



CBG 014/2562

วันที่ 10 พฤษภาคม 2562

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2562

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “CBG”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ”) สำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2562 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า ดังต่อไปนี้

ผลการดำเนินงานรวมของบริษัทฯ สำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2562

1. รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวม 3,361 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.6 จำแนกออกเป็นธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณร้อยละ 51:49 โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายเครื่องดื่มบำรุงกำลัง 2,923 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 100 ล้านบาทหรือร้อยละ 3.5 จำแนกออกเป็นธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณร้อยละ 43:57

รายได้จากการขาย จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ หน่วย: ล้านบาท	งวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม		การเปลี่ยนแปลง	
	2561	2562	จำนวน	ร้อยละ
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมาย การค้าคาราบาว 2/	1,282	1,272	(10)	(0.8)
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	269	290	22	8.0
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ในประเทศ	1,787	1,702	(85)	(4.7)
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ	1,541	1,654	113	7.3
อื่นๆ	13	4	(9)	(67.9)
รวม	3,341	3,361	20	0.6

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่
2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

รายได้จากการขายในประเทศ 1,702 ล้านบาท ลดลง 85 ล้านบาทหรือร้อยละ 4.7 โดยมีสาเหตุหลักเกิดจากการลดลงของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิต 97 ล้านบาทหรือร้อยละ 40.9 และรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองลดลง 10 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.8 โดยรายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกเพิ่มขึ้น 22 ล้านบาทหรือร้อยละ 8.0 ซึ่งเป็นการขยายตัวต่อเนื่องทุกไตรมาสในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจากความหลากหลายและคุณภาพในตัวผลิตภัณฑ์ ประกอบกับประสิทธิภาพของการกระจายผลิตภัณฑ์ผ่านหน่วยรถเงินสด (Cash Van) ครอบคลุมพื้นที่การค้าสำคัญทั่วประเทศ



ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 5.3 ในช่วงไตรมาส 1/2562 อ้างอิงข้อมูลปริมาณขายทอดสุดท้ายไปสู่ผู้บริโภคของ Nielsen อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังแบบบรรจุขวดภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวแดงลดลงร้อยละ 1.4 เนื่องจากบริษัทฯ อยู่ในช่วงพิจารณาปรับเปลี่ยนแผนงานขายและกิจกรรมการตลาดใหม่ เป็นผลให้ปฏิบัติการภาคสนาม โฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายหลายกิจกรรมถูกเลื่อนออกไปยังช่วงเวลานอื่นของปี สะท้อนให้เห็นได้จากค่าใช้จ่ายการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่ดำเนินการภายใต้ CBD ที่ลดลงในช่วงไตรมาส 1/2562

บริษัทฯ ได้ทดลองวางจำหน่ายคาราบาวกลิ่นกรีนแอปเปิ้ลแบบบรรจุกระป๋องประเภทอัดก๊าซในประเทศ ในขนาดบรรจุ 180 มล. ซึ่งเป็นขนาดที่เล็กลงจากเดิมที่ 330 มล. ผ่านช่องทางหน่วยรถเงินสด (cash van) เป็นครั้งแรกในเดือนมีนาคม 2562 และมีผลตอบรับอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก ด้วยคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับ ในราคาขายปลีกที่จูงใจต่อการบริโภค จึงมีแผนที่จะนำผลิตภัณฑ์คาราบาวกลิ่นกรีนแอปเปิ้ลในขนาดบรรจุ 180 มล. ดังกล่าวมาทดแทนขนาดขนาดบรรจุเดิม และขยายการวางจำหน่ายให้ครอบคลุมทุกช่องทางทั้งในร้านค้าดั้งเดิมและร้านค้าสมัยใหม่ จากเดิมที่ออกวางจำหน่ายในเครือข่ายร้านค้าของคู่ค้าเพียงรายเดียว ทั้งนี้ การวางจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังใหม่ดังกล่าวไม่เพียงขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ แต่เป็นปัจจัยบวกต่อการยกระดับภาพลักษณ์เครื่องหมายการค้าคาราบาวในประเทศให้ดูทันสมัยภายใต้วิสัยทัศน์สินค้าระดับโลก แปรนตร์ระดับโลก

รายได้จากการขายต่างประเทศ 1,654 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 113 ล้านบาทหรือร้อยละ 7.3 โดยในจำนวนนี้ประกอบไปด้วยรายได้ส่งออกเครื่องดื่มบำรุงกำลังไปยังกลุ่มประเทศ CLMV รวมกัน 1,444 ล้านบาท ประเทศจีน 52 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีรายได้จากการขายในประเทศอังกฤษภายใต้การดำเนินงานของ InterCarabao Limited (“ICUK”) จำนวน 15 ล้านบาท และที่เหลือเป็นประเทศอื่นๆ รวมกันจำนวน 144 ล้านบาท

กลุ่มประเทศ CLMV คือ ตลาดส่งออกเดิมที่เป็นฐานธุรกิจต่างประเทศขนาดใหญ่และแสดงให้เห็นศักยภาพการขายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 1/2562 บริษัทฯ มีรายได้จากการส่งออกขายไปยังกลุ่มประเทศ CLMV เพิ่มขึ้น 167 ล้านบาทหรือร้อยละ 13.1 แรงสนับสนุนหลักจากประเทศกัมพูชาและประเทศเวียดนามที่เพิ่มขึ้น 217 ล้านบาทหรือร้อยละ 21.1 และเพิ่มขึ้น 6 ล้านบาทหรือร้อยละ 8.1 ตามลำดับ ต่อยอดจากฐานเครือข่ายร้านค้าที่ครอบคลุมและฐานผู้บริโภคที่กว้างขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการต่อยอดความสำเร็จของเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวในประเทศอื่น รวมถึงการขยายฐานธุรกิจต่างประเทศให้มีขนาดใหญ่ขึ้นจากตลาดส่งออกใหม่ เช่น ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (United Arab Emirates)

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 1,189 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 195 ล้านบาทหรือร้อยละ 19.6 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 35.4 เพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 29.8 ผลักดันโดยอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้การดำเนินงานผลิตของบริษัท คาราบาวตะวันแดง จำกัด (“CBD”) เป็นหลัก



กำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ หน่วย: ล้านบาท	งวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม		การเปลี่ยนแปลง	
	2561	2562	จำนวน	ร้อยละ
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	446	483	37	8.2
ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้ารวบรวม 2/	21	18	(3)	(15.9)
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	29	27	(2)	(8.4)
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ในประเทศ	497	528	31	6.2
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ	495	660	165	33.4
อื่นๆ	3	2	(1)	(36.8)
รวม	994	1,189	195	19.6

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่
2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองมีแนวโน้มการสร้างอัตรากำไรขั้นต้นที่ดีขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลของวัตถุดิบและหีบห่อรายการที่สำคัญมีต้นทุนลดลง อีกทั้งยังเกิดจากโรงงานแห่งใหม่ที่มีพัฒนาการในด้านการบริหารจัดการลดต้นทุนการผลิต บริษัทฯ ดำเนินการลงทุนขยายกำลังผลิตเชิงบูรณาการแนวตั้งหลายโครงการตามวงจรธุรกิจที่อยู่ในช่วงเวลาแห่งการเติบโต ประกอบไปด้วยโครงการขยายกำลังผลิตโรงบรรจุกระป๋อง โรงผลิตขวดแก้วสีชา โรงบรรจุขวด และโรงผลิตกระป๋องอลูมิเนียม โดยโรงงานแห่งใหม่เหล่านี้ก่อสร้างแล้วเสร็จและทยอยเข้าสู่การประกอบธุรกิจเชิงพาณิชย์ทั้งหมดแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

อัตรากำไรขั้นต้นจากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองสำหรับตลาดในประเทศ ประมาณร้อยละ 37.9 ในไตรมาส 1/2562 เพิ่มขึ้นจากประมาณร้อยละ 34.8 ในไตรมาส 1/2561 โดยในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เกิดจากเครื่องดื่มบำรุงกำลังแบบบรรจุขวดภายใต้เครื่องหมายการค้ารวบรวมแดง

อัตรากำไรขั้นต้นจากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตร้อยละ 12.9 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.0 มีสาเหตุหลักเกิดจากกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มที่มีรายได้คิดเป็นส่วนใหญ่หรืออยู่ที่ประมาณร้อยละ 75 ของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ มีต้นทุนผลิตภัณฑ์เพิ่มสูงขึ้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาษีสรรพสามิตฉบับใหม่ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มิได้ปรับราคาขายเพื่อสะท้อนต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนไปในทันที แต่เป็นการทยอยปรับในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย โดยคำนึงถึงสภาพการแข่งขัน กลยุทธ์งานขายและการตลาด ควบคู่กับปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

อัตรากำไรขั้นต้นจากผลิตภัณฑ์รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกร้อยละ 9.2 ลดลงจากร้อยละ 10.9 ทั้งนี้ อัตรากำไรขั้นต้นจากผลิตภัณฑ์แต่ละรายการในกลุ่มนี้แตกต่างกันไป เกิดขึ้นเป็นปกติของการประกอบธุรกิจซึ่งมาขายไปตามราคาตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ การเปลี่ยนแปลงของอัตรากำไรขั้นต้นจึงเป็นผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมการขายผลิตภัณฑ์ (Product Mix) เป็นสำคัญ



อัตรากำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์	งวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม	
	2561	2562
หน่วย: %		
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	34.8	37.9
ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว 2/	9.0	12.9
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	10.9	9.2
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ในประเทศ	27.8	31.0
รวม กลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ	32.1	39.9
อื่นๆ	22.4	44.0
รวม	29.8	35.4

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่
2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

อัตรากำไรขั้นต้นจากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองผ่านการดำเนินงานของ CBD สำหรับตลาดต่างประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 40.3 ในไตรมาส 1/2562 เพิ่มขึ้นจากประมาณร้อยละ 36.4 และร้อยละ 33.6 ในไตรมาส 4/2561 และไตรมาส 1/2561 ตามลำดับ โดยในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เกิดจากเครื่องดื่มบำรุงกำลังแบบบรรจุกระป๋องประเภทไม่อัดก๊าซภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว

เครื่องจักร อุปกรณ์และระบบสนับสนุนที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย รวมถึงทำเลที่ตั้งเดียวกันในลักษณะกลุ่มอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เอื้ออำนวยต่อการบริหารจัดการลดต้นทุนการผลิตและประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาดตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำจากโรงผลิตขวดแก้วสีชาและกระป๋องอลูมิเนียมไปจนถึงโรงบรรจุขวดและกระป๋องสินค้าสำเร็จรูป ทั้งนี้ บริษัท เอเชีย แคน แมนูแฟคเจอร์ จำกัด (“ACM”) ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัทฯ และ SHOWA DENKO ได้เข้าสู่การผลิตจริงเชิงพาณิชย์เป็นที่เรียบร้อยแล้วในเดือนพฤศจิกายน 2561 ภายใต้ความเชี่ยวชาญและการบริหารจัดการของทีมงานชาวญี่ปุ่น โดย ACM มีผลผลิตประมาณ 127 ล้านกระป๋องหรือเทียบเท่าอัตราการใช้กำลังผลิตที่ประมาณ 50% เป็นผลให้บริษัทฯ ลดต้นทุนเครื่องดื่มบำรุงกำลังแบบบรรจุกระป๋องประเภทไม่อัดก๊าซภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวได้มากกว่า 0.50 บาทต่อทุกๆ กระป๋องที่ ACM จำหน่ายให้แก่ CBD ในช่วงไตรมาส 1/2562 ซึ่งการประหยัดต้นทุนดังกล่าวได้ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในต่างประเทศในภาพรวมปรับตัวสูงขึ้นดังที่กล่าวข้างต้น ทั้งนี้ การทยอยเพิ่มอัตราการใช้กำลังการผลิตของเครื่องจักร ACM จะเป็นปัจจัยหนุนให้เกิดการประหยัดต้นทุนของเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่ใช้กระป๋องอลูมิเนียมเป็นบรรจุภัณฑ์เพิ่มขึ้นได้ในช่วงที่เหลือของปี

3. ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายขายและบริหาร 675 ล้านบาท ลดลง 138 ล้านบาทหรือร้อยละ 17.0 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 20.1 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 24.3 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า สาเหตุหลักเกิดจากการลดลงอย่างมีสาระสำคัญของค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ภายใต้การดำเนินงานของ ICUK ในประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นไปตามมาตรการควบคุมค่าใช้จ่าย เพื่อบริหารอัตราผลตอบแทนจากการขายให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

ค่าใช้จ่ายขาย 480 ล้านบาท ลดลง 138 ล้านบาทหรือร้อยละ 22.3 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 14.3 ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 18.5 โดยมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่สำคัญดังนี้:



(1) ค่าธรรมเนียมผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ:

ค่าธรรมเนียมผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศเป็นค่าใช้จ่ายรับรู้เป็นเส้นตรงตามเงื่อนไขการชำระเงิน ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและรอบระยะเวลาที่บริษัทฯ พึ่งได้รับอันเป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญาฉบับปัจจุบัน ประกอบไปด้วย Chelsea Football Club Limited (CFC) English Football League (EFL) และ Reading Football Club (RFC) จำนวน 151 ล้านบาท ลดลง 8 ล้านบาทหรือร้อยละ 5.2 โดยมีสาเหตุหลักเกิดจากการอ่อนค่าลงของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินปอนด์สเตอร์ลิงอังกฤษเมื่อเปรียบเทียบกับสกุลเงินบาท

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

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

(2) ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่ดำเนินการภายใต้ CBD สำหรับธุรกิจในประเทศและในส่วนที่ดำเนินการภายใต้ ICUK สำหรับตลาดในประเทศอังกฤษ:

a. ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ CBD สำหรับธุรกิจในประเทศ 105 ล้านบาท ลดลง 43 ล้านบาทหรือร้อยละ 29.1 แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าใช้จ่ายปฏิบัติการภาคสนามของทีมงานสาวขาวแดงในพื้นที่การค้าสำคัญ 56 ล้านบาท ลดลง 6 ล้านบาทหรือร้อยละ 10.2 (2) ค่าสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบ 18 ล้านบาท ลดลง 2 ล้านบาทหรือร้อยละ 8.9 และ (3) ค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือ 32 ล้านบาท ลดลง 35 ล้านบาท ใช้ไปกับกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการเติบโตของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ

b. ค่าการตลาดและส่งเสริมการขายในส่วนที่เป็นของ ICUK สำหรับตลาดในประเทศอังกฤษ 27 ล้านบาท ลดลง 88 ล้านบาทหรือร้อยละ 76.4 โดยค่าใช้จ่ายที่ลดลงอย่างมีสาระสำคัญเกิดจาก (1) ค่าดำเนินการสนับสนุนการกระจายผลิตภัณฑ์เข้าถึงจุดขายตามร้านค้าโดยตรงมีจำนวน 2 ล้านบาท ลดลง 19 ล้านบาท จากการเปลี่ยนกลยุทธ์จากการว่าจ้างบุคคลภายนอก (outsourced field sales) เป็นการร่วมมือกับร้านค้าโดยตรงให้ช่วยสนับสนุนการกระจายผลิตภัณฑ์ (2) ค่าธรรมเนียมแรกเข้าร้านค้าสมัยใหม่จำนวน 2 ล้านบาท ลดลง 9 ล้านบาท และ (3) ค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือ 24 ล้านบาท ลดลง 60 ล้านบาท ใช้ไปกับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามจุดขายเพื่อสร้างการรับรู้ ประสบการณ์และความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มฟุตบอล และมุ่งเน้นเฉพาะกิจกรรมที่บริษัทฯ เชื่อว่าจะนำมาซึ่งอัตราการขายที่ดีขึ้นในระยะยาว

(3) ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานขาย ซึ่งมีส่วนผสมของค่าใช้จ่ายคงที่และค่าใช้จ่ายผันแปรตามรายได้จากการขายที่เกี่ยวข้องตามแผนธุรกิจ โดยค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานขายดังกล่าว 197 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.9 เกิดจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานในส่วนของศูนย์กระจายสินค้าและหน่วยรูดเงินสดเป็นหลัก



ค่าใช้จ่ายบริหาร 195 ล้านบาท ทรงตัวจากช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า โดยมีค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือ (1) ค่าใช้จ่ายพนักงาน 132 ล้านบาท ลดลง 1 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.5 จากการลดลงของจำนวนพนักงานภายใต้การดำเนินงานของ ICUK จำนวน 7 ล้านบาท ช่วยชดเชยการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงานภายใต้การดำเนินงานเดิม ที่เพิ่มขึ้นจำนวน 6 ล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนพนักงานตามแผนกำลังคนและการปรับฐานเงินเดือนในแต่ละคราวตามนโยบายบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลและ (2) ค่าใช้จ่ายบริหารอื่น ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ค่าเดินทาง ค่าบริการ ค่าที่ปรึกษาและอื่นๆ 63 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.2

4. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน 35 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10 ล้านบาท โดยในจำนวนนี้ประกอบไปด้วยดอกเบี้ยจ่ายที่ ACM รับรู้ผ่านงบกำไรขาดทุนหลังจากที่เริ่มประกอบธุรกิจในเชิงพาณิชย์ 12 ล้านบาท ดอกเบี้ยหุ้นกู้ประมาณ 16 ล้านบาท จำนวนที่เหลือส่วนใหญ่เป็นดอกเบี้ยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสภาพคล่อง

5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวน 101 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22 ล้านบาทหรือร้อยละ 27.8 คิดเป็นอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงร้อยละ 20.2 ลดลงจากร้อยละ 37.8 เนื่องจากบริษัททยอยในประเทศมีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มขึ้นตามผลกำไรจากการดำเนินงานที่ดีขึ้น ขณะที่บริษัททยอยต่างประเทศมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานเป็นจำนวนลดลง

ทั้งนี้ หากนับเฉพาะผลประกอบการรวมของบริษัททยอยในประเทศ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงเป็นร้อยละ 15.2 ลดลงจากร้อยละ 15.9 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

กำไรสุทธิ 399 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 268 ล้านบาทหรือร้อยละ 205.9 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 11.9 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 3.9 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นในภาพรวม การลดลงของค่าใช้จ่ายขายและบริหาร ซึ่งช่วยชดเชยค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้ที่เพิ่มสูงขึ้นตามที่กล่าวข้างต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับรู้ค่าใช้จ่ายที่เป็นผลจากการเพิ่มอัตราค่าชดเชยเพิ่มเติมกรณีเลิกจ้างเป็น 400 วัน จากเดิมที่ 300 วัน สำหรับลูกจ้างซึ่งทำงานครบ 20 ปีขึ้นไป ตามพ.ร.บ.คุ้มครองแรงงานฉบับใหม่ อีกจำนวน 9 ล้านบาทในไตรมาส 1/2562

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ 419 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 239 ล้านบาทหรือร้อยละ 132.4 คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมร้อยละ 12.5 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 5.4 มีปัจจัยหนุนหลักจากอัตรากำไรขั้นต้นในภาพรวมที่ปรับตัวดีขึ้นและการรับรู้ผลขาดทุนจากการดำเนินงานของ ICUK ที่ลดลงอย่างมีสาระสำคัญ



ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2562 เมื่อเทียบกับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561

สินทรัพย์

กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม จำนวน 14,463 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 143 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.0 จาก 14,320 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของเงินสดจำนวน 241 ล้านบาทสอดคล้องกับกระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิกับกิจกรรมการลงทุน และการจัดหาเงินที่ปรับตัวดีขึ้น และการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือจำนวน 81 ล้านบาท เพื่อรองรับยอดขายตามแผนธุรกิจ ขณะที่ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นลดลงจำนวน 100 ล้านบาท สอดคล้องกับการลดลงของรายได้ในประเทศ และที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ลดลงจำนวน 72 ล้านบาท เนื่องจากโครงการขยายกำลังการผลิตได้เสร็จสิ้นแล้ว ขณะที่รับรู้ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นในรอบบัญชีดังกล่าว

หนี้สิน

กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 6,676 ล้านบาท ลดลงจำนวน 279 ล้านบาทหรือร้อยละ 4.0 จาก 6,955 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 จากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นจำนวน 272 ล้านบาท สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลายรายการที่มีราคาลดลง และที่สำคัญคือการใช้กระป๋องอลูมิเนียมที่ผลิตเองผ่านการดำเนินงานของ ACM และลดปริมาณการจัดซื้อจากบุคคลภายนอก และการชำระคืนเจ้าหนี้ค่าเครื่องจักร อีกทั้ง กลุ่มบริษัทฯ มีการชำระคืนเงินกู้ยืมสถาบันการเงินไปจำนวนหนึ่ง ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายรวมทั้งสิ้น 4,630 ล้านบาท ลดลงจำนวน 110 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราส่วนหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 0.59 ลดลงจากร้อยละ 0.64 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 0.86 ลดลงจากร้อยละ 0.94 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ

(พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ)

ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน