



CBG 029/2567

วันที่ 9 สิงหาคม 2567

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ” หรือ “CBG”) สำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า ดังต่อไปนี้

ผลการดำเนินงานรวมของบริษัทฯ

1. รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมเท่ากับ 4,954 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +5% YoY โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองจำนวน 2,900 ล้านบาท ลดลง -4% YoY แต่เติบโต +2% QoQ เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากยอดขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังคาราบาวแดงในประเทศที่ปรับตัวดีขึ้นหลังจากการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การขายร่วมกับคู่ค้า เพื่อบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้อยู่ในจุดที่เหมาะสม รวมถึงส่วนแบ่งทางการตลาดเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกจำนวน 1,723 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +19% YoY จากการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหลัก ที่ยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่รายได้จากการจำหน่ายสินค้ากลุ่มอื่นๆ เท่ากับ 261 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +50% YoY จากการผลิตและจำหน่ายขวดแก้ว กระจกอะลูมิเนียม และบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ให้แก่บริษัทคู่ค้าและคู่ค้าผู้ผลิตเบียร์คาราบาวและเบียร์ตะวันแดง

รายได้จากการขาย จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2 ปี 2566	%	ไตรมาส 1 ปี 2567	%	ไตรมาส 2 ปี 2567	%	%YoY	%QoQ
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของ ตนเอง 1/	3,017	64%	2,838	58%	2,900	59%	(4%)	+2%
ว่าจ้างบุคคลภายนอกผลิตภายใต้เครื่องหมาย การค้าคาราบาว 2/	64	1%	72	1%	70	1%	+10%	(3%)
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	1,452	31%	1,823	37%	1,723	35%	+19%	(6%)
อื่นๆ	174	4%	202	4%	261	5%	+50%	+29%
รวม	4,707	100%	4,935	100%	4,954	100%	+5%	+0.4%

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มผสมซิงค์ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงค์
2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม



รายได้จากการขาย จำแนกตามภูมิศาสตร์ หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2 ปี 2566	%	ไตรมาส 1 ปี 2567	%	ไตรมาส 2 ปี 2567	%	%YoY	%QoQ
ในประเทศ	3,202	68%	3,414	69%	3,499	71%	+9%	+2%
ต่างประเทศ	1,505	32%	1,521	31%	1,455	29%	(3%)	(4%)
กลุ่มประเทศ CLMV	1,291	27%	1,364	28%	1,333	27%	+3%	(2%)
ประเทศจีน	41	1%	-	0%	-	0%	N.A.	N.A.
UK	56	1%	53	1%	54	1%	(4%)	+3%
อื่นๆ	117	2%	104	2%	68	1%	(43%)	(35%)
รวม	4,707	100%	4,935	100%	4,954	100%	+5%	+0%

1.1) รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองจำนวน 2,900 ล้านบาท ลดลง -4% YoY โดยในจำนวนนี้เป็นธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วนร้อยละ 50:50

(1.1.1) รายได้จากการขายในประเทศจำนวน 1,445 ล้านบาท ลดลง -5% YoY แต่เติบโต +10% QoQ เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากการเติบโตของเครื่องตีคาราบาวแดง เป็นผลจากการที่บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์หลักคงราคาขายปลีกที่ 10 บาท ช่วยคนไทยลดค่าครองชีพ ควบคู่กับการสานต่อกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับไทยรัฐ ภายใต้แคมเปญบาวแดงช่วยคนไทยสร้างอาชีพ ช่องไทยรัฐทีวี ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ประกอบกับบริษัทฯ ยังคงความแข็งแกร่งจากประสิทธิภาพจากการกระจายสินค้าที่ครอบคลุม การสื่อสารที่เข้าถึงผู้บริโภคในการต่อยอดจุดแข็งของผลิตภัณฑ์และราคาขาย ในขณะที่คู่แข่งหลักได้ปรับราคาขายขึ้นเป็น 12 บาท นอกจากนี้ การออกสินค้าใหม่ ได้แก่ เปียร์คาราบาวและเปียร์ตะวันแดง ส่งผลทางอ้อมในเชิงบวกให้แบรนด์ “คาราบาวแดง” เป็นที่รู้จักในวงกว้างและเข้าถึงผู้บริโภคในวัยหนุ่มสาวและวัยทำงานมากขึ้น จึงช่วยกระตุ้นการรับรู้และผลักดันยอดขายเครื่องตีบ่ารุงกำลังคาราบาวแดงในประเทศ ส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้น +10% YoY

(1.1.2) รายได้จากการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศจำนวน 1,455 ล้านบาท ลดลง -3% YoY จากการลดลงของยอดขายในประเทศจีน รวมถึงกลุ่มประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะประเทศอัฟกานิสถานและประเทศแถบตะวันออกกลาง ในขณะที่รายได้จากการส่งออกไปยังตลาดในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งเป็นรายได้หลักจากการส่งออกกลับมาฟื้นตัวดีขึ้นและเติบโต +3% YoY โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ ร่วมมือกับคู่ค้าทำการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายในประเทศกัมพูชา เมียนมา และเวียดนามในรูปแบบที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดแคมเปญส่งเสริมการขาย การสนับสนุนการแข่งขันมวย การจัดคอนเสิร์ตพร้อมกับแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่างของบริษัทฯ เป็นต้น

1.2) รายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกจำนวน 1,723 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +19% YoY มีปัจจัยเชิงบวกจากความหลากหลายและคุณภาพในตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งทำให้สินค้าประเภทเครื่องตีแอลกอฮอล์ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากประสิทธิภาพการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมของทุกช่องทางขาย ได้แก่ การกระจายผ่านหน่วยรณเงินสดจำนวนมากกว่า 300 คันที่สามารถเข้าถึงร้านค้าปลีกทั่วประเทศ และการกระจายสินค้าในโครงข่ายผ่านช่องทางการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional trade) ให้กว้างขวางและครอบคลุมในระดับอำเภอทั่ว



ประเทศ ประกอบกับกลยุทธ์การนำ “เปียร์” มาเป็นเครื่องมือทำการตลาดจึงส่งผลให้ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เติบโต และแข็งแกร่งขึ้นอีกด้วย

- 1.3) รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตจำนวน 70 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +10% YoY จากกาแพะป้องกัน RTD เป็นหลัก ซึ่งบริษัทฯ ยกเลิกจำหน่ายเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และพัฒนาสูตรใหม่ตั้งแต่ไตรมาส 1/2566 และเริ่มออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2566 เป็นต้นมา โดยเป็นเครื่องดื่มกาแพะปรุงสำเร็จพร้อมดื่มที่ผลิตจากเมล็ดกาแพะคั่วสด ในราคา 15 บาทที่เข้าถึงได้
- 1.4) รายได้ขายอื่นจำนวน 261 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +50% YoY เป็นรายได้จากการผลิตและจำหน่ายขวดแก้ว กระจกอะลูมิเนียม และบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ให้แก่ลูกค้าซึ่งเป็นบุคคลภายนอกภายใต้การดำเนินงานของ APG ACM และ APM สอดคล้องกับยอดขายและการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทลูกค้า

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,372 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +9% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ 28% เพิ่มขึ้นจากในช่วงระยะเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 27% ในขณะที่ส่วนผสมของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตามยอดขาย (Product mix) จากสัดส่วนของรายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่า เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า เป็นผลมาจากกำไรขั้นต้นของสินค้าที่ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้าและไตรมาสก่อนหน้า ถึงแม้ว่าราคาน้ำตาลซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักทยอยปรับตัวสูงขึ้นตามสภาวะตลาด อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการวัตถุดิบอื่นเพื่อลดต้นทุนได้เป็นอย่างดี ตลอดจนต้นทุนพลังงานที่ใช้ในกระบวนการผลิตที่ปรับตัวลดลง ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับยอดขายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV ที่กลับมาฟื้นตัวดีขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนผลิตที่ลดลงจากประหยัดต่อขนาด (Economies of scale)

นอกจากนี้ การปรับตัวลดลงของต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนพลังงานตามที่กล่าวข้างต้น รวมถึงประสิทธิภาพจากการผลิตที่ดีขึ้น ยังส่งผลให้กำไรขั้นต้นของรายได้ขายอื่นโดยเฉพาะจากขวดแก้ว APG ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า

กำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์	ไตรมาส 2	อัตรา	ไตรมาส 1	อัตรา	ไตรมาส 2	อัตรา	%YoY	%QoQ
หน่วย: ล้านบาท	ปี 2566	กำไร	ปี 2567	กำไร	ปี 2567	กำไร		
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	1,062	35%	1,103	39%	1,128	39%	+6%	+2%
ว่าจ้างบุคคลภายนอกผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว 2/	9	14%	12	17%	11	15%	+17%	(12%)
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	145	10%	168	9%	164	9%	+13%	(2%)
อื่นๆ	44	25%	38	19%	69	27%	+58%	+83%
รวม	1,260	27%	1,321	27%	1,372	28%	+9%	+4%

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มเกลือแร่ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงค์

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม



3. ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร จำนวน 533 ล้านบาท ลดลง -25% YoY หรือคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมที่ 11% ลดลงจาก 15% ในปีก่อน จากการควบคุมค่าใช้จ่ายทั้งค่าใช้จ่ายการตลาด การส่งเสริมการขาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง

ในขณะที่ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนกีฬาฟุตบอล ลดลง -36% YoY จากการแบ่งปันสิทธิผู้สนับสนุนการแข่งขันฟุตบอล EFL ให้แก่บริษัทคู่ค้าในกลุ่มธุรกิจผู้ผลิตเบียร์คาราบาวและเบียร์ตะวันแดง ในอัตราร้อยละ 50 ของจำนวนเงินที่บริษัทฯ จ่ายให้แก่ EFL ในแต่ละฤดูกาล ตั้งแต่ฤดูกาล 2023/2024 เป็นต้นไป

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	ไตรมาส 2	% ต่อ	ไตรมาส 1	% ต่อ	ไตรมาส 2	% ต่อ	%YoY	%QoQ
หน่วย: ล้านบาท	ปี 2566	ยอดขาย	ปี 2567	ยอดขาย	ปี 2567	ยอดขาย		
ค่าใช้จ่ายในการขาย	494	11%	362	7%	360	7%	(27%)	(1%)
ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนกีฬาฟุตบอล	76	2%	48	1%	49	1%	(36%)	+2%
ค่าใช้จ่ายในการขายที่ไม่รวมค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุน	418	9%	314	6%	311	6%	(25%)	(1%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	218	5%	213	4%	173	3%	(21%)	(19%)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	712	15%	575	12%	533	11%	(25%)	(7%)

4. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงินจำนวน 37 ล้านบาท ลดลง -15% YoY จากการจ่ายชำระเงินกู้ยืมอันเนื่องมาจากการรับชำระเงินจากลูกหนี้การค้า แม้ว่าทิศทางดอกเบี้ยนโยบายในประเทศไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตลอดในช่วงที่ผ่านมา

5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวน 158 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +97% YoY คิดเป็นอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (Effective tax rate) ที่ 19% ลดลงจาก 14% เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า

6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ เท่ากับ 691 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +43% YoY สะท้อนยอดขายที่เพิ่มขึ้น ต้นทุนที่ปรับตัวลดลง การควบคุมค่าใช้จ่ายดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูง ตามที่กล่าวข้างต้น รวมถึงการแบ่งปันสิทธิผู้สนับสนุนการแข่งขันฟุตบอล EFL ให้แก่บริษัทคู่ค้าในกลุ่มธุรกิจผู้ผลิตเบียร์คาราบาวและเบียร์ตะวันแดง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและทำการตลาด



ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567 เมื่อเทียบกับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566

สินทรัพย์

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 และ 31 ธันวาคม 2566 เท่ากับ 18,514 ล้านบาทและ 19,544 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 1,029 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นลดลง 647 ล้านบาท (2) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลดลง 246 ล้านบาท และ (3) ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ลดลง 221 ล้านบาท

หนี้สิน

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 และ 31 ธันวาคม 2566 เท่ากับ 6,364 ล้านบาทและ 8,231 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 1,867 ล้านบาท ประกอบด้วยหนี้สินหมุนเวียน 4,632 ล้านบาท (เป็นหนี้สินหมุนเวียนจากสถาบันการเงิน 2,502 ล้านบาท) ลดลง 349 ล้านบาท และหนี้สินไม่หมุนเวียน 1,732 ล้านบาท (เป็นหนี้สินไม่หมุนเวียนจากสถาบันการเงิน 1,118 ล้านบาท) ลดลง 2,216 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินลดลง 875 ล้านบาท (2) เงินกู้ยืมระยะยาวและส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวที่กำหนดชำระภายในหนึ่งปี ลดลง 855 ล้านบาท และ (3) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ลดลง 287 ล้านบาท

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงอันดับเครดิตองค์กรและอันดับเครดิตหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกันของบริษัทฯ ที่ระดับ “A” จากทริสเรทติ้ง สะท้อนถึงความสามารถในการดำรงอัตราส่วนทางการเงินรวมถึงภาระหนี้สินทางการเงินของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ยังคงสถานะที่แข็งแกร่งในตลาดเครื่องตีพิมพ์กำลังภายในประเทศโดยมีแบรนด์สินค้าที่ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดี รวมถึงโครงข่ายการกระจายสินค้าที่กว้างขวางและครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 และ 31 ธันวาคม 2566 เท่ากับ 12,150 ล้านบาทและ 11,312 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 838 ล้านบาท สะท้อนกำไรสุทธิในไตรมาส 1 และ 2/2567 รวมถึงการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2566 จำนวน 500 ล้านบาท

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ

(พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ)

ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน