

ราคาปัจจุบัน 65.50 บาท	คำแนะนำ "ซื้อ"	Target Price 78.25 บาท
<p>จำนวนหุ้น 1,000.00 ล้านหุ้น</p> <p>ราคา Par 1.00 บาท</p> <p>มูลค่าตลาด (19/04/60) 65,500 ล้านบาท</p> <p>ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ณ 10/03/60)</p> <p>1) บริษัท เสถียรธรรมโฮลดิ้ง จำกัด 25.01%</p> <p>2) น.ส. ณัฐชไม ถนอมบุรณศิริ 21.00%</p> <p>3) นาย ยืนยง โอภากุล 7.05%</p> <p>4) นาย เสถียร เศรษฐสิทธิ์ 4.80%</p> <p>5) บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด 4.75%</p> <p>ผู้ถือหุ้นรายย่อย</p> <p>Free Float Percentage 24.68%</p> <p>การดำเนินธุรกิจ :</p> <p>ผลิต ทำการตลาด จำหน่าย และบริหารจัดการการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆอย่างครบวงจร</p> <p>นักวิเคราะห์</p> <p>พลเทพ วงษ์นาค, FRM</p> <p>02-684-8796</p> <p>phonthe@aira.co.th</p> <p>ผู้ช่วยนักวิเคราะห์</p> <p>ศรัณยู สืบสุรีย์กุล</p>	<p>CBG ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้แบรนด์ "คาราบาวแดง" ดำเนินกิจการและพัฒนาธุรกิจมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2545 มีผลการดำเนินงานเติบโตในระดับสูงในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา และคาดการณ์กำไรเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ในระดับที่สูงกว่า 28% ในอีก 3 ปีข้างหน้า จากปัจจัยสำคัญ คือ การเติบโตของตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะการเปิดตลาดในจีนร่วมกับ Partner ที่มีประสบการณ์ รวมถึงประเทศอังกฤษที่เพิ่มการกระจายสินค้าผ่านช่องทาง MT กว่า 6,300 จุดทั่วประเทศ ประกอบกับกลยุทธ์ Cash Vans ที่สามารถเข้าถึงร้านค้าปลีกกว่า 3 แสนแห่งในทุกภูมิภาคของไทยที่ช่วยผลักดันยอดขายในประเทศ โดยประเมินราคาเหมาะสมปี'60 ที่ 78.25 บาท เริ่มต้นด้วยคำแนะนำ "ซื้อ"</p> <p>- บุกจีนแผ่นดินใหญ่ : CBG ร่วมกับ Partner จัดตั้ง JV ในประเทศจีน โดยตั้งเป้าหมายยอดขายในปี'60 ที่ 200 ล้านกระป๋อง หลังจากขยายผลผลิตล่วงหน้า 1H60 ที่ 65 ล้านกระป๋อง โดยเชื่อว่าตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังของจีนที่อยู่ในช่วงที่มีการเติบโตในระดับสูง (CAGR 17% ถึงปี 2020, Euromonitor) และประสบการณ์การขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังในจีนกว่า 3,000 ล้านกระป๋องต่อปีของ Partner จะช่วยผลักดันยอดขายในจีนให้สามารถเติบโตอย่างก้าวกระโดด และสามารถ Breakeven ได้ในปี'62</p> <p>- ยกพลขึ้นเกาะ (อังกฤษ) : CBG เข้าเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันฟุตบอลลีคคัพของอังกฤษ โดยมีค่าใช้จ่ายตลอดสัญญา 3 ปี 18 ล้านปอนด์และเปลี่ยนชื่อการแข่งขันเป็น "Carabao Cup" เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ต่อผู้บริโภคทั่วโลกให้มากขึ้น โดยคาดว่าจะสามารถจำหน่ายผ่านช่องทาง MT เพิ่มกว่า 6,300 จุดและตั้งเป้าปี'60 ที่ 30 ล้านกระป๋อง เรามองว่าการขยายช่องทาง รวมถึงการทำตลาดผ่านกีฬายอดนิยมของอังกฤษอย่างฟุตบอลและเป็นการแข่งขันที่ถ่ายทอดสดไปทั่วโลกจะช่วยให้ CBG สามารถหาพันธมิตรทางการค้าได้มากขึ้น และถือเป็นการเปิดโอกาสให้กับ CBG ทั้งในประเทศและภูมิภาคยุโรปต่อไปในอนาคต</p> <p>- ชิงตลาดในประเทศ : ยอดขายในประเทศปี'59 เติบโตถึง 20.6% และใน 2H59 "คาราบาวแดง" สามารถมีส่วนแบ่งตลาดขึ้นเป็นอันดับ 1 ในภาคกลาง ซึ่งเป็นผลมาจากกลยุทธ์ Cash Vans ที่เน้นกระจายสินค้าผ่านรถกระจายสินค้าทั่วประเทศ โดยในปี'60 นี้ตั้งเป้าเน้นทำตลาดในภาคอีสานที่มีปริมาณบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังอันดับต้นๆ และยังคงตั้งเป้าหมายที่ 30,000 บาท/คัน/วัน (เดิม 17,800) เรามีมุมมองที่ดีต่อโมเดลธุรกิจ Cash Vans ที่สามารถเข้าถึงกว่า 3 แสนร้านค้าปลีกทั่วไทย ซึ่งคาดว่าจะเพิ่มเครื่องมือที่สำคัญ รวมถึงยังมีพื้นที่ให้การรับฝากขายสินค้าอีกมาก แม้ว่าการจัดจำหน่ายสินค้าจากบุคคลภายนอก จะให้ Margin ที่ต่ำกว่าก็ตาม</p> <p>- เริ่มต้นด้วยคำแนะนำ "ซื้อ" ราคาเหมาะสม 78.25 บาท : ประเมิน CBG มีกำไรสุทธิในปี'60 ที่ 1,590 ล้านบาท หรือคิดเป็นกำไรต่อหุ้น ที่ 1.59 บาท เติบโต 7% โดยประเมินราคาเหมาะสมปี'60 ที่ 78.25 บาทต่อหุ้น (WACC 8.9%, Terminal growth 3%) ณ ระดับราคาปัจจุบันมี Upside ประมาณ 19% แนะนำ "ซื้อ"</p>	

Financial Summary

Unit : MB	FY15	FY16	FY17F	FY18F	FY19F
Revenue	7,753	9,965	12,804	15,793	20,797
Growth (%)	4%	29%	28%	23%	32%
Net Profit	1256	1490	1590	2025	3095
Growth (%)	37%	19%	7%	27%	53%
EPS (Bt.)	1.26	1.49	1.59	2.02	3.09
BV (Bt.)	6.33	7.10	7.58	8.24	9.27
PE (x)	27	51	41	32	21
PBV (x)	5	11	9	8	7
Dividend (Bt.)	0.89	1.00	1.11	1.36	2.07
Dividend Yield (%)	2.6%	1.3%	1.7%	2.1%	3.2%

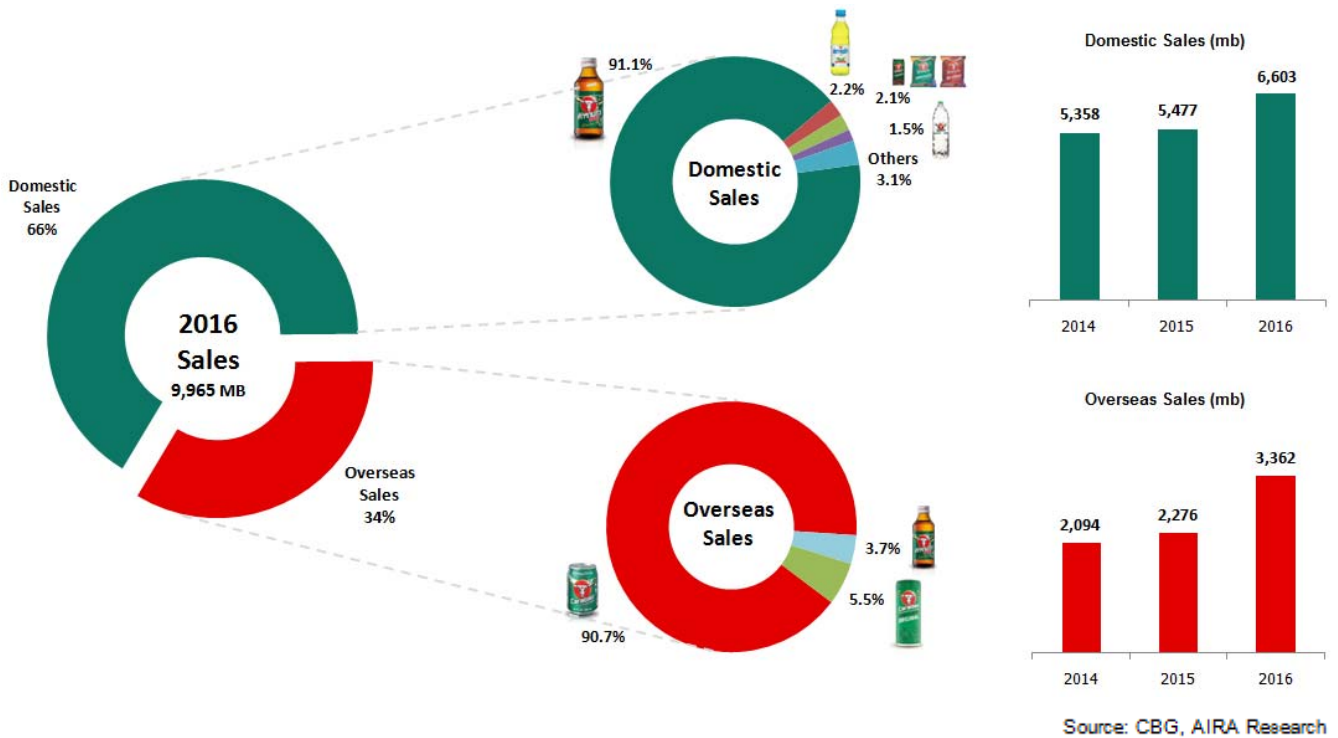
ที่มา : CBG และประมาณการโดย AIRA

คาราบาวแดง..เขตซุ้มนักสู้ผู้ยิ่งใหญ่

บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ CBG ดำเนินธุรกิจ ผลิต ทำการตลาด จำหน่าย และบริหารจัดการการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มหลัก 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) เครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้า “คาราบาวแดง” และ “Carabao” 2) เครื่องดื่มเกลือแร่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “สตาร์ท พลัส” 3) เครื่องดื่มอื่นๆ เช่น น้ำดื่ม กาแฟกระป๋อง และกาแฟซอง 3-in-1 เป็นต้น

CBG ได้เปิดตัวเครื่องดื่มบำรุงกำลัง “คาราบาวแดง” เข้าสู่ตลาดในประเทศไทยเมื่อปี 2545 และได้ขยายธุรกิจตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ CBG มีผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง มีอัตราการเติบโตของกำไรสุทธิเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี (CAGR) ถึง 43% โดยในปี'59 ที่ผ่านมามียอดขาย 9,965 ล้านบาท เติบโต 29% YoY และมีกำไรสุทธิ 1,490 ล้านบาท เติบโต 19% YoY จากการที่ยอดขายในประเทศเติบโต 20.5% และยอดขายจากต่างประเทศเติบโตถึง 47.7% ซึ่งสวนทางกับตลาดเครื่องดื่มชูกำลังของไทยที่หดตัว 1% ในปี'59 จากการชะลอตัวของเศรษฐกิจของประเทศ

เราประเมินว่า CBG จะสามารถรักษาระดับการเติบโตที่สูงได้อย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ คือ การรุกตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีนและประเทศอังกฤษ ที่ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นและมองเห็นโอกาสในการเติบโตอีกมาก โดยเราคาดว่า CBG จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของกำไรสุทธิ 3 ปีข้างหน้า (CAGR) ที่ 28% และประเมินกำไรสุทธิในปี'60 ที่ 1,590 ล้านบาท เติบโต 7% YoY



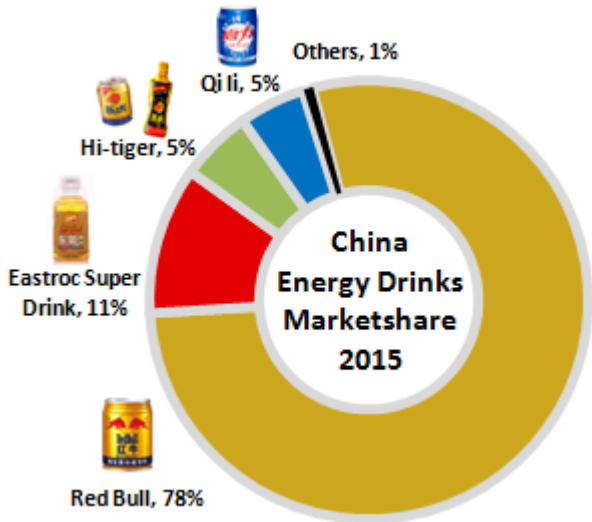
Source: CBG, AIRA Research

Key Investments

I. บุกจีนแผ่นดินใหญ่

CBG มองเห็นโอกาสในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังมูลค่ากว่า 3 แสนล้านบาท ของประเทศจีน จึงจัดตั้ง JV ร่วมกับ Partner ในจีนที่มีประสบการณ์ทางการตลาดในการขายเครื่องดื่มชูกำลังกว่า 3,000 ล้านกระป๋องต่อปี โดยมีแผนวางขายในช่วงเริ่มต้นในพื้นที่ทางตอนใต้ของจีน (Guangzhou, Guangxi, Hunan) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการบริโภคเครื่องดื่มชูกำลังถึง 60% ของประเทศ รวมถึงวางกลยุทธ์ในการใช้กีฬาฟุตบอลซึ่ง CBG ให้การสนับสนุนสโมสร

รายงานฉบับนี้จัดทำในนามของบริษัทหลักทรัพย์ ไอรา จำกัด (มหาชน) (“ไอรา”) เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าของไอราเท่านั้น มิได้เป็นการชี้นำหรือเสนอแนะหรือเชิญชวน เพื่อการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ผู้อ่านควรตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์โดยใช้วิจารณญาณของตนเอง ไอรา รวมถึงพนักงานของบริษัท ปราศจากความรับผิดชอบในความเสียหายอันเกิดจากการใช้ข้อมูลในรายงานนี้ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งหมด หรือบางส่วน และไม่ถือเป็นการรับประกันความถูกต้อง สมบูรณ์ และเชื่อถือได้ของข้อมูลในรายงานนี้ ไอรา และ/หรือ กรรมการบริษัท, พนักงาน ที่เกี่ยวข้องอาจมีความสัมพันธ์กับ หรืออาจให้บริการทางด้านวิชาชีพ และ/หรือ บริการทางการเงินอื่นๆ กับบริษัทที่กำลังกล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ ไอราขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น หรือข้อมูลโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า เอกสารฉบับนี้ใช้ภายในไอราเท่านั้น มิได้จัดทำขึ้นสำหรับการลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ แต่อย่างใด



Source: Beverage Daily, AIRA Research



Source: CBG, AIRA Research

6,300 UK's MT accounts expected in 2Q2017



Source: CBG, AIRA Research

ฟุตบอลใหญ่ในประเทศอังกฤษอย่างเชลซี (Chelsea Football Club) และการแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยรายการใหญ่ที่ถ่ายทอดสดไปทั่วโลกอย่าง EFL Cup (เปลี่ยนชื่อเป็น Carabao Cup ในปี'60) เป็นช่องทางในการทำการตลาด โดยล่าสุด CBG ได้รับยอดสั่งซื้อล่วงหน้าจนถึงเดือนมิถุนายน'60 จำนวน 65 ล้านกระป๋อง และตั้งเป้าทั้งปี'60 ที่ 200 ล้านกระป๋อง โดยแม้ราคาตัวในระยะแรก JV ในจีนจะขาดทุนจากค่าใช้จ่ายที่สูงในช่วงเริ่มต้น แต่เรามีมุมมองที่ดีต่อโอกาสเติบโตในระยะยาว เนื่องจากตลาดเครื่องดื่มชูกำลังของจีนยังอยู่ในช่วงที่มีการเติบโตในระดับสูง โดยในปี'58 มีการเติบโตทั้งด้านปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นถึง 25% และ 15% ตามลำดับ รวมถึงคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ 17% ในอีก 4 ปีข้างหน้า (Euromonitor) นอกจากนี้เรายังเชื่อว่าความรู้และประสบการณ์การขายเครื่องดื่มชูกำลังกว่า 3,000 ล้านกระป๋องต่อปีของ Partner ในจีนจะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ยอดขายของ JV ในจีนสามารถเติบโตแบบก้าวกระโดดได้ และคาดว่าจะสามารถ Breakeven ในปี'62

II. ยกพลขึ้นเกาะ (อังกฤษ)

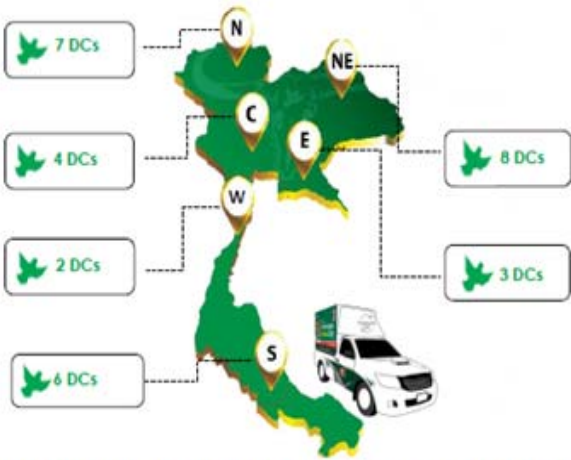
CBG ประกาศเข้าเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันฟุตบอลลีคคัพของอังกฤษผ่านบริษัทย่อย "อินเตอร์คาร์บาอ" หรือ "ICUK" ที่ CBG ถือหุ้นอยู่ 51% โดยทำสัญญาเป็นเวลา 3 ปี (2560 - 2563) มีค่าใช้จ่ายทั้งหมด 18 ล้านปอนด์ แบ่งจ่ายเป็น 5 ล้านปอนด์ 6 ล้านปอนด์ และ 7 ล้านปอนด์ตลอดอายุสัญญา และเปลี่ยนชื่อการแข่งขันจาก "EFL Cup" เป็น "Carabao Cup" ตั้งแต่ฤดูกาลหน้า (2560/2561) เป็นต้นไป ต่อเนื่องจากการเป็นผู้สนับสนุนสโมสรฟุตบอลเรดดิ้งในปี'58 และเชลซีในปี'59

แม้ปี'59 ที่ผ่านมา CBG จะมีผลการดำเนินงานขาดทุนจากบริษัทย่อย ICUK ที่ 160.5 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เรามองว่าการทำการตลาดผ่านกีฬาฟุตบอลที่เป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศอังกฤษและรายการ EFL Cup เองก็มีการถ่ายทอดสดไปทั่วโลก การเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันดังกล่าวทำให้ทั่วโลกรู้จักกับแบรนด์ "Carabao" มากขึ้น สามารถหาพันธมิตรทางการค้าได้มากขึ้น และถือเป็นการเปิดโอกาสทางการตลาดให้กับ CBG ทั้งในประเทศอังกฤษและภูมิภาคยุโรปต่อไปในอนาคต ประกอบกับการขยายช่องทางและพื้นที่ขายที่เพิ่มขึ้นมากในปี'60 นี้จะช่วยผลักดันยอดขายให้เพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด และคาดว่าจะช่วยให้ ICUK สามารถ Breakeven ได้ในปี'62 โดย CBG ตั้งเป้ายอดขายในปี'60 ที่ 30 ล้านกระป๋องและเผยว่าจะสามารถวางสินค้าขายผ่านช่องทาง Modern Trade กว่า 6,300 จุดทั่วเกาะอังกฤษได้ตั้งในช่วง 2Q60 เป็นต้นไป ซึ่งรวมถึงการขายผ่านปั้มน้ำมันที่มีสาขามากที่สุดในประเทศอังกฤษอย่าง BP ด้วย

รายงานฉบับนี้จัดทำในนามของบริษัทหลักทรัพย์ ไอรา จำกัด(มหาชน) ("ไอรา") เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าของไอราเท่านั้น มิได้เป็นการชี้แนะหรือเสนอแนะหรือเชิญชวน เพื่อการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ผู้อ่านควรตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์โดยใช้วิจารณญาณของตนเอง ไอรารวมทั้งพนักงานของบริษัท ปราศจากความรับผิดชอบในการให้ข้อมูลในรายงานนี้ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งหมด หรือบางส่วน และไม่ถือเป็นการรับประกันความถูกต้อง สมบูรณ์ และเชื่อถือได้ของข้อมูลในรายงานนี้ ไอรา และ/หรือ กรรมการบริษัท, พนักงาน ที่เกี่ยวข้องอาจมีความสัมพันธ์กับ หรืออาจให้บริการทางด้านวิชาชีพ และ/หรือ บริการทางการเงินอื่น ๆ กับบริษัทที่กล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ ไอราขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น หรือข้อมูลโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า เอกสารฉบับนี้ใช้ภายในไอราเท่านั้น มิได้จัดทำขึ้นสำหรับการลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ แต่อย่างใด

III. ช่วงชิงส่วนแบ่งในประเทศ

ยอดขายในประเทศของ CBG เติบโตถึง 20.6% ในปี'59 ที่ผ่านมา โดยปัจจัยสำคัญที่ผลักดันยอดขายในประเทศให้เติบโตอย่างมาก คือ กลยุทธ์ Cash Vans ของบริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญกับการกระจายสินค้าผ่านศูนย์กระจายสินค้า 30 ศูนย์และรถยนต์กระจายสินค้า 337 คัน ซึ่งครอบคลุมร้านค้า Traditional Trade กว่า 320,000 ร้านค้าทั่วประเทศทุกภูมิภาคของไทย โดยนอกจากสินค้าแบรนด์ของบริษัทเอง CBG ยังบริหารจัดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่นของบุคคลภายนอก เช่น ขนมขบเคี้ยว น้ำยาล้างจาน บุหรี่ รวมถึงสินค้าอื่นๆที่บริษัทพิจารณาว่าเป็นสินค้าที่ขายได้ดี และในปี'60 นี้ CBG ยังคงตั้งเป้าหมายยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการขายผ่านช่องทางจัดจำหน่าย Cash Vans ที่ตั้งเป้าหมายยอดขายที่ 30,000 บาท/1 รถยนต์กระจายสินค้า/ วัน จากยอดเดิมในปี'59 ที่ 17,800 บาท/ 1 รถยนต์กระจายสินค้า/ วัน และเน้นการจัดจำหน่ายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่นับว่าเป็นภูมิภาคที่มีปริมาณการบริโภคอันดับต้นๆของไทย หลังจากสามารถชิง Market share จนสามารถขึ้นเป็นอันดับ 1 ได้ในภาคกลางซึ่งมีปริมาณการบริโภคสูงที่สุด ในขณะที่ตลาดเครื่องดื่มชูกำลังของไทยหดตัว 1% ในปี'59 ที่ผ่านมา

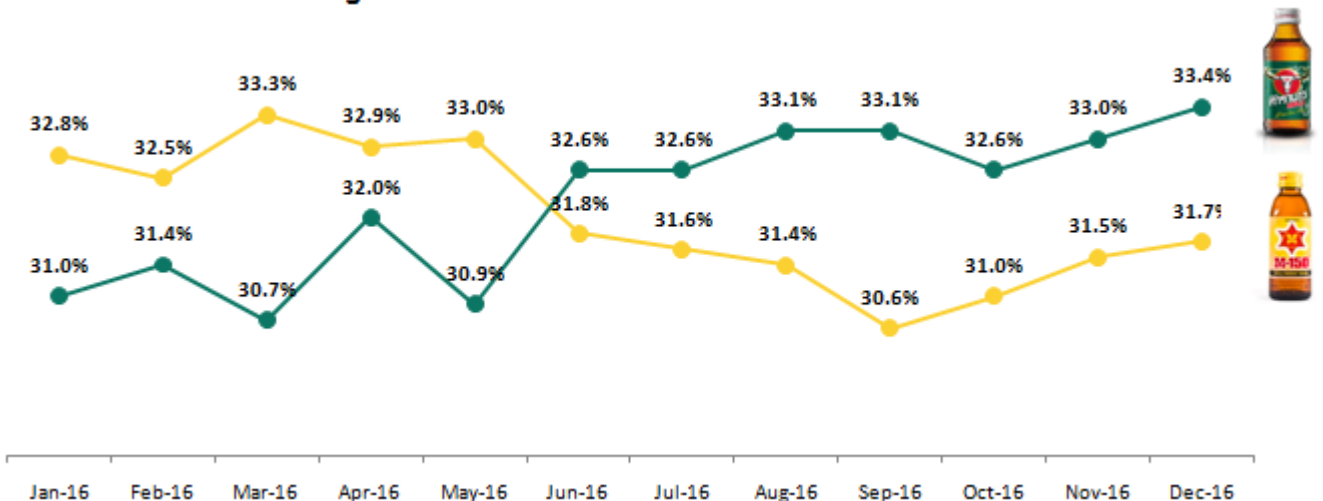


30 DCs with 337 Vans, covering approx. 320,000 retailers nationwide with average sale amounted to THB 17,800 per van per day in 2016

Source: CBG, AIRA Research

เราประเมินว่ายอดขายในประเทศของ CBG ในปี'60 จะเติบโตประมาณ 12% จากปัจจัยสำคัญ คือ กลยุทธ์ Cash Vans ที่เรามองว่าจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในอนาคตที่สามารถกระจายสินค้าเข้าถึงร้านค้า Traditional Trade ในทุกๆพื้นที่ในประเทศ และยังคงมีพื้นที่ให้กับการบริหารจัดการจำหน่ายสินค้าจากบุคคลภายนอกอีกจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม เราคาดว่ากำไรจัดจำหน่ายสินค้าจากบุคคลภายนอกในจำนวนที่มากขึ้นจะส่งผลให้ Gross Profit Margin ของ CBG ต่ำลง เนื่องจากการบริหารจัดการจำหน่ายสินค้าจากบุคคลภายนอกของ CBG นั้นมี Margin ที่ต่ำกว่าการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทเอง

Thailand's central region market share



Source: CBG, AIRA Research

รายงานฉบับนี้จัดทำในนามของบริษัทหลักทรัพย์ ไอรา จำกัด(มหาชน) (“ไอรา”) เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าของไอราเท่านั้น มิได้เป็นการชี้นำหรือเสนอแนะหรือเชิญชวน เพื่อการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ผู้อ่านควรตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์โดยใช้วิจารณญาณของตนเอง ไอรารวมทั้งพนักงานของบริษัท ปราศจากความรับผิดชอบในความเสี่ยงอันเกิดจากการใช้ข้อมูลในรายงานนี้ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งหมด หรือบางส่วน และไม่ถือเป็นการรับประกันความถูกต้อง สมบูรณ์ และเชื่อถือได้ของข้อมูลในรายงานนี้ ไอรา และ/หรือ กรรมการบริษัท, พนักงาน ที่เกี่ยวข้องอาจมีความสัมพันธ์กับ หรืออาจให้บริการทางด้านวิชาชีพ และ/หรือ บริการทางการเงินอื่นๆ กับบริษัทที่กล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ ไอราขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น หรือข้อมูลโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า เอกสารฉบับนี้ใช้ภายในไอราเท่านั้น มิได้จัดทำขึ้นสำหรับการลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ แต่อย่างใด

Financial Performance

- ผลการดำเนินงาน..... CBG รายงานผลการดำเนินงานปี'59 มีรายได้รวม 9,965 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.5% YoY และมีกำไรสุทธิ 1,490 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.7% YoY โดยรายได้ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลจากรายได้จากการขายในประเทศที่เพิ่มขึ้น 20.6% จากกลยุทธ์ Cash Vans ที่ให้ความสำคัญต่อการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึง และรายได้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 47.7% จากการเติบโตของทุกๆประเทศ โดยเฉพาะประเทศกัมพูชาที่เติบโตกว่า 34% นอกจากนี้ Net Profit Margin ของ CBG ลดลงจาก 16.2% ในปี'58 เป็น 14.9% ในปี'59 เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายและโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าและรองรับการขยายธุรกิจของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้น
- เพิ่มกำลังการผลิตในปี'60.... ในปี'59 ที่ผ่านมาก BG เผชิญกับสภาวะกำลังการผลิตของโรงบรรจุกระป๋องไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการของการขายในต่างประเทศ ส่งผลให้มีการว่าจ้างผู้ผลิตอื่นให้ดำเนินการผลิต (OEM) ในบางส่วนตั้งแต่เดือนมีนาคม อย่างไรก็ตาม CBG ได้ดำเนินการลงทุนติดตั้งสายการผลิตโรงงานบรรจุกระป๋องเพิ่มเติม ซึ่งจะช่วยให้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ 1.2 ล้านกระป๋องต่อวัน เป็น 3 ล้านกระป๋องต่อวัน ในเดือนพฤษภาคม'60 และเพิ่มขึ้นเป็น 4 ล้านกระป๋องต่อวันในช่วงปลายปี'60 ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหา กำลังการผลิตไม่เพียงพอของ CBG ได้ รวมถึงได้วางแผนระยะยาว ในการร่วมกับ Showa Denko Group บริษัทอะลูมิเนียม 1 ใน Top 5 ของโลก จัดตั้ง JV เพื่อผลิตกระป๋องให้กับบริษัทฯ โดยคาดว่าจะสามารถเปิดใช้โรงงานที่ตั้งขึ้นในไทยได้ในปี'62

Income statement (Bt mn)						change (%)		change (%)		
	4Q15	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16	QoQ	YoY	2015	2016	YoY
Sales	2076	2102	2316	2689	2859	6.3%	37.7%	7753	9965	28.5%
Cost of Sales	1312	1318	1454	1727	1889	9.4%	44.0%	4893	6388	30.6%
Gross Profit	764	784	862	962	969	0.8%	26.9%	2860	3577	25.1%
SG&A	428	373	435	494	692	40.0%	61.6%	1480	1995	34.8%
Net Profit	288	376	393	439	282	-35.9%	-2.3%	1256	1490	18.7%
Gross Profit Margin	36.8%	37.3%	37.2%	35.8%	33.9%			36.9%	35.9%	
Net Profit Margin	13.9%	17.9%	17.0%	16.3%	9.8%			16.2%	14.9%	

Source: CBG, AIRA Research



Source: CBG, AIRA Research

Valuation

เริ่มต้นด้วยคำแนะนำ "ซื้อ" ราคาเหมาะสมปี'60 ที่ 78.25 บาท.....ภายใต้ประเด็นความน่าสนใจ (1) การรุกตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีนที่มี Partner ที่ผ่านประสบการณ์การขายเครื่องดื่มชูกำลังกว่า 3,000 ล้านกระป๋องต่อปีมาแล้ว และประเทศอังกฤษที่เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเป็น 6,300 จุดทั่วประเทศ และ (2) ยอดขายในประเทศยังคงเติบโต โดยอาศัยโมเดล Cash Vans ที่สามารถเข้าถึงกว่า 3 แสนร้านค้าปลีกทั่วประเทศ คาดการณ์ CBG มีกำไรสุทธิในปี'60 ที่ 1,590 ล้านบาท หรือคิดเป็นกำไรต่อหุ้นที่ 1.59 บาท เติบโต 7% โดยสามารถเติบโตในระดับที่สูงในระยะยาว มีอัตราการเติบโตของกำไรสุทธิเฉลี่ยอีก 3 ปีข้างหน้า 28% และมี ROE เฉลี่ยในอีก 3 ปีข้างหน้า 26% โดยประเมินราคาเหมาะสมปี'60 ที่ 78.25 บาทต่อหุ้น ด้วยวิธี DCF (WACC 8.9%, Terminal growth 3%) ณ ระดับราคาปัจจุบันมี Upside ประมาณ 19% แนะนำ "ซื้อ"

รายงานฉบับนี้จัดทำในนามของบริษัทหลักทรัพย์ ไอรา จำกัด (มหาชน) ("ไอรา") เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าของไอราเท่านั้น มิได้เป็นการชี้นำหรือเสนอแนะหรือเชิญชวน เพื่อการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ผู้อ่านควรตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์โดยใช้วิจารณญาณของตนเอง ไอรา รวมทั้งพนักงานของบริษัท ปราศจากความรับผิดชอบในความเสียหายอันเกิดจากการใช้ข้อมูลในรายงานนี้ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งหมด หรือบางส่วน และไม่ถือเป็นการรับประกันความถูกต้อง สมบูรณ์ และเชื่อถือได้ของข้อมูลในรายงานนี้ ไอรา และ/หรือ กรรมการบริษัท, พนักงาน ที่เกี่ยวข้องอาจมีความสัมพันธ์กับ หรืออาจให้บริการทางด้านวิชาชีพ และ/หรือ บริการทางการเงินอื่นๆ กับบริษัทที่กำลังกล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ ไอราขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น หรือข้อมูลโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า เอกสารฉบับนี้ใช้ภายในไอราเท่านั้น มิได้จัดทำขึ้นสำหรับการลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ แต่อย่างใด

Company Profile

บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ CBG ประกอบธุรกิจผลิต ทำการตลาด จำหน่าย และบริหารจัดการการจัดจำหน่ายเครื่องดื่ม บำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ อย่างครบวงจร โดยผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มบริษัทฯ ได้แก่

- 1) เครื่องดื่มบำรุงกำลัง ภายใต้เครื่องหมายการค้า “คาราบาวแดง” ได้มีการผลิตใน 2 รูปแบบ คือ แบบขวด สำหรับจัดจำหน่ายภายในประเทศ โดยมีกำลังการผลิตสูงสุดที่ 1,080 ล้านขวดต่อปี และแบบกระป๋อง สำหรับจัดจำหน่ายในต่างประเทศ โดยมีกำลังการผลิตสูงสุดที่ 350 ล้านกระป๋องต่อปี
- 2) เครื่องดื่มเกลือแร่ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “สตาร์ท พลัส” โดยวางขายในประเทศเกือบทั้งหมด และมีกำลังการผลิตสูงสุดที่ 120 ล้านขวดต่อปี
- 3) ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น น้ำดื่ม “คาราบาว” กาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม และกาแฟซอง 3-in-1 โดยบริษัทฯ อาศัยการจ้างบุคคลภายนอกในการผลิตสินค้าดังกล่าว (OEM)



Products	Carabao Energy Drink (Original)	Carabao Energy Drink (Original Export)	Carabao Carbonated	Carabao Ginseng Edition	Carabao Cabonated (Original)	Carabao Cabonated (Sugar Free)	Carabao Cabonated (Green Apple)
Descriptions	- 150 ml - amber glass bottle - Flat taste - Caffeinate d + B12	- 250 ml - aluminum can - Flat taste - Caffeinated + B12	- 325 ml - aluminum can - Carbonated - Caffeinated + Multivitamins	- 325 ml - aluminum can - Carbonated - Caffeinated + Multivitamins - Ginseng Extract	- 325 ml - aluminum can - Carbonated - Caffeinated + Multivitamins - Less sugar (1:4)	- 325 ml - aluminum can - Carbonated - Caffeinated + Multivitamins - Sugar Free	- 325 ml - aluminum can - Carbonated - Caffeinated + Multivitamins - Green Apple Flavour
Markets	Domestic (mainly)	Export Only	Export in Asia	First market: Afghanistan	First market: UK	First market: UK	First market: UK
Launch Date	October 2001	2004	May 2015	February 2016	April 2016	August 2016	October 2016
Retail Selling Price	10 THB	Differ in various countries	2,000 Riel (17 Baht)	Differ in various countries	1.19 GBP	1.19 GBP	1.19 GBP



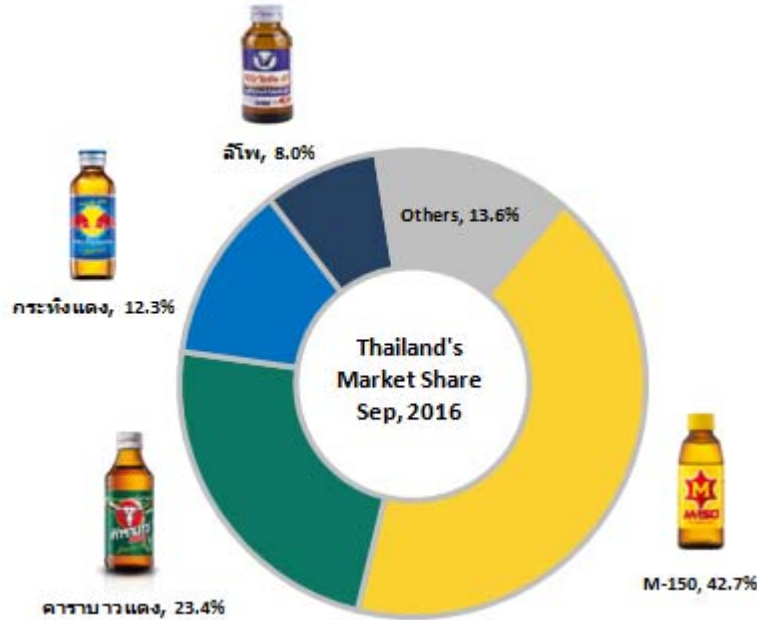
Products	Start Plus	Carabao Drinking Water	Carabao Coffee (Rich Aroma)	Carabao Coffee (Espresso)	Carabao Coffee (Robusta)	Carabao Coffee (Espresso)
Descriptions	- 250 ml - glass bottle - Flat taste - Electrolyte & Vitamins - No caffeine	- 600 ml & 1200 ml - Outsource production - Distribution via Cash vans	- 30 small sticks in 1 pack - Outsource production - Distribution via Cash vans and Tesco	- 30 small sticks in 1 pack - Outsource production - Distribution via Cash vans and Tesco	- 180 ml can - Outsource production - Distribution via Cash vans, Big C and 7-eleven	- 180 ml can - Outsource production - Distribution via Cash vans, Big C and 7-eleven
Markets	Domestic Market					
Launch Date	May 2014	February 2016	July 2016		November 2016	
Retail Selling Price	10 THB	7 & 12 THB	85 THB		10 THB	

Source: CBG, AIRA Research

รายงานฉบับนี้จัดทำในนามของบริษัทหลักทรัพย์ ไอรา จำกัด (มหาชน) (“ไอรา”) เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าของไอราเท่านั้น มิได้เป็นการแนะนำหรือเสนอแนะหรือเชิญชวน เพื่อการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ผู้อ่านควรตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์โดยใช้วิจารณญาณของตนเอง ไอรา รวมทั้งพนักงานของบริษัท ปราศจากความรับผิดชอบในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลในรายงานนี้ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งหมด หรือบางส่วน และไม่ถือเป็นการรับประกันความถูกต้อง สมบูรณ์ และเชื่อถือได้ของข้อมูลในรายงานนี้ ไอรา และ/หรือ กรรมการบริษัท, พนักงาน ที่เกี่ยวข้องอาจมีความสัมพันธ์กับ หรืออาจให้บริการทางด้านวิชาชีพ และ/หรือ บริการทางการเงินอื่นๆ กับบริษัทที่กล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ ไอราขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น หรือข้อมูลโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า เอกสารฉบับนี้ใช้ภายในไอราเท่านั้น มิได้จัดทำขึ้นสำหรับการลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ แต่อย่างใด

ภาพรวมของตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทย

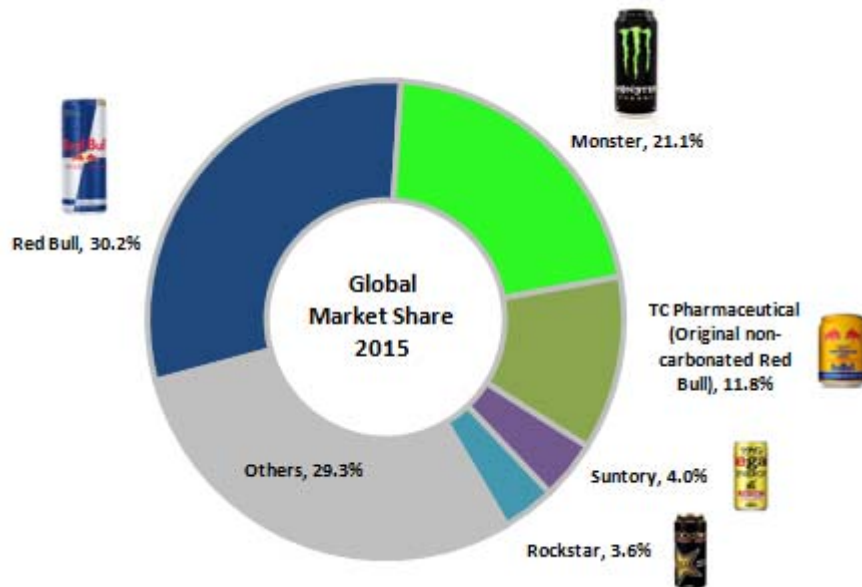
ในปี'59 ที่ผ่านมานับเป็นครั้งแรกในรอบหลายปีที่ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังหดตัว (-1%, CBG) เนื่องจากผลกระทบจากปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจที่จุดกำลังซื้อของผู้บริโภค โดยมูลค่าตลาดรวมของเครื่องดื่มบำรุงกำลังในปี'59 ลดลงจาก 30,300 ล้านบาทในปี'58 เป็น 30,000 ล้านบาทในปี'59 ในขณะที่ปี'56 ถึงปี'58 ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังมีการเติบโตเฉลี่ยต่อปี 2.6% (Nielsen) ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าเครื่องดื่มกลุ่มอื่น อย่าง Soft drink หรือแม้กระทั่งน้ำดื่มที่มีการเติบโตถึง 6.2% และ 9.5% ตามลำดับ



Source: CBG, AIRA Research

ภาพรวมของตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังโลก

ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังโลกในปี'58 มีมูลค่า 38.8 พันล้านยูโร (ประมาณ 1.4 ล้านล้านบาท) และคาดว่าจะมีการเติบโตเฉลี่ยต่อปีประมาณ 6.5% ไปจนถึงปี'63 (Euromonitor) โดย 5 อันดับภูมิภาคที่มีมูลค่าสูงสุดได้แก่ 1) สหรัฐ (12.4 พันล้านยูโร) 2) เอเชีย-แปซิฟิก (10.1 พันล้านยูโร) 3) ละตินอเมริกา (3.8 พันล้านยูโร) 4) ตะวันออกกลางและแอฟริกา (1.8 พันล้านยูโร) และ 5) ยุโรป (1.5 พันล้านยูโร)



Source: CBG, AIRA Research

รายงานฉบับนี้จัดทำในนามของบริษัทหลักทรัพย์ ไอรา จำกัด(มหาชน) (“ไอรา”) เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าของไอราเท่านั้น มิได้เป็นการชี้นำหรือเสนอแนะหรือเชิญชวน เพื่อการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ผู้อ่านควรตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์โดยใช้วิจารณญาณของตนเอง ไอรารวมทั้งพนักงานของบริษัท ปราศจากความรับผิดชอบในความเสียหายอันเกิดจากการใช้ข้อมูลในรายงานนี้ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งหมด หรือบางส่วน และไม่ถือเป็นการรับประกันความถูกต้อง สมบูรณ์ และเชื่อถือได้ของข้อมูลในรายงานนี้ ไอรา และ/หรือ กรรมการบริษัท, พนักงาน ที่เกี่ยวข้องอาจมีความสัมพันธ์กับ หรืออาจให้บริการทางด้านวิชาชีพ และ/หรือ บริการทางการเงินอื่นๆ กับบริษัทที่กำลังกล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ ไอราขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น หรือข้อมูลโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า เอกสารฉบับนี้ใช้ภายในไอราเท่านั้น มิได้จัดทำขึ้นสำหรับการลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ แต่อย่างใด

Financial Highlight

Income Statement (mb.)	FY15	FY16	FY17F	FY18F	FY19F
Total Revenue	7,753	9,965	12,804	15,793	20,797
Cost of Sale	4,893	6,388	8,181	10,028	12,995
Gross Profit	2,860	3,577	4,624	5,765	7,801
SG&A	1,480	1,995	2,638	3,253	4,159
Interest Expense	2	4	180	150	120
Net Profit	1,256	1,490	1,590	2,025	3,095
Key Financial Ratio	FY15	FY16	FY17F	FY18F	FY19F
Gross Profit Margin (%)	37%	36%	36%	37%	38%
EBITDA Margin (%)	22%	19%	20%	20%	21%
Interest Coverage Ratio (x)	894.4	458.5	12.2	18.3	33.0
Net profit Margin (%)	16%	14%	12%	13%	15%
Debt to Equity (x)	0.16	0.38	0.65	0.60	0.56
ROE (%)	20%	21%	21%	25%	33%
ROA (%)	17%	15%	13%	15%	21%
Balance Sheet	FY15	FY16	FY17F	FY18F	FY19F
Cash & Equivalent	1,851	1,349	1,442	1,863	1,324
A/R	425	562	842	889	1,390
Inventory	249	434	508	591	833
PP&E	4,667	6,627	8,160	8,278	9,236
Total Assets	7,361	9,778	12,492	13,206	14,442
Short-term Loans	802	1,302	1,432	1,870	2,409
Long-term Loans	-	750	1,250	1,250	1,250
A/P	-	250	1,750	1,250	750
Total Liabilities	1,028	2,679	4,915	4,961	5,176
Paid-up Capital	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Premium	3,963	3,963	3,963	3,963	3,963
Retain-Earnings	938	1,478	1,955	2,623	3,644
Total Equity	6,333	7,100	7,577	8,245	9,266
Growth (%)	FY15	FY16	FY17F	FY18F	FY19F
Sale	4%	29%	28%	23%	32%
Gross Profit	14%	25%	29%	25%	35%
EBITDA	11%	12%	37%	23%	39%
Net Profit	37%	19%	7%	27%	53%
Per Share (Bt)	FY15	FY16	FY17F	FY18F	FY19F
EPS	1.26	1.49	1.59	2.02	3.09
BV	6.33	7.10	7.58	8.24	9.27
Dividend	0.89	1.00	1.11	1.36	2.07

ที่มา : CBG, AIRA Research

รายงานฉบับนี้จัดทำในนามของบริษัทหลักทรัพย์ ไอรา จำกัด(มหาชน) (“ไอรา”) เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าของไอราเท่านั้น มิได้เป็นการชี้นำหรือเสนอแนะหรือเชิญชวน เพื่อการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ผู้อ่านควรตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์โดยใช้วิจารณญาณของตนเอง ไอรารวมทั้งพนักงานของบริษัท ปราศจากความรับผิดชอบในความเสียหายอันเกิดจากการใช้ข้อมูลในรายงานนี้ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งหมด หรือบางส่วน และไม่ถือเป็นการรับประกันความถูกต้อง สมบูรณ์ และเชื่อถือได้ของข้อมูลในรายงานนี้ ไอรา และ/หรือ กรรมการบริษัท, พนักงาน ที่เกี่ยวข้องอาจมีความสัมพันธ์กับ หรืออาจให้บริการทางด้านวิชาชีพ และ/หรือ บริการทางการเงินอื่นๆ กับบริษัทที่กล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ ไอราขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น หรือข้อมูลโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า เอกสารฉบับนี้ใช้ภายในไอราเท่านั้น มิได้จัดทำขึ้นสำหรับการลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ แต่อย่างใด

Corporate Governance Rating (CG Score)







AMATA, AOT, BAFS, BAY, BCP, BIGC, BTS, BWG, CK, CPF, CPN, CSL, DELTA, DEMCO, DRT, DTAC, DTC, EASTW, EGCO, GFPT, GPSC, GRAMMY, HANA, HMPRO, INTUCH, IRPC, IVL, KBANK, KCE, KKP, KTB, KTC, LHBANK, LPN, MBK, MCOT, MINT, MONO, NKI, NYT, OTO, PHOL, PPS, PSL, PTT, PTTEP, PTTGC, QH, QTC, RATCH, SAMART, SAMTEL, SAT, SC, SCB, SCC, SCCC, SE-ED, SIM, SITHAI, SNC, SPALI, SSSC, STEC, SVI, TCAP, THCOM, TISCO, TKT, TMB, TNDT, TOP, TSC, TTCL, TU, UV, VGI, WACOAL, WAVE



2S, AAV, ACAP, ADVANC, AGE, AH, AHC, AKP, ALUCON, AMANAH, ANAN, AP, APCO, APCS, ARIP, ASIA, ASIMAR, ASK, ASP, AUCTION, AYUD, BANPU, BBL, BDMS, BEM, BFIT, BLA, BOL, BROOK, CEN, CENTEL, CFRESH, CGH, CHG, CHO, CHOW, CI, CIMBT, CKP, CM, CNS, CNT, COL, CPI, DCC, EA, ECF, EE, ERW, FORTH, FPI, GBX, GC, GCAP, GL, GLOBAL, GLOW, GUNKUL, HOTPOT, HYDRO, ICC, ICHI, IFEC, INET, IRC, JSP, K, KSL, KTIS, L&E, LANNA, LH, LHK, LOXLEY, LRH, LST, M, MACO, MALEE, MBKET, MC, MEGA, MFC, MOONG, MSC, MTI, MTLN, NCH, NOBLE, NSI, NTV, OCC, OGC, OISHI, ORI, PACE, PAP, PB, PCSGH, PDI, PE, PG, PJW, PLANB, PM, PPP, PR, PRANDA, PREB, PRG, PRINC, PT, PTG, PYLON, Q-CON, RICHY, ROBINS, RS, RWI, S, S&J, SABINA, SALEE, SAMCO, SCG, SEAFCO, SFP, SIAM, SINGER, SIS, SMK, SMPC, SMT, SNP, SPI, SPPT, SPRC, SR, SSF, SST, STA, SUSCO, SUTHA, SWC, SYMC, SYNEX, SYNTEC, TAE, TAKUNI, TASCOS, TBSP, TCC, TF, TFI, TGCI, THAI, THANA, THANI, THIP, THRE, THREL, TICON, TIPCO, TK, TKS, TMC, TMI, TMILL, TMT, TNITY, TNL, TOG, TPCORP, TRC, TRU, TRUE, TSE, TSR, TSTE, TSTH, TTA, TTW, TVD, TVO, TWPC, UAC, UP, UPF, VIH, VNT, WINNER, YUASA, ZMICO



AEC, AEONTS, AF, AIRA, AIT, AJ, AKR, AMARIN, AMATAV, AMC, APURE, AQUA, ARROW, AS, BA, BEAUTY, BEC, BH, BIG, BJC, BJCHI, BKD, BR, BROCK, BRR, BTNC, CBG, CGD, CHARAN, CITY, CMR, COLOR, COM7, CPL, CSC, CSP, CSR, CSS, CTW, DCON, DIMET, DNA, EARTH, EASON, ECL, EFORL, EPCO, EPG, ESSO, FE, FER, FOCUS, FSMART, FSS, FVC, GEL, GIFT, GLAND, GOLD, GSTEL, GYT, HPT, HTC, HTECH, IFS, IHL, ILINK, INSURE, IRCP, IT, ITD, J, JMART, JMT, JUBILEE, JWD, KASET, KBS, KCAR, KGI, KKC, KOOL, KWC, KYE, LALIN, LPH, MAJOR, MAKRO, MATCH, MATI, M-CHAI, MDX, MFEC, MJD, MK, MODERN, MPG, NC, NCL, NDR, NEP, NOK, NUSA, PATO, PCA, PDG, PF, PICO, PIMO, PL, PLAT, PLE, PMTA, PPM, PRIN, PSTC, QLT, RCI, RCL, RICH, RML, RPC, SANKO, SAPPE, SAWAD, SCI, SCN, SCP, SEAOL, SENA, SIRI, SKR, SLP, SMIT, SORKON, SPA, SPC, SPCG, SPVI, SSC, STANLY, STPI, SUC, TACC, TCCC, TCMC, TEAM, TFD, TFG, TIC, TIW, TKN, TLUXE, TMD, TNP, TOPP, TPA, TPAC, TPCH, TPIPL, TPOLY, TRITN, TRT, TTI, TVI, TWP, U, UBIS, UMI, UPOIC, UT, UWC, VIBHA, VPO, VTE, WICE, WIJK, WIN, XO

Score Range	Number of Logo	Description
90 - 100		Excellent
80 - 89		Very Good
70 - 79		Good
60 - 69		Satisfactory
50 - 59		Pass

ที่มา : www.sec.or.th (ข้อมูล ณ วันที่ 01/02/60)

หมายเหตุ : ข้อมูล CG Score ประจำปี 2559 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

รายงานฉบับนี้จัดทำในนามของบริษัทหลักทรัพย์ ไอรา จำกัด (มหาชน) (“ไอรา”) เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าของไอราเท่านั้น มิได้เป็นการชี้นำหรือเสนอแนะหรือเชิญชวน เพื่อการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ผู้อ่านควรตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์โดยใช้วิจารณญาณของตนเอง ไอรารวมทั้งพนักงานของบริษัท ปราศจากความรับผิดชอบในความเสียหายอันเกิดจากการใช้ข้อมูลในรายงานนี้ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งหมด หรือบางส่วน และไม่ถือเป็นการรับประกันความถูกต้อง สมบูรณ์ และเชื่อถือได้ของข้อมูลในรายงานนี้ ไอรา และ/หรือ กรรมการบริษัท, พนักงาน ที่เกี่ยวข้องอาจมีความสัมพันธ์กับ หรืออาจให้บริการทางด้านวิชาชีพ และ/หรือ บริการทางการเงินอื่นๆ กับบริษัทที่กำลังกล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ ไอราขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น หรือข้อมูลโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า เอกสารฉบับนี้ใช้ภายในไอราเท่านั้น มิได้จัดทำขึ้นสำหรับการลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ แต่อย่างใด

Collective Action Coalition against corruption (CAC) หรือ โครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต**ได้รับการรับรอง CAC :**

ADVANC, AKP, AMANAH, ASP, AYUD, BAFS, BANPU, BAY, BBL, BCP, BKI, BLA, BTS, BWG, CENTEL, CFRESH, CIMBT, CNS, CPI, CPN, CSL, DCC, DEMCO, DIMET, DRT, DTAC, DTC, EASTW, ECL, EGCO, ERW, FE, FSS, GBX, GCAP, GLOW, HANA, HTC, ICC, IFEC, INTUCH, IRPC, IVL, KABNK, KCE, KGI, KKP, KTB, KTC, LANNA, LHBANK, LHK, MBK, MBKET, MFC, MINT, MONO, MOONG, MSC, MTI, NKI, NSI, OCEAN, PB, PE, PG, PHOL, PM, PPP, PPS, PR, PSL, PT, PTG, PTT, PTTEP, PTTGC, Q-CON, QLT, RATCH, S & J, SABINA, SAT, SCB, SCC, SCG, SINGER, SIS, SMPC, SNC, SNP, SPC, SPC, SPI, SSF, SSI, SSSC, SVI, TCAP, TCMC, TF, TGCI, THAINI, THCOM, THRE, THREL, TIPCO, TISCO, TMB, TMD, TNITY, TNL, TOG, TOP, TPCORP, TSC, TSTH, TTCL, TVI, WACOAL

ได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วม CAC :

2S, A, ABC, ABICO, ACAP, AEC, AF, AGE, AH, AI, AIE, AIRA, ALUCON, AMARIN, AMATA, ANAN, AOT, AP, APCO, APCS, APURE, AQUA, AS, ASIA, ASIAN, ASIMAR, ASK, BCH, BEAUTY, BFIT, BH, BIGC, BH, BIGC, BJCHI, BLAND, BROCK, BROOK, BRR, BSBM, BTNC, CEN, CGH, CHARAN, CHO, CHOTI, CHOW, CI, CM, COL, CPALL, CPF, CPL, CSC, CSR, CSS, DELTA, DNA, EA, ECF, EE, EFORL, EPCO, ESTAR, EVER, FC, FER, FNS, FPI, FSMART, FVC, GC, GEL, GFPT, GIFT, GLOBAL, GPSC, GREEN, GUNKUL, HMPRO, HOTPOT, ICHI, IEC, IFS, ILINK, INET, INOX, INSURE, IRC, J, JAS, JMART, JMT, JTS, JUBILE, JUTHA, K, KASET, KBS, KC, KCAR, KSL, KTECH, KYE, L & E, LALIN, LPN, LRH, LTX, LVT, M, MAKRO, MALEE, MBAX, MC, MCOT, MEGA, MFEC, MIDA, MILL, MJD, MK, ML, MPG, MTLN, NBC, NCH, NCL, NDR, NINE, NMG, NNCL, NPP, NTV, NUSA, OCC, OGC, PACE, PAF, PCA, PCSGH, PDG, PDI, PIMO, PK, PLANB, PLAT, PRANDA, PREB, PRG, PRINC, PSTC, PYLON, QH, RML, ROBINS, ROCK, ROH, ROJNA, RP, RWI, SAMCO, SANKO, SAUCE, SC, SCCC, SCN, SEAOL, SE-ED, SENA, SGP, SITHAI, SKR, SMIT, SMK, SORKON, SPACK, SPALI, SPCG, SPPT, SPRC, SR, SRICHA, STA, STANLY, SUPER, SUSCO, SYMC, SYNEX, SYNTEC, TAE, TAKUNI, TASCO, TBSP, TEAM, TFG, TFI, THAI, TIC, TICON, TIP, TKT, TLUXE, TMC, TMI, TMILL, TMT, TPA, TPP, TRT, TRU, TRUE, TSE, TSI, TSTE, TTW, TU, TVD, TVO, TVT, TWPC, U, UBIS, UKEM, UNIQ, UOBKH, UREKA, UWC, VGI, VIBHA, VNG, VNT, WAVE, WHA, WICE, WIIK, WIN, XO, ZMICO

ที่มา : www.sec.or.th (ข้อมูล ณ วันที่ 27/01/60)

หมายเหตุ : ข้อมูลบริษัทที่เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thai CAC) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

รายงานฉบับนี้จัดทำในนามของบริษัทหลักทรัพย์ ไอรา จำกัด (มหาชน) (“ไอรา”) เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าของไอราเท่านั้น มิได้เป็นการชี้นำหรือเสนอแนะหรือเชิญชวน เพื่อการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ผู้อ่านควรตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์โดยใช้วิจารณญาณของตนเอง ไอรา รวมทั้งพนักงานของบริษัท ปราศจากความรับผิดชอบในความเสียหายอันเกิดจากการใช้ข้อมูลในรายงานนี้ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งหมด หรือบางส่วน และไม่ถือเป็นการรับประกันความถูกต้อง สมบูรณ์ และเชื่อถือได้ของข้อมูลในรายงานนี้ ไอรา และ/หรือ กรรมการบริษัท, พนักงาน ที่เกี่ยวข้องอาจมีความสัมพันธ์กับ หรืออาจให้บริการทางด้านวิชาชีพอื่น และ/หรือ บริการทางการเงินอื่นๆ กับบริษัทที่กล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ ไอราขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น หรือข้อมูลโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า เอกสารฉบับนี้ใช้ภายในไอราเท่านั้น มิได้จัดทำขึ้นสำหรับการลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ แต่อย่างใด

Annual General Meeting : AGM LEVEL

บริษัทที่ได้คะแนน AGM Checklist 100 ได้แก่

ADVANC, AHC, AIRA, AJ, ALUCON, AMATA, ANAN, AQUA, ASP, AYUD, BAFS, BAY, BBL, BCH, BDMS, BIGC, BJCHI, BKI, BROOK, BRR, CFRESH, CHO, CK, CM, CSL, DCC, DELTA, DRT, EASTW, ECF, EGCO, ESSO, FORTH, GC, GFPT, GJS, GLOBAL, GOLD, GPSC, GRAMMY, GSTEL, HANA, HMPRO, HYDRO, ICC, IHL, INTUCH, IRPC, ITD, IVL, JMART, JSP, KASET, KBANK, KCE, KKP, KTB, KTIS, L&E, LANNA, LHBANK, LIT, LOXLEY, LPN, MACO, MBK, MONO, MPIC, NBC, NCH, NTV, NYT, OCC, OCEAN, OGC, PACE, PAP, PATO, PB, PE, PG, PHOL, PJW, PLANB, PLAT, PM, PPP, PPS, PR, PRANDA, PRINC, PT, PTG, PTT, PTTGC, QH, QLC, RATCH, RCI, RCL, RML, ROBINS, RPC, RS, SABINA, SAT, SC, SCC, SCG, SCP, SEAOL, SENA, SF, SFP, SIAM, SIRI, SIS, SITHAI, SNC, SPALI, SPC, SPI, SPPT, SSSC, SST, STEC, SUSCO, SUTHA, SYMC, TAE, TAKUNI, TBSP, TCAP, TFD, THANI, THCOM, THREL, TIP, TISCO, TK, TKT, TMD, TMI, TMT, TNITY, TNL, TOP, TPCORP, TSR, TTCL, TTW, TVD, TWP, UMI, UV, WAVE, YUASA


บริษัทที่ได้คะแนน AGM Checklist 90 - 99 ได้แก่

2S, AAV, ABC, AEC, AF, AGE, AH, AI, AIE, AKP, AMANAH, AMARIN, AP, APCO, APCS, APURE, ARIP, ARROW, AS ASIA, ASIMAR, ASK, AUCTION, BA, BANPU, BCP, BEC, BFIT, BGT, BH, BJC, BJCHI, BLA, BOL, BTNC, BWG, CBG, CENTEL, CHG, CHOW, CIG, CIMBT, CKP, CNT, COL, COM7, CPF, CPL, CPN, CRANE, CSC, CSP, DCON, DTAC, DTC, EA, EARTH, EASON, ECL, EE, ERW, FE, FER, FNS, FOCUS, FPI, FSMART, FSS, FVC, GBX, GCAP, GEL, GENCO, GL, GLOW, GYT, HARN, HOTPOT, HTC, HTECH, ICHI, IEC, IFEC, IFS, ILINK, INET, INSURE, IRCP, IT, JMT, JUBILE, JUTHA, K, KBS, KCAR, KKC, KTC, KWC, LEE, LH, LPN, LRH, LST, M, MAJOR, MAKRO, MALEE, MATCH, MBKET, MC, M-CHAI, MCOT, MCS, MEGA, MFEC, MINT, MK, MODERN, MPG, MTI, NC, NINE, NKI, NOBLE, NOK, NPP, NSI, NWR, OISHI, OTO, PAF, PCA, PCSGH, PDG, PDI, PERM, PF, PK, PL, PLE, PMTA, POST, PPM, PRAKIT, PREB, PRG, PRIN, PSL, PTTEP, PYLON, Q-CON, RICH, RICHY, RP, RWI, S, S & J, S11, SALEE, SAMART, SAMCO, SAMTEL, SAPPE, SAUCE, SAWAD, SCB, SCCC, SCN, SEAFCO, SE-ED, SGF, SIM, SINGER, SKR, SLP, SMIT, SMK, SMM, SMPC, SNP, SOLAR, SPA, SPCG, SPVI, SR, SSF, STA, STPI, SUC, SVI, SVOA, SWC, SYNEX, SYNTEC, TACC, TASCOS, TCC, TEAM, TF, TFI, TGCI, THAI, THANA, THE, THIP, THRE, TIC, TICON, TIPCO, TKN, TKS, TLUXE, TMB, TMC, TMILL, TNDT, TNP, TOG, TOPP, TPA, TPP, TRC, TRT, TRU, TRUE, TSE, TSTE, TTA, TTI, TU, TVI, TVT, TWPC, TYCN, UAC, UBIS, UOBKH, UP, UPF, UPOIC, UT, VARO, VIH, VNT, VTE, WACOAL, WICE, WIJK, WIN, WINNER, WORK, XO, ZMICO


บริษัทที่ได้คะแนน AGM Checklist 80 – 89 ได้แก่

A, ABICO, ACAP, AIT, AJD, AKR, AMATAV, ASEFA, ATP30, BAT-3K, BEM, BKD, BR, BROCK, BSBM, BUI, CEN, CGH, CHARAN, CHUO, CI, CMR, CNS, CPALL, CPI, CSR, CTW, CWT, DEMCO, DNA, DRACO, DSGT, EFORL, FANCY, GIFT, GLAND, GRAND, HPT, INOX, J, JAS, JTS, JWD, KC, KGI, KOOL, KTECH, KWG, LALIN, LDC, MATI, MBAX, MDX, MFC, MILL, MOONG, MSC, MTLN, NDR, NEWS, NMG, NNCL, NUSA, ORI, PIMO, PRECHA, RAM, ROH, ROJNA, SAFARI, SANKO, SCI, SIMAT, SMT, SORKON, SPRC, SSC, SUPER, T, TC, TCCC, TCJ, TCMC, TNPC, TPAC, TPOLY, TRITN, TRUBB, TSI, TWZ, U, UEC, UPA, UTP, UVAN, UWC, VI, VIBHA, VPO, WG, WHA

ที่มา : www.sec.or.th (ข้อมูล ณ วันที่ 01/02/60)

หมายเหตุ : ข้อมูล AGM ประจำปี 2559 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย

รายงานฉบับนี้จัดทำในนามของบริษัทหลักทรัพย์ ไอรา จำกัด (มหาชน) (“ไอรา”) เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าของไอราเท่านั้น มิได้เป็นการชี้นำหรือเสนอแนะหรือเชิญชวน เพื่อการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ผู้อ่านควรตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์โดยใช้วิจารณญาณของตนเอง ไอรารวมทั้งพนักงานของบริษัท ปราศจากความรับผิดชอบในความเสียหายอันเกิดจากการใช้ข้อมูลในรายงานนี้ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งหมด หรือบางส่วน และไม่ถือเป็นการรับประกันความถูกต้อง สมบูรณ์ และเชื่อถือได้ของข้อมูลในรายงานนี้ ไอรา และ/หรือ กรรมการบริษัท, พนักงาน ที่เกี่ยวข้องอาจมีความสัมพันธ์กับ หรืออาจให้บริการทางด้านวิชาชีพ และ/หรือ บริการทางการเงินอื่นๆ กับบริษัทที่กำลังกล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ ไอราขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น หรือข้อมูลโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า เอกสารฉบับนี้ใช้ภายในไอราเท่านั้น มิได้จัดทำขึ้นสำหรับการลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ แต่อย่างใด