



CBG-LG-LT-2569-0013

วันที่ 14 สิงหาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ” หรือ “CBG”) สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า ดังต่อไปนี้

ผลการดำเนินงานรวมของบริษัทฯ สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

1. รายได้จากการขาย

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมเท่ากับ 5,829 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +5% YoY จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า และ +10% QoQ โดยมีปัจจัยหลักมาจากยอดขายในประเทศ โดยเฉพาะสินค้าหลักได้แก่ ผลิตภัณฑ์คาราบาวแดงในประเทศไทยอยู่ที่ 2,053 ล้านบาท เติบโต +14% YoY และ +13% QoQ โดยยังคงดำเนินกลยุทธ์หลักคงราคาขายปลีกที่ 10 บาท รวมถึงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การกระจายสินค้าที่ละเอียดยิ่งขึ้นให้มีเครือข่ายที่กว้างขวางและครอบคลุมมากขึ้นผ่านคู่ค้ารายย่อยระดับอำเภอและระดับตำบลและการเพิ่มจำนวนคู่ค้าของสินค้าเครื่องดื่มบำรุงกำลังผ่านพอร์ทัลสินค้าของคู่ค้ากลุ่มแอลกอฮอล์ เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่าย นอกจากนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าอื่น อยู่ที่ 2,598 ล้านบาท เติบโต +23% YoY โดยเป็นสินค้าในกลุ่มการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหลัก ซึ่งยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยอดขายในต่างประเทศลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า เป็นผลมาจากการหายไปของยอดขายประเทศกัมพูชาเป็นหลัก ในขณะที่ยอดขายในประเทศพม่ามีการเติบโต +53% YoY และ +16% QoQ เป็นผลจากการเริ่มผลิตและจัดจำหน่ายโดยโรงงานที่ลงทุนในประเทศพม่าที่เริ่มผลิตเชิงพาณิชย์แล้วในไตรมาส 4/2568 และผลิตเต็มกำลังการผลิตในปัจจุบัน นอกจากนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าอื่น อยู่ที่ 110 ล้านบาท ลดลง -41% YoY

รายได้จากการขายแยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ (หน่วย: ล้านบาท)	2Q2568		1Q2569		2Q2569		%YoY	%QoQ
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%		
การผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม 1/	3,216	58%	2,607	49%	3,041	52%	-5%	+17%
การจัดจำหน่ายสินค้าที่จ้างผลิต 2/	68	1%	62	1%	80	1%	+18%	+30%
การจัดจำหน่ายสินค้าอื่น	2,104	38%	2,478	47%	2,598	45%	+23%	+5%
อื่นๆ	189	3%	174	3%	110	2%	-41%	-36%
รวม	5,577	100%	5,321	100%	5,829	100%	+5%	+10%



หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มผสมซิงค์ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงค์ 2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

รายได้จากการขาย จำแนกตาม ภูมิศาสตร์(หน่วย: ล้านบาท)	2Q2568		1Q2569		2Q2569		%YoY	%QoQ
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%		
ในประเทศ	4,150	74%	4,528	85%	4,850	83%	+17%	+7%
ต่างประเทศ	1,427	26%	792	15%	979	17%	-31%	+24%
CLMV	1,275	23%	701	13%	811	14%	-36%	+16%
สหราชอาณาจักร	35	1%	25	0%	34	1%	-4%	+37%
อื่นๆ	117	2%	67	1%	134	2%	+14%	+102%
รวม	5,577	100%	5,321	100%	5,829	100%	+5%	+10%

1.1) รายได้จากการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มในประเทศของบริษัทฯ อยู่ที่ 4,850 ล้านบาท เพิ่มขึ้น +17% YoY และมีรายได้จากต่างประเทศ อยู่ที่ 979 ล้านบาท ลดลง -31% YoY โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนธุรกิจในประเทศและต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 83:17

(1.1.1) สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในประเทศจำนวน 4,850 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 700 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้น +17% YoY จากการเติบโตของเครื่องดื่มคาราบาวแดงในประเทศไทย ซึ่งเป็นผลจากการที่บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์หลักคงราคาขายปลีกที่ 10 บาท ช่วยคนไทยลดค่าครองชีพ ควบคู่กับการสานต่อกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับไทยรัฐ ภายใต้แคมเปญคาราบาวแดงช่วยคนไทยสร้างอาชีพ ชองไทยรัฐทีวี ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ประกอบกับบริษัทฯ ยังคงความแข็งแกร่งจากประสิทธิภาพจากการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมด้วยกลยุทธ์ที่บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาโครงข่ายในระบบการขายให้เข้มข้นขึ้นและละเอียดยิ่งขึ้น การสื่อสารที่เข้าถึงผู้บริโภคในการตอกย้ำจุดแข็งของผลิตภัณฑ์และราคาขาย การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนางานการกีฬาฟุตบอลไทยโดยเน้นย้ำแบรนด์คาราบาวอยู่คู่วงการฟุตบอลไทยควบคู่ไปกับการส่งเสริมบทบาทด้าน CSR ได้แก่ โครงการ Carabao 7-a Side Cup โครงการ Carabao Coach the Coaches เป็นต้น รวมถึงการจัดแคมเปญส่งเสริมการขายแก่ผู้บริโภคในร้านสะดวกซื้อ จากปัจจัยตามที่กล่าวข้างต้น จึงช่วยกระตุ้นการรับรู้และผลักดันยอดขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังคาราบาวแดงในประเทศไทย ส่งผลให้รายได้จากเครื่องดื่มคาราบาวแดงในประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

(1.1.2) สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศอยู่ที่ 979 ล้านบาท ลดลงจำนวน 493 ล้านบาท หรือลดลง -31% YoY มีสาเหตุหลักจากการลดลงของรายได้จากกลุ่มประเทศ CLMV โดยเฉพาะประเทศกัมพูชาตามที่รายงานไปก่อนหน้านี้ ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างประเมินและปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานทั้งการจัดจำหน่ายและการตลาดอย่างรอบด้านเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพตลาดและสถานการณ์ปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานยังคงเป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ จากการที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดตั้งโรงงานผลิตสินค้าที่ประเทศพม่า ปัจจุบันได้เริ่มเปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์แล้วในไตรมาส 4/2568 ส่งผลให้รายได้จากการ



ขายสินค้าในประเทศพม่าในไตรมาส 2/2569 เติบโต +53% YoY รวมถึงเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและแก้ไข ปัญหาความไม่แน่นอนในการนำเข้าสินค้าในระยะยาวและเพิ่มโอกาสการแข่งขันในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ในประเทศในปี 2569

- 1.2) รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าอื่นจำนวน 2,598 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 494 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น +23% YoY มี ปัจจัยเชิงบวกจากความหลากหลาย คุณภาพ รวมถึงความโดดเด่นในตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งทำให้สินค้าประเภทเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงประสิทธิภาพการกระจาย สินค้าที่กว้างขวางและครอบคลุมของทุกช่องทางกระจาย นอกจากนี้ กลยุทธ์การนำ “เบียร์” มาต่อยอดเป็นเครื่องมือทำ การตลาดจึงส่งผลให้ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เติบโตและแข็งแกร่งขึ้นอีกด้วย

บริษัท มีการกำหนดยุทธศาสตร์ “เบียร์” เพื่อมุ่งเน้น 2 กลยุทธ์หลัก คือ

 - (1) สร้างความนิยมแก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างผู้ดื่ม โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มร้าน On-trade (ผับ บาร์ และร้านอาหารในหัวเมือง ใหญ่) งานอีเว้นท์และงานคอนเสิร์ต รวมถึง Carabao Cup เพื่อเน้นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของ “Carabao Beer” และ “Tawandang Beer” ให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงผู้บริโภค และ
 - (2) สร้างร้านค้าพันธมิตรเพื่อกระจายความนิยมและกระจายสินค้าให้กว้างขวางและครอบคลุม ผู้บริโภคสามารถหาซื้อ สินค้าได้ง่าย

- 1.3) รายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่จ้างผลิตจำนวน 80 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 13 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น +18% YoY มี สาเหตุหลักจากการขายน้ำดื่มที่เพิ่มมากขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า
- 1.4) รายได้จากการขายอื่นๆ จำนวน 110 ล้านบาท ลดลง 79 ล้านบาท หรือลดลง -41% YoY เป็นรายได้จากการผลิตและ จำหน่ายขวดแก้ว กระจกอะลูมิเนียม บรรจุภัณฑ์ต่างๆ และสินค้าอื่นๆ ให้แก่คู่ค้าซึ่งเป็นบุคคลภายนอกภายใต้การ ดำเนินงานของ APG ACM และ APM

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัท มีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,538 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 34 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้น +2% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ 26% ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้ามีสาเหตุหลักจาก โครงสร้างยอดขาย (Sales mix) ที่เปลี่ยนแปลงไปจากรายได้การจัดจำหน่ายสินค้าอื่นที่เพิ่มขึ้นแต่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ต่ำกว่า เมื่อ เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (Q2/2569: 45%, Q2/2568: 38%) ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีปัญหาเรื่องการสู้รบในตะวันออกกลาง เป็นผลให้ต้นทุนอะลูมิเนียมคอลลีและต้นทุนกลุ่มพลังงานที่ปรับตัวสูงขึ้น แต่บริษัท ยังสามารถบริหารจัดการวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องให้ มีเพียงพอต่อการใช้งาน รวมถึงบริหารต้นทุนอื่นๆเพื่อลดต้นทุนได้เป็นอย่างดี



กำไรขั้นต้น จำแนกรายกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ (หน่วย: ล้านบาท)	2Q2568		1Q2569		2Q2569		%YoY	%QoQ
	ล้านบาท	%GP	ล้านบาท	%GP	ล้านบาท	%GP		
การผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม 1/	1,283	40%	1,115	43%	1,286	42%	+0.2%	+15%
การจำหน่ายสินค้าที่จ้างผลิต 2/	12	17%	10	17%	10	13%	-13%	-2%
การจัดจำหน่ายสินค้าอื่น	167	8%	223	9%	228	9%	+36%	+2%
อื่นๆ	42	22%	30	17%	14	13%	-66%	-49%
รวม	1,504	27%	1,378	26%	1,538	26%	+2%	+12%

หมายเหตุ: 1/ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มผสมซิงค์ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงค์ 2/ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจำนวน 636 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 83 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น +15% ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายรวมที่ 11% เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้าที่ 10% โดยมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นเป็นหลักจากการแยกต้นทุนส่วนเกินออกจากต้นทุนการผลิตปกติ อันเกิดจากการชะลอตัวของคำสั่งซื้อจากประเทศกัมพูชาตามที่กล่าวข้างต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างดำเนินการปรับโครงสร้างต้นทุนให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น โดยปรับลดต้นทุนคงที่ (Fixed cost) ทั้งในหุ้ยการผลิตและการจัดการแรงงานในส่วนที่ไม่จำเป็น รวมถึงการรับจ้างผลิต (OEM) โดยการหาลูกค้าภายนอกเพิ่มเติม นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์ควบคุมค่าใช้จ่ายทั้งค่าใช้จ่ายการตลาด การส่งเสริมการขาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้คุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (หน่วย: ล้านบาท)	2Q2568		1Q2569		2Q2569		%YoY	%QoQ
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%		
ค่าใช้จ่ายในการขาย	323	6%	308	6%	351	6%	+9%	+14%
ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุนกีฬาฟุตบอล	32	1%	32	1%	33	1%	+2%	+1%
ค่าใช้จ่ายในการขายไม่รวม ค่าธรรมเนียมการเป็นผู้สนับสนุน	291	5%	275	5%	318	5%	+10%	+16%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	230	4%	317	6%	285	5%	+24%	-10%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	553	10%	624	12%	636	11%	+15%	+2%



4. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายทางการเงินจำนวน 23 ล้านบาท โดยปัจจุบันบริษัทมีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยลดลง โดยได้ไถ่ถอนหุ้นกู้ทั้งจำนวนแล้ว

5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวน 210 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 13 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น +7% YoY คิดเป็นอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (Effective tax rate) ที่ 23% เพิ่มขึ้นจากเดิมที่ 20% เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า มีสาเหตุจากการที่บริษัทและบริษัทย่อยมีการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ไปให้บริษัทย่อยในต่างประเทศ ซึ่งกำไรจากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ไปให้บริษัทย่อยในต่างประเทศมีการเสียภาษีนิติบุคคลทันที ขณะที่บริษัทย่อยยังไม่ได้ผลิตและรับรู้รายได้จากการขาย

6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิอยู่ที่ 736 ล้านบาท ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้าจำนวน 64 ล้านบาท หรือลดลง -8% YoY มีสาเหตุหลัก จากการลดลงของรายได้จากการส่งออกไปยังต่างประเทศลดลงตามที่กล่าวข้างต้น ในขณะที่ยอดขายโดยรวมเติบโตจากแรงหนุนของยอดขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังคาราบาวแดงในประเทศที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง และรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าอื่น คือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

สินทรัพย์

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ 31 ธันวาคม 2568 เท่ากับ 20,250 ล้านบาทและ 19,046 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 1,204 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) สินค้าคงเหลือ เพิ่มขึ้น 838 ล้านบาท จากการที่เตรียมความพร้อมรับรองคำสั่งซื้อในช่วงไตรมาสถัดไป (2) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เพิ่มขึ้น 629 ล้านบาท สาเหตุมาจากยังคงได้รับกระแสเงินสดจากดำเนินการอย่างต่อเนื่องแม้ว่าจะมีเงินสดจ่ายออกในระหว่างงวดสำหรับการไถ่ถอนหุ้นกู้ครั้งที่ 2/2566 เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2569 จำนวน 546 ล้านบาท และการจ่ายเงินปันผลจากกำไรปี 2568 ที่อนุมัติโดยที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2569 จำนวน 600 ล้านบาท

หนี้สิน

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ 31 ธันวาคม 2568 เท่ากับ 5,413 ล้านบาทและ 4,980 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 433 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้นจำนวน 895 ล้านบาท และเงินกู้ยืมระยะยาวและส่วนของเงินกู้ระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี เพิ่มขึ้นจำนวน 167 ล้านบาท จากการกู้ยืมเงินกู้ระยะยาวเพื่อใช้สำหรับลงทุนตามงบประมาณปี 2569 ในขณะที่มีการไถ่ถอนหุ้นกู้ครั้งที่ 2/2566 เต็มจำนวน (542 ล้านบาท) เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2569 ตามที่กล่าวข้างต้นเข้ามาหักลบส่วนหนึ่ง



ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงอันดับเครดิตองค์กรและอันดับเครดิตหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกันของบริษัทฯ ที่ระดับ “A” แนวโน้มคงที่จากทริสเรตติ้ง สะท้อนถึงความสามารถในการดำรงอัตราส่วนทางการเงินรวมถึงภาระหนี้สินทางการเงินของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ยังคงสถานะที่แข็งแกร่งในตลาดเครื่องดื่มชูกำลังภายในประเทศโดยมีแบรนด์สินค้าที่ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดี รวมถึงโครงข่ายการกระจายสินค้าที่กว้างขวางและครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ

ส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ 31 ธันวาคม 2568 เท่ากับ 14,837 ล้านบาทและ 14,066 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 771 ล้านบาท สะท้อนกำไรสุทธิในไตรมาส 2 ปี 2569 จำนวน 736 ล้านบาท

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ

(พงศานต์ คล่องวัฒนกิจ)

ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน