CBG-LG-LT-2569-0010

วันที่ 15 พฤษภาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย (“**บริษัทฯ**” หรือ “CBG”) สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า ดังต่อไปนี้

ผลการดำเนินงานรวมของบริษัทฯ สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

1. **รายได้จากการขาย**

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมเท่ากับ 5,321 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย -0.1% YoY จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของรายได้จากการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศกัมพูชาเป็นหลักจากผลกระทบของสถานการณ์ความตึงเครียดระหว่างประเทศจากเหตุการณ์ความขัดแย้งบริเวณชายแดนในช่วงที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามรายได้จากการขายสินค้าคาราบาวแดงในประเทศไทยอยู่ที่ 1,823 ล้านบาท เติบโต +7% YoY อันเป็นผลจากการที่บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์หลักคงราคาขายปลีกที่ 10 บาท รวมถึงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การกระจายสินค้าที่ละเอียดยิ่งขึ้นให้มีเครือข่ายที่กว้างขวางและครอบคลุมมากขึ้นผ่านคู่ค้ารายย่อยระดับอำเภอและระดับตำบล และการเพิ่มจำนวนคู่ค้าของสินค้าเครื่องดื่มบำรุงกำลังผ่านพอร์ทสินค้าของคู่ค้ากลุ่มแอลกอฮอล์ เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่าย นอกจากนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าอื่น อยู่ที่ 2,478 ล้านบาท เติบโต +20%YoY จากการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหลักซึ่งยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงบริษัทฯ มีรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าอื่น อยู่ที่ 174 ล้านบาท ลดลง -12% YoY สอดคล้องกับแผนการสั่งซื้อของบริษัทคู่ค้า

รายได้จากการขาย จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1 ปี 2568	%	ไตรมาส 4 ปี 2568	%	ไตรมาส 1 ปี 2569	%	%YoY	%QoQ
ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม 1/	3,009	56%	2,748	49%	2,607	49%	(13%)	(5%)
จำหน่ายสินค้าที่จ้างผลิต 2/	59	1%	58	1%	62	1%	+4%	+6%
จัดจำหน่ายสินค้าอื่น	2,062	39%	2,424	43%	2,478	47%	+20%	+2%
อื่นๆ	198	4%	411	7%	174	3%	(12%)	(58%)
รวม	**5,328**	**100%**	**5,641**	**100%**	**5,321**	**100%**	**(0.1%)**	**(6%)**

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มผสมซิงค์ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงค์
2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

รายได้จากการขาย จำแนกตามภูมิศาสตร์ หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1 ปี 2568	%	ไตรมาส 4 ปี 2568	%	ไตรมาส 1 ปี 2569	%	%YoY	%QoQ
ในประเทศ	4,018	75%	4,961	88%	4,528	85%	+13%	(9%)
ต่างประเทศ	1,310	25%	680	12%	793	15%	(40%)	+17%
กลุ่มประเทศ CLMV	1,191	22%	614	11%	701	13%	(41%)	+14%
UK	31	1%	23	0%	25	0%	(20%)	+11%
อื่นๆ	88	2%	43	1%	67	1%	(25%)	+55%
รวม	**5,328**	**100%**	**5,641**	**100%**	**5,321**	**100%**	**(0.1%)**	**(6%)**

1.1) รายได้จากการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มในประเทศของบริษัทฯ อยู่ที่ 4,528 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +13% YoY และมีรายได้จากต่างประเทศ อยู่ที่ 792 ล้านบาท ลดลง -40% YoY โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนธุรกิจในประเทศและต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 85:15

(1.1.1) สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในประเทศจำนวน 4,528 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 510 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้น +13% YoY จากการเติบโตของเครื่องดื่มคาราบาวแดงในประเทศไทย ซึ่งเป็นผลจากการที่บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์หลักคงราคาขายปลีกที่ 10 บาท ช่วยคนไทยลดค่าครองชีพ ควบคู่กับการสานต่อกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับไทยรัฐ ภายใต้แคมเปญบาวแดงช่วยคนไทยสร้างอาชีพ ช่องไทยรัฐทีวี ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ประกอบกับบริษัทฯ ยังคงความแข็งแกร่งจากประสิทธิภาพจากการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมด้วยกลยุทธ์ที่บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาโครงข่ายในระบบการขายให้เข้มข้นขึ้นและละเอียดยิ่งขึ้น การสื่อสารที่เข้าถึงผู้บริโภคในการตอกย้ำจุดแข็งของผลิตภัณฑ์และราคาขาย การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาวงการกีฬาฟุตบอลไทยโดยเน้นย้ำแบรนด์คาราบาวอยู่คู่วงการฟุตบอลไทยควบคู่ไปกับการส่งเสริมบทบาทด้าน CSR ได้แก่ โครงการ Carabao 7-a Side Cup โครงการ Carabao Coach the Coaches เป็นต้น รวมถึงการจัดแคมเปญส่งเสริมการขายแก่ผู้บริโภคในร้านสะดวกซื้อ จากปัจจัยตามที่กล่าวข้างต้น จึงช่วยกระตุ้นการรับรู้และผลักดันยอดขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังคาราบาวแดงในประเทศ ส่งผลให้รายได้จากเครื่องดื่มคาราบาวแดงในประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

(1.1.2) สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศอยู่ที่ 792 ล้านบาท ลดลงจำนวน 518 ล้านบาท หรือลดลง -40% YoY มีสาเหตุหลักจากการลดลงของรายได้จากการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ CLMV โดยเฉพาะประเทศกัมพูชา จากผลกระทบของสถานการณ์ความตึงเครียดระหว่างประเทศจากเหตุการณ์ความขัดแย้งบริเวณชายแดนในช่วงที่ผ่านมา ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างประเมินและปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานทั้งการจัดจำหน่ายและการตลาดอย่างรอบด้านเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะตลาดและสถานการณ์ปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานยังคงเป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ จากการที่บริษัทฯได้ดำเนินการจัดตั้งโรงงานผลิตสินค้าที่ประเทศพม่า ปัจจุบันได้เริ่มเปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์แล้วในไตรมาส 4/2568 ส่งผลให้รายได้จากการขายสินค้าในประเทศพม่าในไตรมาส 1/2569 เติบโต +49% YoY รวมถึงเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและแก้ไขปัญหาความไม่แน่นอนในการนำเข้าสินค้าในระยะยาวและเพิ่มโอกาสการแข่งขันในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศในปี 2569

นอกจากนี้ รายได้จากการส่งออกไปยังเวียดนามในไตรมาส 1/2569 ที่ยังคงเติบโตต่อเนื่อง +96% YoY ภายหลังจากการร่วมมือกับคู่ค้ารายใหม่ที่มีความสามารถในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมในพื้นที่และเข้าใจตลาด บริษัทฯ คาดว่าประเทศเวียดนามเป็นประเทศที่มีโอกาสสร้างยอดขายที่เพิ่มขึ้นได้อย่างมีนัยสำคัญ

1.2) รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าอื่นจำนวน 2,478 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 417 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น +20% YoY มีปัจจัยเชิงบวกจากความหลากหลาย คุณภาพ รวมถึงความโดดเด่นในตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งทำให้สินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงประสิทธิภาพการกระจายสินค้าที่กว้างขวางและครอบคลุมของทุกช่องทางการขาย นอกจากนี้ กลยุทธ์การนำ “เบียร์” มาต่อยอดเป็นเครื่องมือทำการตลาดจึงส่งผลให้ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เติบโตและแข็งแกร่งขึ้นอีกด้วย

บริษัทฯ มีการกำหนดยุทธศาสตร์ “เบียร์” เพื่อมุ่งเน้น 2 กลยุทธ์หลัก คือ

(1) สร้างความนิยมแก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างผู้ดื่ม โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มร้าน On-trade (ผับ บาร์ และร้านอาหารในหัวเมืองใหญ่) งานอีเว้นท์และงานคอนเสิร์ต รวมถึง Carabao Cup เพื่อเน้นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของ “Carabao Beer” และ “Tawandang Beer” ให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงผู้บริโภค และ

(2) สร้างร้านค้าพันธมิตรเพื่อกระจายความนิยมและกระจายสินค้าให้กว้างขวางและครอบคลุม ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย

1.3) รายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่จ้างผลิตจำนวน 62 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 2 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น +4% YoY มีสาเหตุหลักจากการขายน้ำดื่มที่เพิ่มมากขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า

1.4) รายได้จากการขายอื่นๆ จำนวน 174 ล้านบาท ลดลง 24 ล้านบาท หรือลดลง -12% YoY เป็นรายได้จากการผลิตและจำหน่ายขวดแก้ว กระป๋องอะลูมิเนียม บรรจุภัณฑ์ต่างๆ และสินค้าอื่นๆ ให้แก่คู่ค้าซึ่งเป็นบุคคลภายนอกภายใต้การดำเนินงานของ APG ACM และ APM สอดคล้องกับแผนการสั่งซื้อของบริษัทคู่ค้า

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,378 ล้านบาท ลดลงจำนวน 84 ล้านบาท หรือลดลง -6% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ 26% ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้ามีสาเหตุหลักจากโครงสร้างยอดขาย (Sales mix) ที่เปลี่ยนแปลงไปจากรายได้การจัดจำหน่ายสินค้าอื่นที่มีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (Q1/2569: 47%,Q1/2568: 39%) ถึงแม้ว่าต้นทุนอลูมิเนียมคอยล์ ที่ปรับตัวสูงขึ้นจากสภาวะตลาด แต่บริษัทฯ ยังสามารถบริหารจัดการวัตถุดิบอื่นรวมถึงต้นทุนบรรจุภัณฑ์อื่น เพื่อลดต้นทุนได้เป็นอย่างดี

กำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1 ปี 2568	อัตรา กำไร	ไตรมาส 4 ปี 2568	อัตรา กำไร	ไตรมาส 1 ปี 2569	อัตรา กำไร	%YoY	%QoQ
ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม 1/	1,214	40%	1,123	41%	1,115	43%	(8%)	(1%)
จำหน่ายสินค้าที่จ้างผลิต 2/	9	16%	9	15%	10	17%	+12%	+17%
จัดจำหน่ายสินค้าอื่น	188	9%	194	8%	223	9%	+19%	+15%
อื่นๆ	51	26%	147	36%	30	17%	(42%)	(80%)
รวม	1,462	27%	1,473	26%	1,378	26%	(6%)	(6%)

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มผสมชิงค์ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงค์

2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

3. **ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร**

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจำนวน 624 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 88 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น +16% ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายรวมที่ 12% เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้าที่ 10% โดยมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นเป็นหลักจากการแยกต้นทุนส่วนเกินออกจากต้นทุนการผลิตปกติ อันเกิดจากการชะลอตัวของคำสั่งซื้อจากประเทศกัมพูชาตามที่กล่าวข้างต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างดำเนินการปรับโครงสร้างต้นทุนให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น โดยปรับลดต้นทุนคงที่ (Fixed cost) ทั้งโสหุ้ยการผลิตและการจัดการแรงงานในส่วนที่ไม่จำเป็น รวมถึงการรับจ้างผลิต (OEM) โดยการหาลูกค้าภายนอกเพิ่มเติม นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์ควบคุมค่าใช้จ่ายทั้งค่าใช้จ่ายการตลาด การส่งเสริมการขาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้คุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1 ปี 2568	% ต่อ ยอดขาย	ไตรมาส 4 ปี 2568	% ต่อ ยอดขาย	ไตรมาส 1 ปี 2569	% ต่อ ยอดขาย	%YoY	%QoQ
ค่าใช้จ่ายในการขาย	308	6%	354	6%	308	6%	(0%)	(13%)
ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนกีฬาฟุตบอล	32	1%	33	1%	32	1%	+2%	(2%)
ค่าใช้จ่ายในการขายที่ไม่รวมค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุน	276	5%	321	6%	275	5%	(0%)	(14%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	229	4%	298	5%	317	6%	+39%	+6%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	537	10%	652	12%	624	12%	+16%	(4%)

4. **ค่าใช้จ่ายทางการเงิน**

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายทางการเงินจำนวน 26 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 2 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น +6% YoY สอดคล้องกับเงินกู้ระยะยาวที่เพิ่มมากขึ้น

5. **ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล**

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวน 192 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 1 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น +1% YoY คิดเป็นอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (Effective tax rate) ที่ 24% เพิ่มขึ้นจากเดิมที่ 20% เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า มีสาเหตุจากการที่บริษัทและบริษัทย่อยมีการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ไปให้บริษัท

ย่อยในต่างประเทศ ซึ่งกำไรจากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ไปให้บริษัทย่อยในต่างประเทศมีการเสียภาษีนิติบุคคลทันที ขณะที่บริษัทย่อยยังไม่ได้ผลิตและรับรู้รายได้จากการขาย

6. **กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ**

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิอยู่ที่ 611 ล้านบาท ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้าจำนวน 150 ล้านบาท หรือลดลง -20% YoY มีสาเหตุหลัก จากการลดลงของรายได้จากการส่งออกไปยังต่างประเทศลดลงตามที่กล่าวข้างต้น ในขณะที่ยอดขายโดยรวมเติบโตจากแรงหนุนของยอดขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังคาราบาวแดงในประเทศที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง และรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าอื่น คือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

<u>สินทรัพย์</u>

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 และ 31 ธันวาคม 2568 เท่ากับ 20,340 ล้านบาทและ 19,046 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 1,294 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เพิ่มขึ้น 950 ล้านบาท เพื่อเตรียมเงินทุนหมุนเวียนสำหรับไถ่ถอนหุ้นกู้ครั้งที่ 2/2566 ซึ่งครบกำหนดชำระในวันที่ 4 เมษายน 2569 จำนวน 546 ล้านบาท รวมถึงการจ่ายเงินปันผลจากกำไรปี 2568 ที่อนุมัติโดยที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2569 จำนวน 600 ล้านบาท และ (2) สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 131 ล้านบาท จากการที่เตรียมความพร้อมรับรองคำสั่งซื้อในช่วงไตรมาสถัดไป

<u>หนี้สิน</u>

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 และ 31 ธันวาคม 2568 เท่ากับ 5,638 ล้านบาทและ 4,980 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 659 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) เงินกู้ยืมระยาวและส่วนของเงินกู้ระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี เพิ่มขึ้นจำนวน 501 ล้านบาท จากการกู้ยืมเงินกูระยะยาวเพื่อใช้สำหรับลงทุนตามงบประมาณปี 2569 (2) ภาษีเงินได้ค้างจ่ายเพิ่มขึ้นจำนวน 175 ล้านบาท จากค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ระหว่างงวด

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงอันดับเครดิตองค์กรและอันดับเครดิตหุ้นกู้ ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกันของบริษัทฯ ที่ระดับ “A” แนวโน้มคงที่ จากทริสเรทติ้ง สะท้อนถึงความสามารถในการดำรงอัตราส่วนทางการเงินรวมถึงภาระหนี้สินทางการเงินของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ยังคงสถานะที่แข็งแกร่งในตลาดเครื่องดื่มชูกำลังภายในประเทศโดยมีแบรนด์สินค้าที่ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดี รวมถึงโครงข่ายการกระจายสินค้าที่กว้างขวางและครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ

<u>ส่วนของผู้ถือหุ้น</u>

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 และ 31 ธันวาคม 2568 เท่ากับ 14,702 ล้านบาทและ 14,066 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 635 ล้านบาท สะท้อนกำไรสุทธิในไตรมาส 1 ปี 2569

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

พงศานติ์ คล่องวัฒนกิจ

(พงศานติ์ คล่องวัฒนกิจ)
ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน