ยนแปลง	
	2559	2560	จำนวน	อัตราส่วน
จำนวนรายการกลุ่มผลิตภัณฑ์ (ล้านบาท)				
ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	2,361	2,236	(125)	(5.3)
ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคราบบาว 2/	38	117	79	n/m
ผลิตภัณฑ์รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	31	94	63	n/m
กำไรขั้นต้นจากการขายในประเทศ	2,430	2,447	17	0.7
กำไรขั้นต้นจากการขายต่างประเทศภายใต้การดำเนินงาน CBD	1,121	1,585	464	41.4
กำไรขั้นต้นจากการขายต่างประเทศภายใต้การดำเนินงาน ICUK	3	28	25	n/m
กำไรขั้นต้นจากการขายต่างประเทศ	1,124	1,613	489	43.5
กำไรขั้นต้นจากการขายอื่น	1	5	4	n/m
กำไรขั้นต้นรวม	3,555	4,065	509	14.3

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคราบบาวและผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบริษัทฯ รับจ้างจัดจำหน่ายมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่า โดยผลิตภัณฑ์รับจ้างจัดจำหน่ายมีอัตรากำไรขั้นต้นแตกต่างกันไป ซึ่งเกิดขึ้นเป็นปกติของการประกอบธุรกิจซื้อมาขายไปตามราคาตลาดของผลิตภัณฑ์แต่ละรายการ การเติบโตอย่างรวดเร็วของรายได้จากผลิตภัณฑ์ทั้งสองกลุ่มดังกล่าวส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมการขายผลิตภัณฑ์ (Product Mix) อย่างมีสาระสำคัญและทำให้อัตรากำไรขั้นต้นจากธุรกิจในประเทศลดลงในภาพรวม กล่าวคือ กำไรขั้นต้นจากธุรกิจในประเทศจำนวน 2,447 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.7 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 31.3 ลดลงจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 37.0 พัฒนาการกำไรขั้นต้นจากการขายในประเทศเป็นดังต่อไปนี้



Note: Pie charts represent annual gross profits from individual product groups as a % of total gross profits in respective financial reporting period

แผนภาพวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบริษัท ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราวาและ การรับจ้างจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอุปโภคบริโภคทั่วไปและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดรายได้และกำไรขั้นต้นส่วนเพิ่ม โดยกลุ่มบริษัท มีกำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์ทั้งสองกลุ่มดังกล่าวเมื่อนับรวมกันแล้วจำนวน 210 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 142 ล้านบาท ชดเชยผลประโยชน์ของการผลิตผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอื่นที่อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายจากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และสร้างความมั่นคงจากการกระจายแหล่งรายได้ที่มีศักยภาพการเติบโตให้แก่กลุ่มบริษัท

อัตรากำไรขั้นต้น จำแนกสายกลุ่มผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ)	สำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	
	2559	2560
ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัท ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/ ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัท ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราวา 2/ ผลิตภัณฑ์ที่รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	38.5	36.8
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายในประเทศ	37.0	31.3
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายต่างประเทศภายใต้การดำเนินงาน CBD	33.6	32.9
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายต่างประเทศภายใต้การดำเนินงาน ICUK	21.5	13.8
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายต่างประเทศ	33.5	32.1
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายอื่น	8.3	8.4
อัตรากำไรขั้นต้นรวม	35.8	31.5

ต้นทุนขายเฉลี่ยต่อหน่วยภายใต้การดำเนินงานของ CBD ได้รับผลกระทบจากการปรับตัวสูงขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบและวัสดุหีบห่อรายการสำคัญ ได้แก่ น้ำตาล ทอริน คาเฟอีน กัวรานาและชวดแก้วสีชา และต้นทุนแปลงสภาพในส่วนของพลังงาน ค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายพนักงาน ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัท ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองปรับตัวลดลงจากช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า กล่าวคือ อัตรากำไรขั้นต้นของเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ในรูปแบบชวดและเครื่องดื่มเกลือแร่สำหรับธุรกิจในประเทศร้อยละ 36.8 ลดลงจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 38.5 ในขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นของเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ในรูปแบบชวด กระจ่างไม่ชัดก๊าศและกระจ่างชัดก๊าศสำหรับธุรกิจต่างประเทศร้อยละ 32.9 ลดลงจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 33.6



ทั้งนี้ เศษแก้วที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิตขวดแก้วสีขามีทิศทางราคาตลาดเพิ่มขึ้นตลอดทั้งปี ส่งผลให้เครื่องตีม บำรุงกำลังในรูปแบบขุดมีต้นทุนวัสดุหีบห่อเพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก กลุ่มบริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงในจุดนี้ จึงมีมาตรการ ฝ้าติดตามราคาเศษแก้วอย่างใกล้ชิด รวมถึงมีการทดแทนและปรับลดปริมาณการใช้เศษแก้วเพื่อควบคุมต้นทุนการผลิตให้ เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

กำไรขั้นต้นจากธุรกิจภายใต้การดำเนินงานของ ICUK จำนวน 28 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 13.8 อัตรากำไร ขั้นต้นที่เกิดขึ้นสะท้อนความเป็นจริงจากการประกอบธุรกิจของ ICUK ในช่วงเริ่มต้น ถึงความจำเป็นเชิงกลยุทธ์ในการให้ ส่วนลดและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อเป็นแรงกระตุ้นการรับรู้และส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องตีมบำรุงกำลังภายใต้ เครื่องหมายการค้าคาราบาวในประเทศไทยที่มีสภาวะการแข่งขันรุนแรงระหว่างบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ในตลาด นอกจากนี้ ยังผันผวนไปตามส่วนผสมการขายผลิตภัณฑ์แต่ละรายการผ่านช่องทางจัดจำหน่ายทั้งในประเทศไทยและประเทศ อื่นนอกทวีปเอเชีย

ต้นทุนขายของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 จำแนกออกเป็น 2 องค์ประกอบหลักดังต่อไปนี้

1. ต้นทุนผันแปร (Variable cost component) เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณขายผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย (1) วัตถุดิบและวัสดุหีบห่อที่ใช้ในการผลิตและ (2) ต้นทุนการซื้อผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ รับจ้างจัดจำหน่ายและอื่นๆ เมื่อนับรวมกัน แล้วต้นทุนผันแปรคิดเป็นสัดส่วนต่อต้นทุนขายประมาณร้อยละ 88

1.1. วัตถุดิบและวัสดุหีบห่อที่ใช้ในการผลิตเครื่องตีมบำรุงกำลังและเครื่องตีมเกลือบเรคือ (1) หัวเชื้อ น้ำตาลทราย คาเฟอีน ทอรีน วิตามินและวัตถุดิบอื่น และ (2) ขวดแก้ว ฝาขวด กระจบอง ฝากระจบอง วัสดุหีบห่ออื่นและภาษีที่เกี่ยวข้องกับ ตัวผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ในขณะที่วัตถุดิบใช้ในการผลิตขวดแก้วสีขาคือ (3) เศษแก้ว โซดาแอส ทรายและวัตถุดิบอื่น เมื่อนับ รวมกันแล้ววัตถุดิบและวัสดุหีบห่อคิดเป็นสัดส่วนต่อต้นทุนขายประมาณร้อยละ 70 โดยน้ำตาลทรายมีสัดส่วนต่อวัตถุดิบและ วัสดุหีบห่อประมาณร้อยละ 15

1.2. ต้นทุนการซื้อผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกคิดเป็นสัดส่วนต่อต้นทุนขายประมาณ ร้อยละ 18

2. ต้นทุนแปลงสภาพ (Conversion cost component) คือ ค่าแรง ค่าเชื้อเพลิง ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย ค่าซ่อมบำรุงรักษาและค่าใช้จ่ายอื่น เมื่อนับรวมกันแล้วต้นทุนแปลงสภาพคิดเป็นสัดส่วนต่อต้นทุนขาย ประมาณร้อยละ 12 โดยค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายที่รับรู้เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนขายของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองจำนวน 207 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 30 ล้านบาทหรือร้อยละ 16.9 จากช่วง ระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า สาเหตุเกิดจากการเริ่มรับรู้ค่าเสื่อมราคาที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในโครงการขยายกำลังผลิตโรง บรรจุกระจบองและขวดแก้วสีขา ซึ่งเริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์ในเดือนกรกฎาคม 2560 และเดือนธันวาคม 2560 ตามลำดับ

เหตุการณ์ที่อาจมีผลกระทบต่อต้นทุนการขายของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคตรวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะการเปลี่ยนแปลงเชิง นโยบายของภาครัฐในส่วนของ การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายด้วยการยกเลิกกำหนดราคาน้ำตาล ทรายหน้าโรงงานแบบคงที่และปล่อยให้เป็นไปตามกลไกราคาตลาดโลก มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2561 นอกจากนี้ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีหน้าที่ชำระภาษีที่เกี่ยวข้องในอัตราที่เปลี่ยนไป จากเดิม มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 ผลิตภัณฑ์ภายใต้กฎหมายใหม่ดังกล่าวนอกจากต้องประเมินตามอัตรา



บนฐานราคาที่กำหนด ยังต้องประเมินตามค่าความหวานต่อลิตร โดยภาวระภาชีในส่วนหลังนี้จะปรับขึ้นเป็นขั้นบันไดทุก 2 ปี เป็นจำนวน 3 ครั้งจนถึงปี 2566

3. ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัท มีค่าใช้จ่ายขายและบริหารรวมจำนวน 3,119 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,104 ล้านบาทหรือร้อยละ 54.8 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมที่ร้อยละ 24.2 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนที่ร้อยละ 20.3 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า สาเหตุหลักเกิดจากการที่กลุ่มบริษัท เริ่มรับรู้ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของ ICUK ในงบการเงินรวมตั้งแต่ไตรมาส 4/2559 เป็นต้นมา

ค่าใช้จ่ายขายจำนวน 2,379 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 916 ล้านบาทหรือร้อยละ 62.7 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 18.4 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนที่ร้อยละ 14.7 แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ (2) ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่ดำเนินการภายใต้ CBD สำหรับธุรกิจในประเทศและในส่วนที่ดำเนินการภายใต้ ICUK สำหรับตลาดในประเทศอังกฤษ และ (3) ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานขาย

ค่าค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศเป็นค่าใช้จ่ายที่รับรู้เป็นเส้นตรงตามเงื่อนไขการชำระเงินและประโยชน์เชิงเศรษฐกิจที่กลุ่มบริษัท พึ่งได้รับภายใต้เงื่อนไขของสัญญา ประกอบไปด้วย Chelsea Football Club Limited (CFC) English Football League (EFL) และ Reading Football Club (RFC) จำนวน 562 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 413 ล้านบาท สาเหตุเกิดจากการที่กลุ่มบริษัท เริ่มรับรู้ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุน Chelsea Football Club Limited (CFC) เป็นค่าใช้จ่ายผ่านงบกำไรขาดทุนรวมในส่วนที่รับผิดชอบโดย CBD ในเดือนพฤษภาคม 2559 และในส่วนที่รับผิดชอบโดย ICUK ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2559 นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ยังเริ่มรับรู้ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุน English Football League (EFL) เป็นครั้งแรกในเดือนมิถุนายน 2560

ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่เป็นของ CBD จำนวน 679 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 129 ล้านบาทหรือร้อยละ 23.4 แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าใช้จ่ายปฏิบัติการภาคสนามของทีมงานสาวขาวแดงในพื้นที่การค้าสำคัญทั่วประเทศจำนวน 243 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18 ล้านบาทหรือร้อยละ 8.2 (2) ค่าสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ จำนวน 133 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 40 ล้านบาทหรือร้อยละ 42.9 โดยในจำนวนนี้เป็นค่าสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์และค่าธรรมเนียมแรกเข้าร้านค้าสมัยใหม่ของกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มเมื่อนับรวมกันแล้วจำนวน 68 ล้านบาทเพื่อสร้างการรับรู้และเร่งกระจายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางจัดจำหน่ายในช่วงเริ่มต้น และ (3) ค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือจำนวน 303 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 70 ล้านบาทหรือร้อยละ 30.3 ใช้ไปกับกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการเติบโตของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัท ในทุกช่องทางทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจในประเทศเป็นหลัก

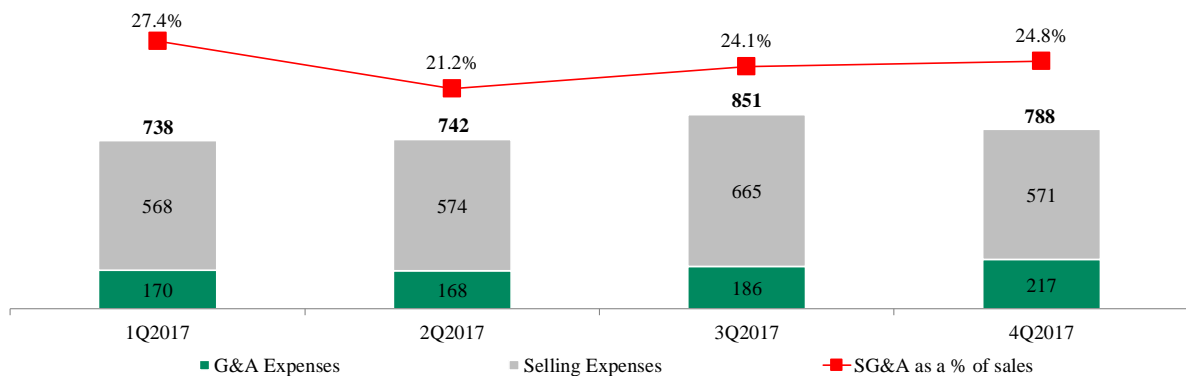
ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่เป็นของ ICUK สำหรับตลาดในประเทศอังกฤษจำนวน 285 ล้านบาท แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าจ้างดำเนินการสนับสนุนการกระจายผลิตภัณฑ์เข้าถึงจุดขายตามร้านค้าโดยตรง (Field Sales) จำนวน 93 ล้านบาท (2) ค่าธรรมเนียมแรกเข้าร้านค้าสมัยใหม่จำนวน 64 ล้านบาท (3) ค่าใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ตัวอย่างลองชิม (Sampling) จำนวน 21 ล้านบาท และ (3) ค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือจำนวน 108 ล้านบาทใช้ไปกับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามจุดขายเพื่อสร้างการรับรู้ ประสบการณ์และความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์



ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานขายจำนวน 852 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 155 ล้านบาทหรือร้อยละ 22.3 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายรวมของกลุ่มบริษัท แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าใช้จ่ายดำเนินการศูนย์กระจายสินค้าและหน่วยรถเงินสดจำนวน 458 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 132 ล้านบาทหรือร้อยละ 40.5 โดยในจำนวนนี้มีค่าใช้จ่ายคงที่ในส่วนของพนักงานและค่าเช่าจำนวน 335 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 98 ล้านบาทหรือร้อยละ 41.5 คิดเป็นสัดส่วนต่อค่าใช้จ่ายดำเนินการศูนย์กระจายสินค้าและหน่วยรถเงินสดรวมที่ประมาณร้อยละ 73 เป็นไปตามจำนวนศูนย์กระจายสินค้าและหน่วยรถเงินสดที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของรายได้จากการขายในประเทศ และ (2) ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานขายอื่นจำนวน 394 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23 ล้านบาทหรือร้อยละ 6.3 โดยในจำนวนนี้มีค่าขนส่งและโลจิสติกส์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งผันแปรตามการเติบโตของรายได้จากการขายที่เกี่ยวข้อง

ค่าใช้จ่ายบริหารจำนวน 741 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 188 ล้านบาทหรือร้อยละ 33.9 แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าใช้จ่ายพนักงานจำนวน 436 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 108 ล้านบาทหรือร้อยละ 32.8 สอดคล้องกับจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามกำลังคนและการปรับฐานเงินเดือนในแต่ละคราวตามนโยบายบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของกลุ่มบริษัท และ (2) ค่าใช้จ่ายบริหารอื่น ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ค่าเดินทาง ค่าบริการ ค่าที่ปรึกษาและอื่นๆ จำนวน 304 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 80 ล้านบาทหรือร้อยละ 35.6 โดยในจำนวนนี้มีค่าใช้จ่ายสำคัญที่เกิดขึ้นไม่เป็นประจำโดยปกติของการประกอบธุรกิจ (Non-recurring Expenses) จากการขนย้ายเครื่องจักรสายการผลิตโรงบรรจุกระป๋องจากโรงงานเดิมไปอยู่โรงงานใหม่ที่อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน 39 ล้านบาทและค่าธรรมเนียมที่ปรึกษากฎหมายและอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับโครงการร่วมลงทุนที่ผ่านมาจำนวน 15 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายขายและบริหารของกลุ่มบริษัท ในแต่ละไตรมาสเมื่อเทียบเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้



ตามที่กล่าวข้างต้น การที่กลุ่มบริษัท เริ่มรับรู้ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของ ICUK ในงบการเงินรวมตั้งแต่ไตรมาส 4/2559 คือสาเหตุหลักที่ทำให้ค่าใช้จ่ายขายและบริหารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 หากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงไตรมาสต่อไตรมาส (Quarter on Quarter basis) ค่าใช้จ่ายขายและบริหารจะอยู่ที่จำนวน 780 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมประมาณร้อยละ 24.0 โดยเฉลี่ยต่อไตรมาส

4. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ค่าใช้จ่ายทางการเงินจำนวน 48 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 44 ล้านบาทในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า การเพิ่มขึ้นอย่างมีสาระสำคัญดังกล่าวเกิดจากการที่กลุ่มบริษัท มีปริมาณความต้องการใช้เงินกู้ยืมจาก



สถาบันการเงินเพิ่มสูงขึ้นเพื่อบริหารจัดการสภาพคล่อง รวมถึงการใช้เป็นแหล่งเงินทุนสนับสนุนการลงทุนขยายการผลิตเชิงบูรณาการแนวตั้งตามวงจรธุรกิจที่อยู่ในช่วงเวลาแห่งการเติบโตขององค์กร กล่าวคือ กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายจำนวน 3,392 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เพิ่มขึ้นจาก 1,000 ล้านบาท ณ สิ้นสุดวันเดียวกันปีก่อนหน้า เทียบเท่าอัตราส่วนหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่ 0.5 เท่า เพิ่มขึ้นจาก 0.1 เท่า ตามลำดับ กลุ่มบริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดจากความเสี่ยงทางการเงิน จึงอยู่ในช่วงศึกษาความเป็นไปได้การจัดโครงสร้างเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน โดยคำนึงถึงการบริหารสภาพคล่อง ความสมดุลของแหล่งที่มาและใช้ไปของแหล่งเงินทุน ตลอดจนต้นทุนทางการเงินและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ ในภาพรวมเป็นสำคัญ

5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวน 261 ล้านบาท ลดลง 18 ล้านบาทหรือร้อยละ 6.3 คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิที่แท้จริงของกลุ่มบริษัทฯ ที่ร้อยละ 24.6 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16.5 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า สาเหตุเกิดจากการที่กลุ่มบริษัทฯ รับรู้ผลขาดทุนจากการดำเนินงานของบริษัทย่อยต่างประเทศในงบการเงินรวมเป็นจำนวนเพิ่มสูงขึ้น

6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 กำไรสุทธิจำนวน 801 ล้านบาท ลดลง 604 ล้านบาทหรือร้อยละ 43.0 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 6.2 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 14.1 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า การลดลงดังกล่าวมีสาเหตุเกิดจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลงในภาพรวม รวมถึงการปรับตัวสูงขึ้นของค่าใช้จ่ายขายและบริหารบนพื้นฐานของการเริ่มรับรู้ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของ ICUK ในงบการเงินรวม ตลอดจนค่าใช้จ่ายทางการเงินที่เพิ่มสูงขึ้นตามที่กล่าวข้างต้น โดยมีผลกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ จำนวน 1,246 ล้านบาท ลดลง 244 ล้านบาทหรือร้อยละ 16.4

ฐานะการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 เมื่อเทียบกับสิ้นสุดวันเดียวกันปีก่อนหน้า

สินทรัพย์

กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 จำนวน 12,520 ล้านบาทและ 9,778 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 2,741 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 28.0 โดยมีสาเหตุหลักดังต่อไปนี้

1. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด และเงินลงทุนชั่วคราว

กลุ่มบริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนชั่วคราว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 จำนวน 154 ล้านบาทและ 1,349 ล้านบาท ลดลง 1,195 ล้านบาทหรือร้อยละ 88.6 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนชั่วคราวลดลงจากกระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนจำนวน 2,431 ล้านบาท เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ มีการนำเงินไปใช้ในการลงทุนก่อสร้างโรงผลิตขวดสีชา โรงบรรจุกระป๋องและโรงผลิตกระป๋อง และติดตั้งเครื่องจักรจำนวน 2,979 ล้านบาท ในขณะเดียวกันกลุ่มบริษัทฯ มีการจ่ายเงินปันผลจำนวน 950 ล้านบาท และในระหว่างปีมีการเบิกเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินระยะสั้นและระยะยาวรวมจำนวน 2,335 ล้านบาท ส่วนหนึ่งมีการขายเงินลงทุนจำนวน 1,804 ล้านบาทและมีการลงทุนในกองทุนรวมระหว่างงวดจำนวน 1,207 ล้านบาท

2. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น



กลุ่มบริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 จำนวน 960 ล้านบาทและ 562 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 398 ล้านบาทหรือร้อยละ 70.9 เป็นผลมาจากลูกหนี้การค้าต่างประเทศเพิ่มขึ้น 88 ล้านบาทจากการที่ ICUK มีการให้เครดิตเทอมแก่ลูกค้าตามธรรมเนียมปฏิบัติ และลูกหนี้การค้าในประเทศเพิ่มขึ้นประมาณ 233 ล้านบาท ซึ่งเป็นไปตามปริมาณคำสั่งซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มบริษัทฯ โดยเฉพาะร้านค้าแบบดั้งเดิม เนื่องจากกาแปรรูปสำเร็จพร้อมดื่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม รวมถึงกลุ่มบริษัทฯ มีการพิจารณาให้เครดิตระยะสั้นเป็นบางช่วงกับกลุ่มร้านค้าที่มีความเสี่ยงต่ำเพื่อกระตุ้นยอดขายและส่วนหนึ่งเกิดจากค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าเพิ่มขึ้น 110 ล้านบาทของกลุ่มบริษัทฯ ที่ไปทำสัญญาผู้สนับสนุนสโมสรฟุตบอลในประเทศอังกฤษ โดยมีการจ่ายค่าใช้จ่ายล่วงหน้าเพิ่มเติมระหว่างปี ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดในสัญญา

3. สินค้าคงเหลือ

กลุ่มบริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 จำนวน 656 ล้านบาทและ 434 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 223 ล้านบาทหรือร้อยละ 51.4 สินค้าสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น 109 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากกลุ่มบริษัทฯ ต้องสต็อกสินค้าเพื่อรองรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น และเป็นผลมาจากโรงงานผลิตขวดที่เริ่มผลิตในเดือนธันวาคม 2560 และมีการรับจัดจำหน่ายสินค้าให้กับบุคคลภายนอกมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีวัตถุดิบเพิ่มขึ้น 110 ล้านบาท เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ต้องมีการซื้อวัตถุดิบหลักไว้เพื่อรองรับแผนการผลิต

4. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

กลุ่มบริษัทฯ มีที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 จำนวน 9,609 ล้านบาท และ 6,627 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 2,982 ล้านบาทหรือร้อยละ 45.0 เป็นผลมาจากกลุ่มบริษัทฯ ระหว่างปีมีการจ่ายค่าอาคารและเครื่องจักรสำหรับโรงงานใหม่เพื่อขยายกำลังการผลิตโรงบรรจุกระป๋องและโรงงานผลิตขวดแก้ว และจำนวนหนึ่งเป็นเงินค่าก่อสร้างและเครื่องจักรระหว่างติดตั้งของโรงงานผลิตกระป๋องอลูมิเนียมและโรงงานบรรจุขวด

5. ค่าความนิยม

ในระหว่างปี 2559 CVHLUX เข้าซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนทั้งหมดของ ICUK จำนวน 7.3 ล้านปอนด์สเตอร์ลิง แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 7.3 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 ปอนด์สเตอร์ลิง และได้ชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าวแล้วเต็มจำนวน และในวันเดียวกัน ICUK จัดระเบียบแต่งตั้งกรรมการชุดใหม่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นบุคคลเดียวกันกับคณะกรรมการของ CVHLUX ทำให้กลุ่มบริษัทฯ ได้มาซึ่งอำนาจควบคุมการวางแผนและกำหนดนโยบายใน ICUK ผ่านคณะกรรมการดังกล่าว ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงจัดประเภทเงินลงทุนใน ICUK เป็นเงินลงทุนในบริษัทย่อยตั้งแต่วันที่มีย่ออำนาจควบคุมดังกล่าว กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการให้มีการวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ที่ระบุได้ที่ได้มาและหนี้สินที่รับมา ณ วันซื้อกิจการ โดยมีผลต่างระหว่างมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิที่ได้รับกับต้นทุนการร่วมทุนของบริษัทย่อย ซึ่งถือเป็นค่าความนิยม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าความนิยมจำนวน 535 ล้านบาท

หนี้สิน

กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 จำนวน 5,515 ล้านบาทและ 2,679 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 2,836 ล้านบาทหรือร้อยละ 105.8 ประกอบด้วยหนี้สินหมุนเวียนจำนวน 3,207 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 881 ล้านบาทและหนี้สินไม่หมุนเวียนจำนวน 2,308 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,954 ล้านบาท

1. เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

ในปี 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีการกู้ยืมเงินระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้นจำนวน 95 ล้านบาท



2. เจ้าหน้าที่การค้าและเจ้าหน้าที่อื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 กลุ่มบริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่การค้าและเจ้าหน้าที่อื่นจำนวน 1,897 ล้านบาทและ 1,365 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 532 ล้านบาทหรือร้อยละ 39.0

- เจ้าหน้าที่การค้าเพิ่มขึ้น 241 ล้านบาทหรือร้อยละ 31.5 เป็นผลมาจากการซื้อวัตถุดิบเข้ามาผลิตและสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายที่มากขึ้น เพื่อรองรับยอดขายทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เพิ่มมากขึ้น
- เจ้าหน้าที่อื่นเพิ่มขึ้น 241 ล้านบาทหรือร้อยละ 111.1 เป็นผลมาจากค่าซื้อสินทรัพย์จากการก่อสร้างโรงงานและเครื่องจักร
- ภาษีสรรพสามิตค้างจ่ายเพิ่มขึ้น 128 ล้านบาทเป็นผลมาจากพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต 2560 ซึ่งเปลี่ยนระบบการจัดเก็บภาษีจากเดิมความรับผิดชอบทางภาษีเกิดขึ้นเมื่อนำเข้าเข้าโรงงาน เปลี่ยนเป็นเมื่อมีการขายและโอนออกจากโรงงานและมีกำหนดจ่ายในวันที่ 15 ของเดือนถัดไป

3. เงินกู้ยืมระยะสั้นจากผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย

เงินกู้ยืมระยะสั้นจากผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อยเพิ่มขึ้น 57 ล้านบาท เนื่องจาก CVHLUX กู้ยืมเงินจาก ICSG เพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนสนับสนุนให้แก่ ICUK

4. เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน

กลุ่มบริษัทฯ ระหว่างปีมีการกู้ยืมเงินระยะยาวจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น 2,240 ล้านบาทเพื่อใช้เป็นเงินทุนในการขยายกำลังการผลิตสำหรับโรงงานผลิตขวด โรงงานบรรจุกระป๋องและโรงงานผลิตกระป๋องออลูมิเนียม

ส่วนของผู้ถือหุ้น

กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 จำนวน 7,005 ล้านบาทและ 7,100 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 95 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.3 เป็นผลมาจากกำไรสุทธิที่ลดลง

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

1. อัตราส่วนสภาพคล่อง

อัตราส่วนสภาพคล่องสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 เท่ากับ 0.7 เท่า และ 1.1 เท่า ตามลำดับ ลดลง 0.4 เท่า เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินหมุนเวียน โดยส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เจ้าหน้าที่การค้าและเจ้าหน้าที่อื่น และส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี เนื่องจากในปีที่กลุ่มบริษัทฯ ขยายโรงงานผลิตขวดสีชา โรงงานบรรจุกระป๋อง โรงงานบรรจุขวด และโรงงานผลิตกระป๋องออลูมิเนียม ทำให้มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินมาลงทุน และมีเจ้าหน้าที่ที่เกิดจากการก่อสร้างโรงงานและติดตั้งเครื่องจักรเพิ่มขึ้น

2. วงจรเงินสด

วงจรเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 เท่ากับ 2.8 วัน และ -3.5 วัน ตามลำดับ วงจรเงินสดเพิ่มขึ้น มีสาเหตุหลักมาจากระยะเวลาเก็บหนี้ที่ช้าลงจากเดิม 14.7 วัน เป็น 16.6 วัน เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ พิจารณาให้เครดิตระยะสั้นชั่วคราวกับร้านค้าบางรายที่ความเสี่ยงต่ำเพื่อกระตุ้นยอดขาย ระยะเวลาดำเนินการขายสินค้าที่ช้าลงจาก 19.2 วัน เป็น 22.2 วัน และระยะเวลาการชำระหนี้เฉลี่ยลดลง

3. อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น



อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 เท่ากับร้อยละ 11.3 และร้อยละ 20.9 ตามลำดับ ลดลงร้อยละ 9.6 มีสาเหตุหลักมาจากกำไรสุทธิจากการดำเนินงานที่ลดลง และจากการรับรู้ผลการดำเนินงานเต็มปีของ ICUK

4. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 เท่ากับร้อยละ 7.2 และร้อยละ 16.4 ตามลำดับ ลดลงร้อยละ 9.2 มีสาเหตุหลักมาจากกลุ่มบริษัทฯ มีการลงทุนในโรงบรรจุกระป๋องและโรงงานผลิตขวดแก้วสีชา (แล้วเสร็จในปี 2560) แต่ยังไม่ผลิตไม่เต็มกำลังการผลิต และโรงงานผลิตกระป๋องและโรงงานบรรจุขวดซึ่งยังไม่แล้วเสร็จ

5. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 เท่ากับ 0.8 เท่า และ 0.4 เท่า ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ มีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ

(พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ)

ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน