



ที่ FN 019/2565

### **คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลประกอบการไตรมาส 2 ปี 2565**

บริษัท เอฟเอ็น แฟคตอรี เอ๊าท์เลท จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งในปี 2543 โดยดำเนินธุรกิจศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเอ๊าท์เลท โดยสินค้าที่วางจำหน่ายภายในเอ๊าท์เลทนั้น เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคภายใต้ตราสินค้าของบริษัทแบ่งเป็นกลุ่มสินค้า Apparel ภายใต้แบรนด์ Inco, Cheval, Sleep Mate, ETC และกลุ่มสินค้า Non-Apparel ภายใต้แบรนด์ Cherish, Prim, Rollica, Cushy เป็นต้น และตราสินค้าอื่นๆ ปัจจุบันบริษัทมีสาขาทั้งสิ้น 12 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรบุรี สาขากาญจนบุรี สาขาพัทลุง สาขาปากช่อง สาขาสิงห์บุรี สาขาหัวหิน สาขาศรีราชา สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขาฉะเชิงเทรา สาขาระยอง มีนิชข้อสำนักงานใหญ่ และสาขา Singer x FN living space ถนนคูบอน กรุงเทพมหานคร และให้บริการจำหน่ายสินค้าในช่องทางอื่น เช่น ช่องทางอีคอมเมิร์ซ ทั้งที่เป็นช่องทางของบริษัทเอง (Own Official Platforms) เช่น FN Application, Facebook: FN Outlet, Line Official: @fnoutlet และตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ (Marketplace) ต่างๆ เช่น Lazada, Shopee, JD Central และอื่นๆ

#### **สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ**

ในไตรมาสที่ 2/2565 สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยปรับตัวดีขึ้นอย่างช้าๆ เนื่องจากการผ่อนคลายการเดินทางระหว่างประเทศที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามความท้าทายจากอัตราเงินเฟ้อในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นจากราคาพลังงาน ทำให้ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของลูกค้า และทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจอื่นๆอีกมากมาย

FN มีการฟื้นตัวอย่างช้าๆในไตรมาส 2 เช่นเดียวกัน และยังคงระมัดระวังในเรื่องสินค้าคงคลัง (Inventory) อย่างต่อเนื่อง ที่จะไม่สั่งซื้อสินค้ามากเกินไป และมีความพยายามในการระบายสินค้าคงคลังที่มีอยู่ให้มากขึ้น เพื่อรักษาสภาพคล่องให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี เพื่อความพร้อมที่จะมี Demand กลับคืนมาในไตรมาสที่ 4

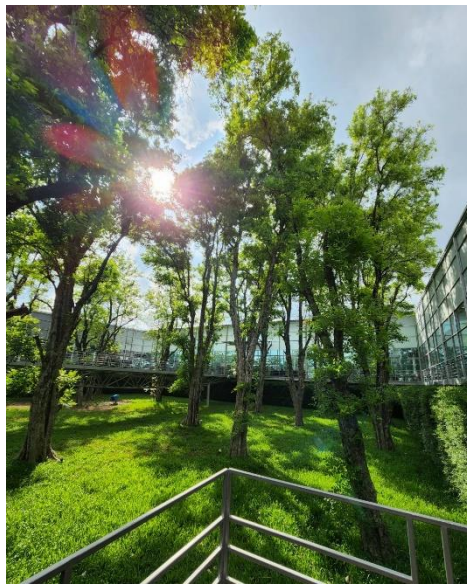
บริษัทยังคงมุ่งเน้นให้มีการขายสินค้าผ่านช่องทาง Online มากขึ้นเช่น E market place ต่างๆ รวมถึง FN Application การขายผ่านช่องทางรถคันใจ (Cash Van) เพื่อนำสินค้าไปให้ลูกค้าเลือกซื้ออย่างสะดวกสบาย และ การให้พนักงานเป็นตัวแทนขายตรง (FN Spider) และการจัดส่งที่มีการขยายตัวมากขึ้นในไตรมาส 2

อีกทั้งในไตรมาส 2 ได้มีการลงทุน ตกแต่งสาขาหลายแห่ง เพื่อเป็นการรองรับการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะกลับมาดี และเป็นการเพิ่มรายได้ให้สูงขึ้นในไตรมาสที่ 4 ของปีนี้

เราได้ปรับปรุงสาขาสิงห์บุรีให้มีรูปแบบที่ทันสมัย และทำให้บรรยากาศโปร่งโล่งสบาย ภายใต้ความสดชื่นเขียวขจี โดยสวนกลางห้างที่เพิ่มความเป็นธรรมชาติให้กับสาขามากขึ้น และมีการปรับปรุงสาขาระยอง โดยมีการร่วมมือกับคู่ค้า คือ แสงทองซูเปอร์เซ็นเตอร์ ทำการเปิดซูเปอร์มาร์เก็ต บนพื้นที่ 1,500 ตารางเมตร ภายใต้ชื่อ แสงทองไลฟ์ ทำให้สาขาระยอง สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าจากในพื้นที่จังหวัดระยองได้มากขึ้น และจะมีการร่วมมือกับทางจังหวัดในการนำสินค้าดี ๆ ในจังหวัดระยอง มาจำหน่าย เพื่อรองรับลูกค้านักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่นๆที่แวะมาเยี่ยมเยียนสาขาระยอง ด้วยเช่นกัน



บรรยากาศภายใน สาขาสิงห์บุรี



บรรยากาศภายนอก สาขาสิงห์บุรี



ร้านแสงทองไลฟ์ ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาระยอง

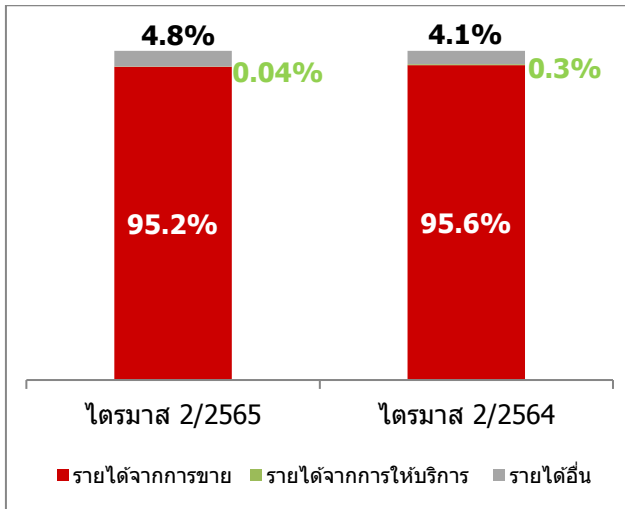
**การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน**

หน่วย: ล้านบาท	สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน		การเปลี่ยนแปลง		สำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน		การเปลี่ยนแปลง	
	2565	2564	ล้านบาท	ร้อยละ	2565	2564	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	116.89	127.48	(10.60)	(8.31)	234.33	265.72	(31.39)	(11.81)
รายได้จากการให้บริการ	0.05	0.44	(0.39)	99.99	0.25	0.73	(0.48)	(65.79)
รายได้อื่น	5.87	5.42	0.45	8.25	10.93	10.15	0.78	7.63
<b>รวมรายได้</b>	<b>122.81</b>	<b>133.34</b>	<b>(10.54)</b>	<b>(7.90)</b>	<b>245.51</b>	<b>276.60</b>	<b>(31.09)</b>	<b>(11.24)</b>
ต้นทุนขาย	65.90	69.11	(3.21)	(4.64)	134.86	142.55	(7.69)	(5.40)
ต้นทุนการให้บริการ	0.01	0.03	(0.02)	100.00	0.03	0.03	(0.01)	(20.59)
ค่าใช้จ่ายในการขายและ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	73.76	83.50	(9.74)	(11.66)	144.51	164.52	(20.01)	(12.16)
- ค่าใช้จ่ายในการขาย	41.23	56.87	(15.64)	(27.51)	82.40	104.63	(22.23)	(21.24)
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	32.53	26.63	5.91	22.19	62.11	59.89	2.22	3.71
<b>กำไร(ขาดทุน)ก่อนต้นทุน ทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)</b>	<b>(16.87)</b>	<b>(19.29)</b>	<b>2.42</b>	<b>(12.55)</b>	<b>(33.89)</b>	<b>(30.50)</b>	<b>(3.38)</b>	<b>11.09</b>
รายได้ทางการเงิน	0.23	0.16	0.07	42.59	0.43	0.20	0.23	110.84
ต้นทุนทางการเงิน	(0.31)	(0.57)	0.26	(46.19)	(0.68)	(1.21)	0.53	(44.08)
ต้นทุนทางการเงินตัดจำหน่าย	(1.52)	(1.69)	0.17	(9.96)	(3.07)	(3.29)	0.22	(6.71)
รายได้ภาษีเงินได้	3.18	4.02	(0.84)	(20.93)	7.05	7.34	(0.29)	(3.94)
<b>กำไร(ขาดทุน)สุทธิ</b>	<b>(15.29)</b>	<b>(17.37)</b>	<b>2.08</b>	<b>(11.98)</b>	<b>(30.16)</b>	<b>(27.47)</b>	<b>(2.69)</b>	<b>9.80</b>
<b>กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)</b>	<b>2.05</b>	<b>4.43</b>	<b>(2.39)</b>	<b>(53.87)</b>	<b>5.04</b>	<b>15.08</b>	<b>(10.04)</b>	<b>(66.58)</b>
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	13.60	17.74	(4.14)	(23.35)	28.33	33.76	(5.44)	(16.11)
ค่าเสื่อมราคาตัดจำหน่าย	5.32	5.98	(0.67)	(11.13)	10.60	11.82	(1.22)	(10.31)

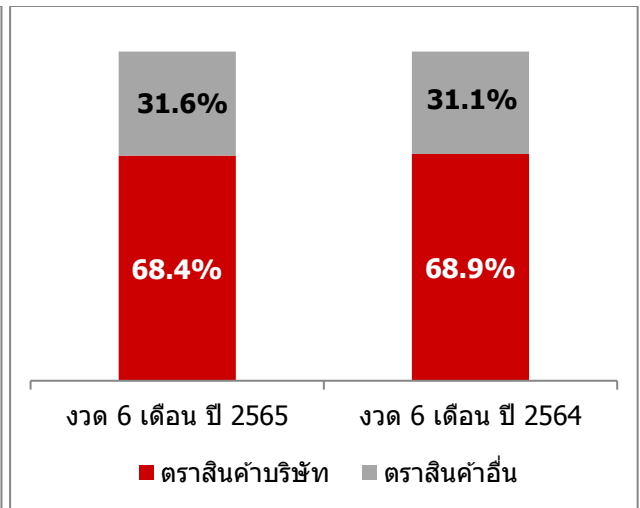
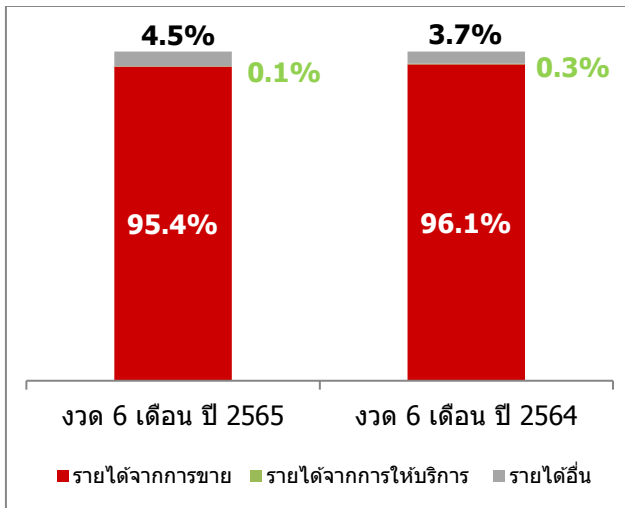
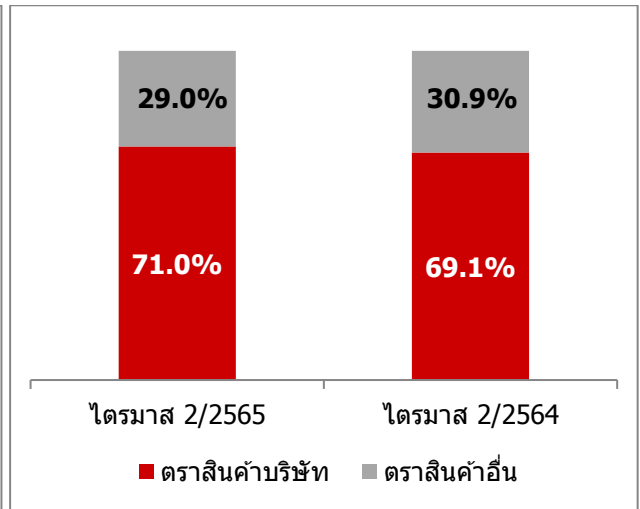
อัตราส่วนทางการเงินที่ เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงาน (ร้อยละ)	สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน		การ เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	สำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน		การ เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	2565	2564		2565	2564	
อัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	43.62	45.79	(2.17)	42.45	46.35	(3.90)
อัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการ ให้บริการ (ร้อยละ)	78.00	93.02	(15.02)	89.11	95.89	(6.78)
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	60.06	62.62	(2.56)	58.86	59.48	(0.62)
อัตราส่วนกำไร(ขาดทุน)สุทธิ (ร้อยละ)	(12.45)	(13.03)	0.58	(12.28)	(9.93)	(2.35)

# 1. รายได้

สัดส่วนของรายได้



สัดส่วนยอดขายแยกตราสินค้า



บริษัทมีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 2/2565 เท่ากับ 116.89 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8.31 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 และสำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 234.33 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.81 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 สาเหตุหลักเกิดจากการสินค้าขาดสต็อกเนื่องจากการขนส่งระหว่างประเทศล่าช้าและประเทศผู้ผลิตสินค้าถูกปิดประเทศ จึงไม่มีสินค้าที่วางจำหน่ายในปัจจุบันและสินค้าใหม่เข้ามาเติมเต็ม แต่ทางบริษัทฯ ได้พยายามระบายสินค้าที่มีอยู่รวมถึงสินค้าเก่าเพื่อสร้างรายได้ให้บริษัทได้มากที่สุด นอกจากนี้ภาวะการแพร่ระบาดของจำนวนผู้ติดเชื้อไวรัส COVID-19 สายพันธุ์ BA.4 / BA.5 ที่เพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ 2/2565 ทำให้ประชาชนยังคงเฝ้าระวังเรื่องการออกไปจับจ่ายใช้สอย รวมถึงอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นส่งผลให้ค่าสินค้าอุปโภค บริโภค เช่น ค่าน้ำมัน ค่าอาหาร ที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีกำลังซื้อลดลง โดยรายได้หลักจากสาขาลดลงอย่างมีนัยสำคัญ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทมีรายได้จากช่องทางการขายใหม่เช่น ช่องทางร่วมกับพันธมิตรอื่นมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

บริษัทมีรายได้อื่นไตรมาส 2/2565 เท่ากับ 5.87 ล้านบาท เพิ่มร้อยละ 8.25 และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 10.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.63 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 เนื่องจากบริษัทมีผู้เช่ารายใหม่ที่สำนักงานใหญ่และสาขาพญา

## 2. ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายของไตรมาสที่ 2/2565 เท่ากับร้อยละ 43.62 ลดลงร้อยละ 2.17 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 และอัตรากำไรขั้นต้นจากการขายของงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับร้อยละ 42.45 ลดลงร้อยละ 3.90 จากการทำโปรโมชั่นของช่องทางการขาย Wholesale ที่มี margin ต่ำกว่า margin ปกติ

อย่างไรก็ตามบริษัทเห็นความสำคัญในการรักษาอัตรากำไรขั้นต้นจึงมีการปรับแผนการขายโดยระมัดระวังค่าใช้จ่ายในการจัดโปรโมชั่นให้มีประสิทธิภาพ พิจารณากิจกรรมด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ และสร้างการรับรู้ให้แก่ตราสินค้าของบริษัท

## 3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในไตรมาส 2/2565 เท่ากับ 73.76 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.66 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 144.51 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 12.16 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 สาเหตุหลักเกิดจากค่าใช้จ่ายในการขายลดลงสัมพันธ์กับยอดขายที่ลดลง โดยค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขายลดลง เช่น ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายในการขายลดลง นอกจากนี้ทางบริษัทได้นำระบบ fulfillment มาบริหารจัดการเอง จึงทำให้ค่าใช้จ่ายดังกล่าวลดลง

สำหรับอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้รวมในไตรมาส 2/2564 เท่ากับร้อยละ 60.06 ลดลงร้อยละ 2.56 และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับร้อยละ 58.86 ลดลงร้อยละ 0.62 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 เนื่องจากรายได้รวมของบริษัทลดลง

## 4. ขาดทุนสุทธิและอัตราขาดทุนสุทธิ

บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิในไตรมาส 2/2565 เท่ากับ 15.29 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 นั้น มีผลขาดทุนลดลง 2.08 ล้านบาท เนื่องจาก ค่าใช้จ่ายที่ลดลงมากกว่ารายได้ที่ลดลง และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 30.16 ล้านบาท บัญชีหลักเกิดจากรายได้รวมของบริษัทลดลงเนื่องมาจากสาเหตุที่ได้กล่าวไปด้านบน ถึงแม้บริษัทจะมีมาตรการในการควบคุมการใช้ค่าใช้จ่ายต่างๆให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานก่อนค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) สำหรับงวดหกเดือน ที่เป็นบวกเท่ากับ 5.04 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทมีค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายทรัพย์สินจำนวน 38.93 ล้านบาท

บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน จึงได้มีแผนงานสนับสนุนการดำเนินงาน ดังนี้

1. การทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย โปรโมชั่น และการตลาด ในรูปแบบที่แตกต่างจากเดิม เพื่อสร้างการรับรู้ในสินค้าที่เป็นตราสินค้าของบริษัทแบ่งเป็นกลุ่มสินค้า Apparel ภายใต้แบรนด์ Inco, Cheval, Sleep Mate, ETC และกลุ่มสินค้า Non-Apparel ภายใต้แบรนด์ Cherish, Prim, Rollica, Cushy เป็นต้น และการสร้างให้เป็น Bedding Destination เพื่อผลักดันสินค้าที่เป็นตราสินค้าของบริษัท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างกำไร
2. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่นการเปิด Pop-up Stores ในสถานที่ต่าง ๆ การจัดจำหน่ายให้กับองค์กรภาคธุรกิจ (B2B) การจัดจำหน่ายทางอีเลคทรอนิกส์ (E-commerce) ทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทเอง และร่วมกับพันธมิตรอื่น รวมถึงการเปิดช่องทางการขายใหม่ๆเช่น cash van (รถคันใจ) เป็นต้น
3. ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพให้มากที่สุด โดย
  - การนำระบบสารสนเทศมาใช้เพื่อลดขั้นตอนการทำงานและทรัพยากร
  - การลดต้นทุนให้ต่ำลงในการทำงาน (Cost reduction) เช่นการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นหรือไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร
  - การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพื่อใช้พลังงานแสงอาทิตย์ทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าบางส่วน โดยปัจจุบันติดตั้งแล้วเสร็จไป 2 สาขา ได้แก่ สาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขาระยอง และมีแผนที่จะติดตั้งในสาขาอื่นๆ ต่อไปในอนาคต



**การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน**

หน่วย: ล้านบาท	ณ วันที่		การเปลี่ยนแปลง	
	30 มิถุนายน 2565	31 ธันวาคม 2564	ล้านบาท	ร้อยละ
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	150.49	208.36	(57.87)	(27.77)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	20.06	16.13	3.93	24.36
สินค้าคงเหลือ	335.34	353.95	(18.61)	(5.26)
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	75.11	74.66	0.45	0.60
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	789.49	803.25	(13.76)	(1.71)
สินทรัพย์สิทธิการใช้	151.26	138.07	13.19	9.55
สินทรัพย์อื่น	78.88	71.39	7.49	10.49
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>1,600.63</b>	<b>1,665.81</b>	<b>(65.18)</b>	<b>(3.91)</b>
เจ้าหนี้การค้า	44.71	69.65	(24.94)	(35.81)
เงินกู้ยืมระยะยาว	33.50	51.13	(17.63)	(34.48)
หนี้สินตามสัญญาเข้าการเงิน	165.81	152.68	13.13	8.60
หนี้สินอื่น	19.47	21.35	(1.88)	(8.81)
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>263.49</b>	<b>294.81</b>	<b>(31.32)</b>	<b>(10.62)</b>
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,337.14</b>	<b>1,371.00</b>	<b>(33.86)</b>	<b>(2.47)</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,600.63</b>	<b>1,665.81</b>	<b>(65.18)</b>	<b>(3.91)</b>

**1. สินทรัพย์**

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 1,600.63 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2564 จำนวน 65.18 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เนื่องจากการจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้า เงินกู้ยืมระยะยาว และการปรับปรุงสาขา ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ลดลงเนื่องจากการตัดค่าเสื่อมราคาในระหว่างงวด และสินค้าคงเหลือลดลงเนื่องจากการขายสินค้าระหว่างงวดและการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ

**2. หนี้สิน**

หนี้สินรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 263.49 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2564 จำนวน 31.32 ล้านบาท เนื่องจากการจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้าและการควบคุมการสั่งซื้อ การจ่ายชำระเงินกู้ยืมและหนี้สินตามสัญญาเข้าทางการเงินในระหว่างงวด รวมทั้งหนี้สินอื่นลดลงซึ่งเกิดจากเงินมัดจำค่าสินค้าลดลงจากการส่งมอบ

**3. ส่วนของผู้ถือหุ้น**

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 1,337.14 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2564 จำนวน 33.86 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากผลประกอบการขาดทุนสำหรับงวดและการจ่ายเงินปันผล

### การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564	การเปลี่ยนแปลง	สาเหตุ
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	7.39	5.96	1.43	เพิ่มขึ้นจากการลดลงของหนี้สินหมุนเวียน เนื่องจากการจ่ายชำระ ในระหว่างงวด
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	2.45	2.38	0.07	เพิ่มขึ้นจากการลดลงของหนี้สินหมุนเวียน เนื่องจากการจ่ายชำระ ในระหว่างงวด
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	(4.54)	(4.47)	(0.07)	ลดลงเนื่องจากผลประกอบการ ลดลง
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.20	0.22	(0.02)	ลดลงเนื่องจากหนี้สินของกิจการ ลดลงเนื่องจากการจ่ายชำระในระหว่างงวดในอัตราที่มากกว่าการ ลดลงของส่วนของผู้ถือหุ้น

### **สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ**

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

โทร. 02 300 4951 ต่อ 5109 Email: corporatesecretary@fnoutlet.com