



CBG 021/2566

วันที่ 10 สิงหาคม 2566

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

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

ผลการดำเนินงานรวมของบริษัทฯ

1. รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมเท่ากับ 4,707 ล้านบาท ลดลง -10% YoY และเพิ่มขึ้น +14% QoQ โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองจำนวน 3,017 ล้านบาท ลดลง -16% YoY จากผลกระทบของยอดขายธุรกิจต่างประเทศเป็นหลัก แต่ยังคงเพิ่มขึ้น +21% QoQ จากการฟื้นตัวของกลุ่มประเทศ CLMV นอกจากนี้ รายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกจำนวน 1,452 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +14% YoY จากประสิทธิภาพการกระจายผ่านช่องทางหน่วยรถเงินสด ประกอบกับคุณภาพและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

รายได้จากการขาย จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2 ปี 2565	%	ไตรมาส 1 ปี 2566	%	ไตรมาส 2 ปี 2566	%	%YoY	%QoQ
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของ ตนเอง 1/	3,581	68%	2,485	60%	3,017	64%	(16%)	+21%
ว่าจ้างบุคคลภายนอกผลิตภายใต้เครื่องหมาย การค้าคาราบาว 2/	132	3%	48	1%	64	1%	(52%)	+34%
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	1,270	24%	1,468	36%	1,452	31%	+14%	(1%)
อื่นๆ	264	5%	123	3%	174	4%	(34%)	+42%
รวม	5,247	100%	4,124	100%	4,707	100%	(10%)	+14%

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มผสมซิงค์ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงค์
2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม



รายได้จากการขาย จำแนกตามภูมิศาสตร์ หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2 ปี 2565	%	ไตรมาส 1 ปี 2566	%	ไตรมาส 2 ปี 2566	%	%YoY	%QoQ
ในประเทศ	3,148	60%	2,799	68%	3,202	68%	+2%	+14%
ต่างประเทศ	2,099	40%	1,325	32%	1,505	32%	(28%)	+14%
กลุ่มประเทศ CLMV	1,764	34%	1,194	29%	1,291	27%	(27%)	+8%
ประเทศจีน	252	5%	9	0.2%	41	0.9%	(84%)	+351%
UK	46	1%	39	1%	56	1%	+21%	+43%
อื่นๆ	37	1%	83	2%	117	2%	+214%	+42%
รวม	5,247	100%	4,124	100%	4,707	100%	(10%)	+14%

1.1) รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองเท่ากับ 3,017 ล้านบาท ลดลง -16% YoY, เพิ่มขึ้น +21% QoQ โดยในจำนวนนี้เป็นธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่อัตราส่วนร้อยละ 51:49

(1.1.1) รายได้จากการขายในประเทศเท่ากับ 1,525 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +2% YoY เป็นผลจากการที่คู่แข่งในตลาดได้ขึ้นราคาขายปลีกสินค้าหลัก ในขณะที่บริษัทฯ ยังดำเนินกลยุทธ์คงราคาขายปลีกที่ 10 บาท และกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับไทยรัฐ ภายใต้แคมเปญवादช่วยคนไทยสร้างอาชีพผ่านรายการตะลอนข่าว ช่องไทยรัฐทีวี ซึ่งช่วยกระตุ้นการรับรู้และผลักดันยอดขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังคาราบาวแดงในประเทศให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะยังคงเผชิญกับสถานการณ์ความไม่แน่นอนจากปัจจัยทางการเมือง นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลใหม่และสภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัวในกรอบที่จำกัด โดยมีแรงกดดันจากปัญหาค่าครองชีพและภาระหนี้สินที่กระทบต่อภาคครัวเรือน แต่บริษัทฯ ยังคงอาศัยความแข็งแกร่งจากการกระจายสินค้าที่ครอบคลุม กลยุทธ์ด้านราคาและการสื่อสารที่เข้าถึงผู้บริโภค โดยในไตรมาส 2/2566 ยอดขายผลิตภัณฑ์เครื่องหมายการค้าของตนเองในประเทศเติบโต 31% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน

(1.1.2) รายได้จากการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศเท่ากับ 1,492 ล้านบาท ลดลง -29% YoY จากการปรับตัวลดลงของยอดขายจากกลุ่มประเทศ CLMV และจีนเป็นหลัก แต่ยังสามารถปรับตัวดีขึ้น +13% QoQ โดยเฉพาะยอดขายในประเทศกัมพูชาเริ่มทยอยฟื้นตัวจากไตรมาสก่อนหน้า นอกเหนือจากนี้กลุ่มประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะประเทศอัฟกานิสถานและประเทศแถบตะวันออกกลางเริ่มกลับมาียอดขายเพิ่มขึ้นตั้งแต่ต้นปีถึงปัจจุบัน

ส่วนรายได้จากการขายในตลาดประเทศอังกฤษภายใต้การดำเนินงานของบริษัทย่อย Intercarabao Company Limited ("ICUK") เท่ากับ 56 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +21% YoY และ +43% QoQ โดยยังคงมีอัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการออกสินค้ารสชาติใหม่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ และสินค้าประเภทเครื่องดื่มเกลือแร่ไอโซโทนิก (Isotonic sports drink) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในประเทศอังกฤษได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

1.2) รายได้จากการรับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกเท่ากับ 1,452 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +14% YoY มีปัจจัยเชิงบวกจากความหลากหลายและคุณภาพในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับอาศัยผลสำเร็จของการกระจายผ่านหน่วยรถเงินสดมากกว่า 300 คัน และสามารถเข้าถึงร้านค้าปลีกทั่วประเทศ



- 1.3) รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตเท่ากับ 64 ล้านบาท ลดลง -52% YoY ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มและกาแฟ 3 in 1 ที่เพิ่มขึ้น +27% YoY โดยผลิตภัณฑ์น้ำดื่มทำยอดขายเติบโตและมียอดสูงสุดในไตรมาสนี้ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์กาแฟป้องกันนั้นยังไม่มียอดจัดจำหน่ายตั้งแต่ไตรมาส 1/2566 เนื่องจากอยู่ในระหว่างการปรับปรุงโฉมผลิตภัณฑ์และการพัฒนาสูตรใหม่ ซึ่งคาดว่าจะวางจำหน่ายใหม่ในอนาคต
- 1.4) รายได้จากการขายอื่นเท่ากับ 174 ล้านบาท ลดลง -34% YoY, เพิ่มขึ้น +42% QoQ โดยส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการผลิตและขายขวดแก้วให้แก่บุคคลภายนอกภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เอเชียแปซิฟิกกลาส จำกัด ("APG") ที่ปรับตัวลดลง

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

บริษัท มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 1,260 ล้านบาท ลดลง -22% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 27 ลดลงจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 31 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า จากต้นทุนวัตถุดิบและหีบห่อหลัก ตลอดจนต้นทุนพลังงานที่ใช้ในกระบวนการผลิตปรับตัวสูงขึ้น นอกเหนือไปจากการเปลี่ยนแปลงในส่วนผสมผลิตภัณฑ์ตามยอดขาย (Product mix) ในขณะที่ กำไรขั้นต้นเติบโต +24% QoQ จากราคาวัตถุดิบและหีบห่อหลักเริ่มทยอยปรับตัวลดลง รวมถึงมีการประหยัดต่อขนาดที่ดีขึ้นจากกำลังการผลิตที่สูงขึ้นสอดคล้องกับยอดขายที่สูงขึ้นในไตรมาสนี้

กำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์	ไตรมาส 2	อัตรา	ไตรมาส 1	อัตรา	ไตรมาส 2	อัตรา	%YoY	%QoQ
หน่วย: ล้านบาท	ปี 2565	กำไร	ปี 2566	กำไร	ปี 2566	กำไร		
ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง 1/	1,360	38%	837	34%	1,062	35%	(22%)	+27%
ว่าจ้างบุคคลภายนอกผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้ารวบรวม 2/	15	12%	6	13%	9	14%	(42%)	+47%
รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก	140	11%	141	10%	145	10%	+4%	+3%
อื่นๆ	101	38%	33	26%	44	25%	(57%)	+34%
รวม	1,616	31%	1,017	25%	1,260	27%	(22%)	+24%

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มผสมซิงค์ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงค์

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

3. ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายขายและบริหารเท่ากับ 712 ล้านบาท ลดลง -7% YoY หรือคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมที่ร้อยละ 15 ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และลดลง -2% QoQ จากการทำแผนควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง



ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2 ปี 2565	% ต่อ ยอดขาย	ไตรมาส 1 ปี 2566	% ต่อ ยอดขาย	ไตรมาส 2 ปี 2566	% ต่อ ยอดขาย	%YoY	%QoQ
ค่าใช้จ่ายในการขาย	515	10%	513	12%	494	11%	(4%)	(4%)
ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนกีฬาฟุตบอล	65	1%	75	2%	76	2%	+17%	+2%
ค่าใช้จ่ายในการขายที่ไม่รวมค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุน	450	9%	438	11%	418	9%	(7%)	(5%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	250	5%	215	5%	218	5%	(13%)	+1%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	765	15%	729	18%	712	15%	(7%)	(2%)

ค่าใช้จ่ายขายเท่ากับ 494 ล้านบาท ลดลง -4% YoY จากการวางแผนการดำเนินงานขายอย่างเหมาะสม รัดกุม และมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยบริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นสนับสนุนผลิตภัณฑ์ยอดขายให้เติบโตตามเป้าหมายอย่างมีศักยภาพ หากคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมอยู่ที่ร้อยละ 11 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากสัดส่วนร้อยละ 10 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า

ค่าใช้จ่ายบริหารเท่ากับ 218 ล้านบาท ลดลง -13% YoY หรือคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้จากการขายรวมที่ร้อยละ 5 ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

4. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงินเท่ากับ 44 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +69% YoY และ +21% QoQ สอดคล้องกับทิศทางดอกเบี้ยนโยบายในประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลเท่ากับ 80 ล้านบาท ลดลง -51% YoY คิดเป็นอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงที่ร้อยละ 14 ลดลงจากร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า

6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ เท่ากับ 482 ล้านบาท ลดลง -35% YoY แต่สามารถปรับตัวเพิ่มขึ้น +83% QoQ เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า สะท้อนยอดขายที่เติบโตขึ้นและต้นทุนที่ปรับตัวลดลงในไตรมาสปัจจุบัน

ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 เมื่อเทียบกับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

สินทรัพย์

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 และ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 19,894 ล้านบาทและ 20,039 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 145 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น 621 ล้านบาท (2) สินค้าคงเหลือลดลง 476 ล้านบาท (3) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นลดลง 385 ล้านบาท



หนี้สิน

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 และ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 9,309 ล้านบาทและ 9,474 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 165 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินลดลง 3,018 ล้านบาท (2) หนี้กู้ - สุทธิจาก ส่วนของหนี้กู้ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีเพิ่มขึ้น 2,011 ล้านบาท (3) เงินกู้ยืมระยะยาว เพิ่มขึ้น 965 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 และ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 10,585 ล้านบาทและ 10,565 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 20 ล้านบาท สะท้อนกำไรสุทธิในไตรมาส 2/2566 รวมถึงการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2565 จำนวน 750 ล้านบาท

การก้าว สิ้นค้าระดับโลก แปรนตร์ระดับโลก กับความยั่งยืน

ด้วยวิสัยทัศน์ “สิ้นค้าระดับโลก แปรนตร์ระดับโลก” ความยั่งยืนเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจตาม หลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียไว้วางใจในฐานะแบรนด์ที่ยั่งยืนระดับโลก บริษัทฯ ตระหนัก ถึงผลกระทบด้านลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทฯ ต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม จึงได้จัดตั้งทีม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้น ซึ่งมีกฎบัตรชั้นนำถึงบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมในการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว และเป็นพันธ สัญญาของบริษัทฯที่จะตระหนักผ่านการดำเนินการเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสูงสุด

โดยปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ทุกคนต้องร่วมกันแก้ไข ภูมิอากาศถูกคุกคามจากภาวะโลกร้อน ซึ่งจำเป็นต้องมีการดำเนินการร่วมกันอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการผลิต การขนส่งและการจัดจำหน่าย เป็นจุดที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกหลัก และได้ดำเนินการเก็บข้อมูลในส่วนต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวทางในการ ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เรายังมุ่งหวังในการเพิ่มสัดส่วนของแหล่งพลังงานหมุนเวียนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไฟฟ้าจาก แหล่งพลังงานเดิมด้วย โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ มีการใช้พลังงานสะอาดหรือพลังงานทดแทน โดยการติดตั้งระบบไฟฟ้าพลังงาน แสงอาทิตย์บนหลังคาของโรงงาน โดยมีขนาดกำลังการผลิตติดตั้งอยู่ที่ 5 เมกะวัตต์ ซึ่งเริ่มผลิตไฟฟ้าตั้งแต่ในปี 2564 และอยู่ ระหว่างการติดตั้งเพิ่มประมาณ 5 เมกะวัตต์ คาดว่าจะเริ่มทยอยผลิตไฟฟ้าภายในปี 2566 เพื่อผลิตไฟฟ้าจากแหล่งพลังงาน หมุนเวียน และบริษัทฯ กำลังดำเนินการเพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านสภาพอากาศ ซึ่งเป็นแผนที่จะนำไปปฏิบัติได้จริงและเป็นการ คำนึงการมีส่วนร่วมเพื่อจัดการกับความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพอากาศ รวมถึงดำเนินการวางรากฐานและจัดโครงสร้างการ ดำเนินการเชิงปฏิบัติอย่างต่อเนื่องโดยมีเป้าหมายเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในมิติสังคม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 อยู่ระหว่างการค่อยๆฟื้นตัว ประเทศไทยยังคงเผชิญกับสภาวะ เศรษฐกิจที่ชะลอตัว อีกทั้งยังได้รับผลกระทบจากต้นทุนวัตถุดิบต่างๆ ที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ยังคงระมัดระวัง ในการใช้จ่าย ซึ่งทางบริษัทฯได้มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ ให้กับกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ด้วย การแจกรถแท็กซี่ แจกมอเตอร์ไซค์ เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ ทำธุรกิจและเพิ่มความสะดวกในการเดินทาง รวมถึงยังได้มี การบริจาคทุนทรัพย์และสิ่งของให้กับองค์กรต่างๆ ตามความเหมาะสม

ระบบธรรมาภิบาลที่แข็งแกร่ง มีความสำคัญต่อบริษัทฯ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ และความ รับผิดชอบต่อสังคม ทั้งสร้างกลไกตรวจสอบและถ่วงดุล เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและตรวจสอบได้ การกำกับดูแลกิจการที่ดีเกิดขึ้น ได้ จากนโยบายต่างๆ ของบริษัทฯ ได้แก่ นโยบายการกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ มาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นและ



นโยบายการบริหารความเสี่ยงองค์กร บริษัทฯ จัดให้มีโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความเจริญเติบโต และเพิ่มมูลค่าให้กับบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นในระยะยาว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ

(พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ)

ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน