

MALEE Group PCL MALEE

SET/AGRO

Action

ประเมินมูลค่าพื้นฐานของ MALEE (TP25F) ที่ 17.7 บาท/หุ้น ด้วยวิธี PE 24 เท่า หรือเทียบเท่า PEG เฉลี่ย 3 ปีที่ 1.2 เท่า อิงการเติบโตกำไรสุทธิปี 24-26F เฉลี่ย +21% CAGR ภายใต้สภาวะอุตสาหกรรมส่งออกน้ำผลไม้กำลัง Turnaround ไปพร้อมกับสินค้าใหม่ชูโรงอย่างน้ำมะพร้าว

Catalysts

Synergy การควบรวมกับ ABICO, สินค้าใหม่ชูโรงใหม่ใน 7-11, การได้ออเดอร์ OEM ขนาดใหญ่ในปี 25F และการปรับขึ้นราคาสินค้าสดแช่แข็ง

Anchor themes

Soft power น้ำมะพร้าว เป็นจุดเด่นของไทย ที่ตลาดกำลังโตแรง รวมถึง น้ำดื่มเพื่อสุขภาพเป็นทิศทางที่ตอบใจผู้บริโภค

กลับมาทวงบัลลังก์น้ำผลไม้

ประเมินมูลค่าพื้นฐาน (TP 25F) ที่ 17.7 บาท อิง PER 24x

เราประเมินมูลค่าพื้นฐานของ MALEE ในปี 2025F ที่ 17.7 บาท/หุ้น ด้วยวิธี PE 24 เท่า ใกล้เคียงกลุ่ม และเทียบเท่า PEG 1.2 เท่า ของการเติบโตเฉลี่ย 3 ปีข้างหน้า 21% ต่อปี มี discount จากกลุ่ม ที่ PEG เฉลี่ย 1.5 เท่าและเติบโต 15% ต่อปี โดย MALEE มีความน่าสนใจจาก 1) เป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มมีคุณภาพสูงที่กำลัง Turnaround หลังควบรวมกับ ABICO ช่วยลดต้นทุนและลดความผันผวนของธุรกิจ 2) อุตสาหกรรมน้ำผลไม้กลับมาเติบโต และ MALEE มี Marketshare ขึ้นเป็นอันดับ 1 3) MALEE มีแบรนด์น้ำมะพร้าว ที่เป็นสินค้าเด่นไทย จะมีโอกาสสูง 4) Upside ใหม่ๆ ได้แก่ การสินค้าใหม่ และอเดอร์ OEM ใหญ่ 2 รายเริ่ม 2Q25F โดยเรารวม Upside ดังกล่าวในประมาณการแล้ว

ผู้ผลิตเครื่องดื่ม ที่มีสินค้าสุขภาพสูง และธุรกิจผ่านช่วงปรับโครงสร้างแล้ว พร้อมเติบโต

MALEE เป็นผู้ผลิตเครื่องดื่ม ที่มีสินค้าสุขภาพสูงถึง 94% ของรายได้รวม สูงสุดในกลุ่มฯ (นม 42%, น้ำผลไม้ 25%, น้ำมะพร้าว 21%, ผลไม้กระป๋อง 6%) ที่มีทั้งสินค้าแบรนด์บริษัท (38%) และ OEM (62%) และรายได้ไทย/ต่างประเทศ 60%/40% โดยธุรกิจจะ Turnaround กลับสู่รอบที่ดี หลังปรับโครงสร้างองค์กรควบรวมกับ ABICO (ผลิตภัณฑ์หลักคือนม) เสร็จใน 4Q22 ทำให้ภาพธุรกิจลดความผันผวน หลังได้ Product champion เพิ่มกลุ่มนม จากเดิมมีน้ำผลไม้+น้ำมะพร้าว และรายได้สม่ำเสมอ และ Net Margin ใกล้เคียงกัน ขณะที่ ธุรกิจมีการปรับโครงสร้างครั้งใหญ่ ทั้งปรับเปลี่ยนผู้บริหาร เด่นการตลาด, ปรับลดบุคลากร+การทำงานภายใน, จัดซื้อร่วม และลดสินค้า Slow moving ไปราว 20% ของทั้งหมด มาเน้นกลุ่มขายดี โดยการโตจากนี้ จะเน้นทั้งแบรนด์ และ OEM ทั้งไทยและต่างประเทศ

น้ำมะพร้าวเป็นสินค้าเด่นไทย โครงสร้างแบรนด์ได้ โอกาสต่อยอดสูงในต่างประเทศ

น้ำมะพร้าว (21% ของรายได้) เป็น New S Curve มีจุดเด่นเป็นสินค้ามีชื่อของไทย และ MALEE มีแบรนด์น้ำมะพร้าวเป็นของตนเอง (Market share อันดับ 2 ที่ 36%) จะมีศักยภาพสูงในต่างประเทศ ซึ่งสินค้าล่าสุด (Malee coco Liposos) ขาย 7-11 มีผลตอบรับดี รวมถึงน้ำมะพร้าวเป็นโอกาสต่อยอดตลาดต่างประเทศที่เติบโตเร็ว +116% และ +60% ใน 2023 และ 8M24 ตามลำดับทั้งรูปแบบแบรนด์และ OEM ที่บริษัทจะเจาะตลาดมากขึ้น โดยเน้นในประเทศที่บริษัททำการตลาดอยู่ก่อนแล้ว (จีน, เกาหลี, สหรัฐ, อินเดีย) ทั้งนี้ MALEE เป็นผู้มียอดส่งออกน้ำมะพร้าวในจีน/เกาหลี/สหรัฐ อันดับ 3/1/2 จากไทย

Initiate Report 27 September 2024

Rating	Buy
TP 25F (PER 24x)	THB 17.7
Closing price	THB 13.2
Upside/Downside	33.8%

Fundamental Investment Analyst on Securities

Anuwat Srikajornratkul
Analyst Registration No. 045698
Anuwat.srikajornratkul@krungsrisecurities.com
02 638 5779, 02 081 2779

Pannathat Laohatanansarn
Assistant Analyst

Forecasts & Valuation

31 Dec (THB)	23A	24F	25F	26F
Revenue (mn)	7,871	8,893	9,996	10,772
EBITDA (mn)	471	657	770	874
Norm. Profit(mn)	80	324	402	479
Net Profit (mn)	80	324	402	479
EPS (THB)	0.15	0.59	0.74	0.88
EPS Growth (%)	0.00	303.3	23.8	19.2
PER (x)	89.5	22.2	17.9	15.1
BV/share	3.9	4.3	4.8	5.4
P/BV (x)	3.4	3.1	2.7	2.4
EV/EBITDA (x)	15.3	11.0	9.4	8.2
DPS (THB)	0.0	0.2	0.3	0.4
Dividend yield (%)	0.0	1.8	2.2	2.7
ROE (%)	3.8	13.9	15.3	16.2
Int. bearing D/E (x)	0.8	0.6	0.5	0.4

Sources: KSS, Company

กลุ่มน้ำผลไม้ กลับมาฟื้นตัว และMALEE ขึ้นเป็นเบอร์ 1 แล้ว

ในไทยภาพอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ เริ่มฟื้นตัว กลับมาโต 11%/10% ใน 2023/1H24 ครั้งแรกในรอบ 6 ปี จากกระแสรักสุขภาพและกลุ่ม Functional drink ลดลง โดย Market share MALEE ขึ้นเป็นเบอร์ 1 แล้วที่ 22% ใน 1H24

คาดการณ์กำไรสุทธิปี 24F-26F เติบโต +21% CAGR จากรายได้และ GPM ดีขึ้น

คาดการณ์กำไรสุทธิ 3 ปี เติบโต +21% CAGR ที่ 324 ลบ. (+303%) / 402 ลบ. (+24%) / 479 ลบ. (+19%) จากรายได้ที่กลับมาโตเฉลี่ย 10% ต่อปีใกล้เคียงเป้าหมายบริษัทที่กำหนด Double digit growth ภายใต้ U rate ขึ้นจาก 1H24 53% เป็น 64% ปี 2026F โดยสินค้าแบรนด์ เติบโตเฉลี่ย 17% และสัดส่วนสินค้าแบรนด์จะปรับขึ้นจาก 40% ปี 2023 เป็น 45% ปี 2026F (ต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด 50% ใน 3 ปีข้างหน้า) จากการต่อยอดกลุ่มน้ำผลไม้และน้ำมะพร้าว ที่บริษัทเริ่มเปิดตลาดแล้ว ขณะที่ Gross margin จะปรับเพิ่มจาก 16.3% ปี 2023 เป็น 20.5% ปี 2026F ตามสัดส่วนสินค้าแบรนด์ (Gross margin สูงกว่า OEM ราว 20%) ด้าน Outlook ระยะสั้น 2H24F บริษัทปรับราคาสินค้าแบรนด์ในไทยขึ้นเฉลี่ยราว 5% ตั้งแต่ 1 ก.ย. เพื่อชดเชยต้นทุนที่เพิ่มขึ้น โดยมอง Margin จะดีขึ้น รวมถึงสินค้าใหม่ผลตอบรับดี โดยมองกำไร 2H24F ฟื้นตัวแรง y-y (ลด h-h จาก SG&A เพิ่มขึ้น) ขณะที่ปี 2025F เริ่มเห็นทิศทางที่ดีหลังบริษัทได้ออเดอร์ OEM จากลูกค้าใหม่อีก 2 รายที่มีนัยฯ เริ่ม 2Q25F (เรารวมในประมาณการปี 25F 263 ลบ. อิง conservative)

ความเสี่ยงต่อประมาณการกำไรสุทธิ

i) ความเสี่ยงจากต้นทุนวัตถุดิบ ii) ความเสี่ยงจากความผันผวนของงาน OEM iii) ความเสี่ยงจากภาษีน้ำตาล

MALEE: ผู้ผลิตเครื่องดื่ม ที่มีสินค้าสุขภาพ สูงสุดในพอร์ต

บริษัท MALEE เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายน้ำผลไม้และเครื่องดื่มขึ้นน้ำในประเทศไทย ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1978 และเติบโตจากผู้ผลิตผลไม้กระป๋องจนได้รับการยอมรับเป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงทั้งในไทยและต่างประเทศด้านผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง โดย MALEE มุ่งเน้นการผลิตน้ำผลไม้ ผลิตภัณฑ์นม และเครื่องดื่มอื่นๆ ภายใต้แบรนด์ของตนเอง และยังรับจ้างผลิตให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบันรายได้ของ MALEE แบ่งเป็น 4 กลุ่มธุรกิจหลัก i) ธุรกิจของตราสินค้าของบริษัท มาลี กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ Brand เป็นการผลิตและจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า “มาลี” และ ตราสินค้าอื่นๆ (มาลี โคโค, เฟิร์สช้อยส์, ฟาร์มโชคชัย เป็นต้น) ii) ธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต หรือ OEM โดยมีโรงงานการผลิต 3 แห่ง คือ โรงงานสามพราน, โรงงานปากช่อง, และโรงงานที่เวียดนาม iii) ธุรกิจฟาร์มโคนม ผลิตและจัดจำหน่ายนมดิบให้ทางสหกรณ์ โดยมีฝูงโคนมกว่า 1,500 ตัว และเป็นแม่วัวที่ให้นมได้ 800 ตัวหรือเทียบเท่ากำลังการผลิตน้ำนมดิบ 3.5 ล้านลิตรต่อปี iv) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ บริการให้เช่าสำนักงาน 5 ชั้น ทั้งนี้ สัดส่วนรายได้รวมทั้งบริษัท แบ่งตามพื้นที่ไทย : ต่างประเทศ 68% : 32% , แบ่งตาม OEM : Brand 60% : 40%

หากแบ่งตามกลุ่มสินค้าปัจจุบัน MALEE มีสินค้าทั้งหมด 5 กลุ่มดังนี้

- สินค้ากลุ่มนม:** (สัดส่วน 42% ของรายได้จากการขายปี 2023) แบ่งเป็น i) 11% ภายใต้แบรนด์ของ MALEE อาทิ นมข้าวโพดตรามาลีไอศกรีม นมโคสด UHT และนมพาสเจอร์ไรส์ ตราโชคชัย และ ii) 31% จากงาน OEM ให้แบรนด์ลูกค้าต่างชาติในไทย
- สินค้ากลุ่มน้ำผลไม้** (สัดส่วน 25%) มีสัดส่วนมากจาก Brand ภายใต้ MALEE 15% และงาน OEM 9% โดยมาจากสินค้าผลไม้หลักๆ คือน้ำส้ม แอปเปิ้ล น้ำองุ่น อื่นๆ สามารถผลิตได้ทั้งในรูปแบบ UHT และนมพาสเจอร์ไรส์
- สินค้ากลุ่มน้ำมะพร้าว** (สัดส่วน 21%) เป็นงาน Brand ภายใต้ MALEE 6% และงาน OEM 16%
- สินค้ากลุ่มผลไม้กระป๋อง** (สัดส่วน 6%) เป็นกลุ่มสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของ MALEE เอง 100% อาทิเช่น ผลไม้กระป๋องตรามาลี, ผลไม้กระป๋องตราเฟิร์สช้อยส์, และผลไม้กระป๋องตราชาวสวน
- สินค้าอื่นๆ** (สัดส่วน 6%) มาจากงาน OEM สินค้าในกลุ่มชาและกาแฟ

ปัจจุบัน MALEE มีโรงงานทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ 1) โรงงานสามพราน จ.นครปฐม พื้นที่ 36 ไร่ เน้นผลิตสินค้ากลุ่มน้ำผลไม้และน้ำมะพร้าว กำลังการผลิต 250 ล้านลิตรต่อปี และมี Line การผลิตในบรรจุภัณฑ์ทั้ง 4 แบบคือ กล่องกระดาษ, ขวด PET, กระป๋อง, และซอง Pouch 2) โรงงานปากช่อง จ.นครราชสีมา พื้นที่ 55 ไร่ เป็นโรงงานเดิมของ ABICO เน้นผลิตสินค้ากลุ่มนม UHT, นมพาสเจอร์ไรส์ และน้ำผลไม้พาสเจอร์ไรส์ กำลังการผลิต 177 ล้านลิตรต่อปี 3) โรงงานเวียดนามที่ Binh Chanh จังหวัด Ho Chi Minh City เน้นผลิตน้ำผลไม้บรรจุกระป๋อง, และรับงาน OEM ในกลุ่มชาเขียวขวด PET กับเครื่องดื่มอัดลม PET กำลังการผลิต 300 ล้านลิตรต่อปี รวมกำลังการผลิต 727 ล้านลิตรต่อปี โดยมี Utilization rate ย้อนหลังอยู่ราว 30-40% ในปี 2021-2022 และขยับขึ้นมาเป็น 45% ในปี 2023 และ 53% ใน 1H24

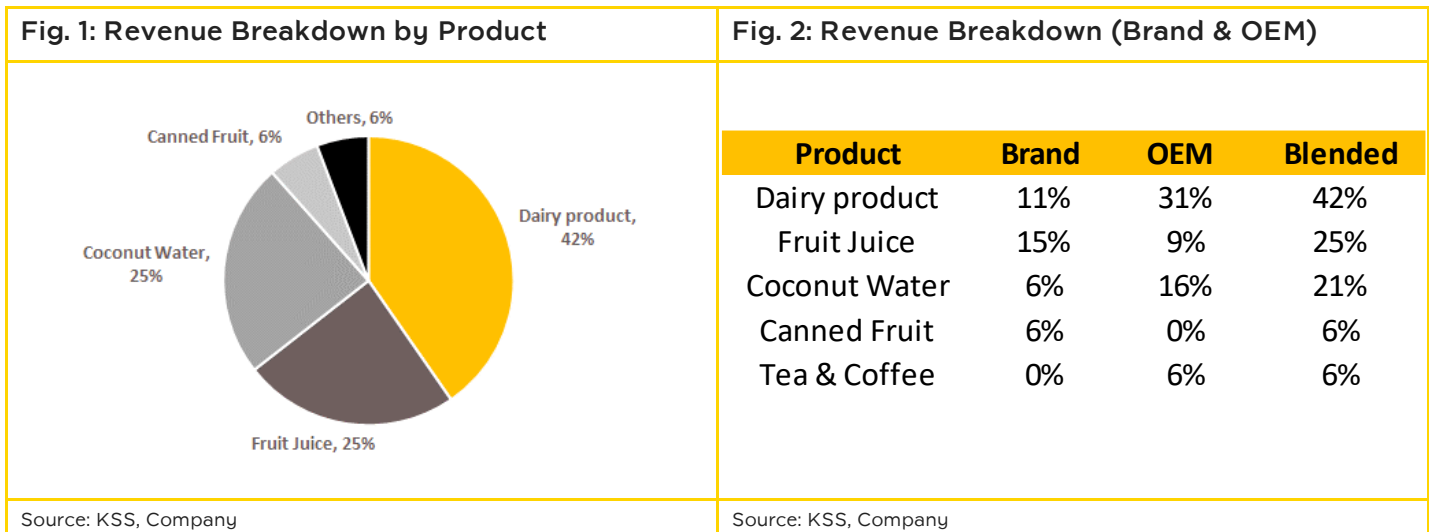
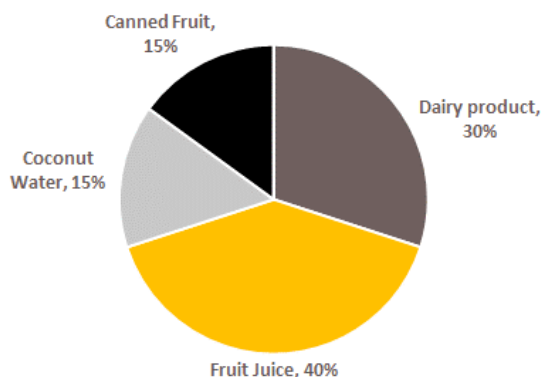
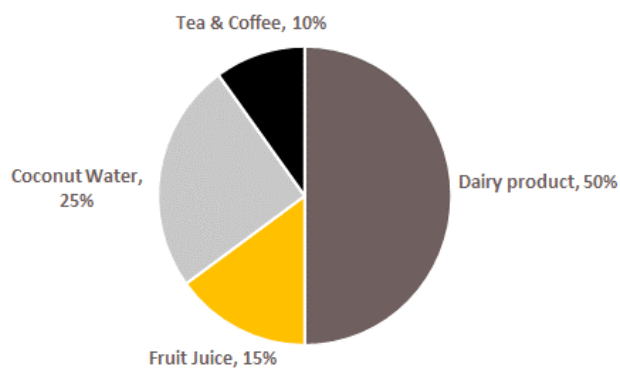


Fig. 3: Brand Sales Breakdown



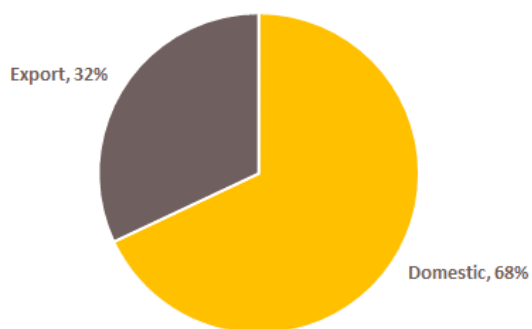
Source: KSS, Company

Fig. 4: OEM Sales Breakdown



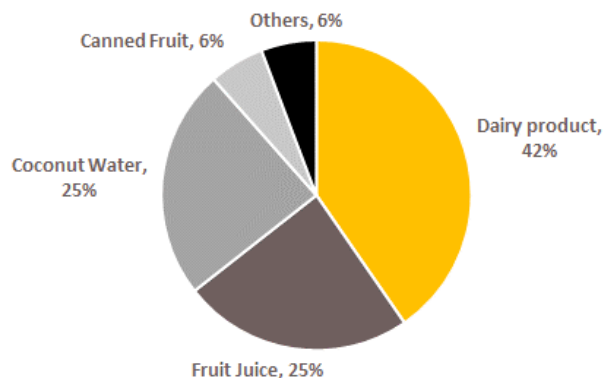
Source: KSS, Company

Fig. 5: Revenue Breakdown by Geography (Domestic & International)



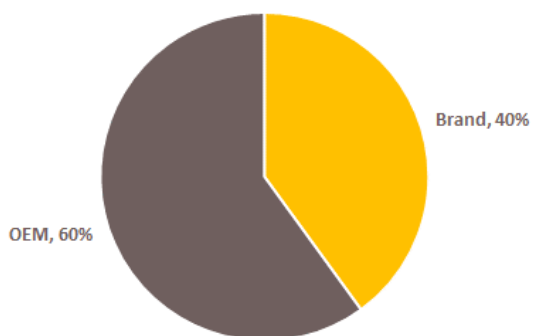
Source: KSS, Company

Fig. 6: International Branded Sales Breakdown by Countries



Source: KSS, Company

Fig. 7: Revenue Breakdown by Channel

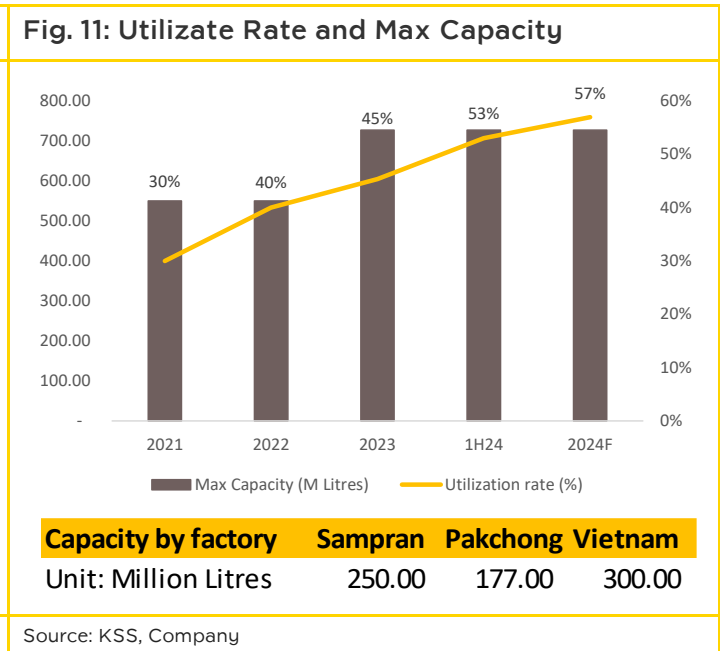
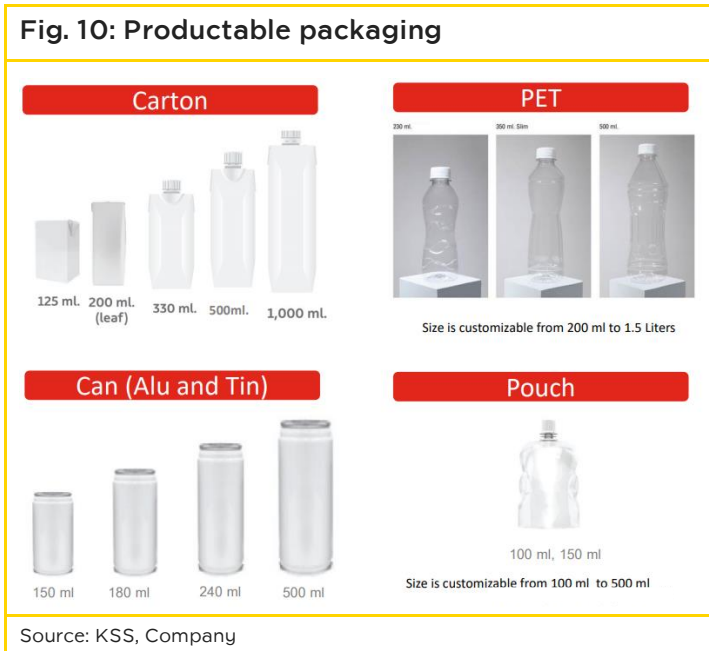
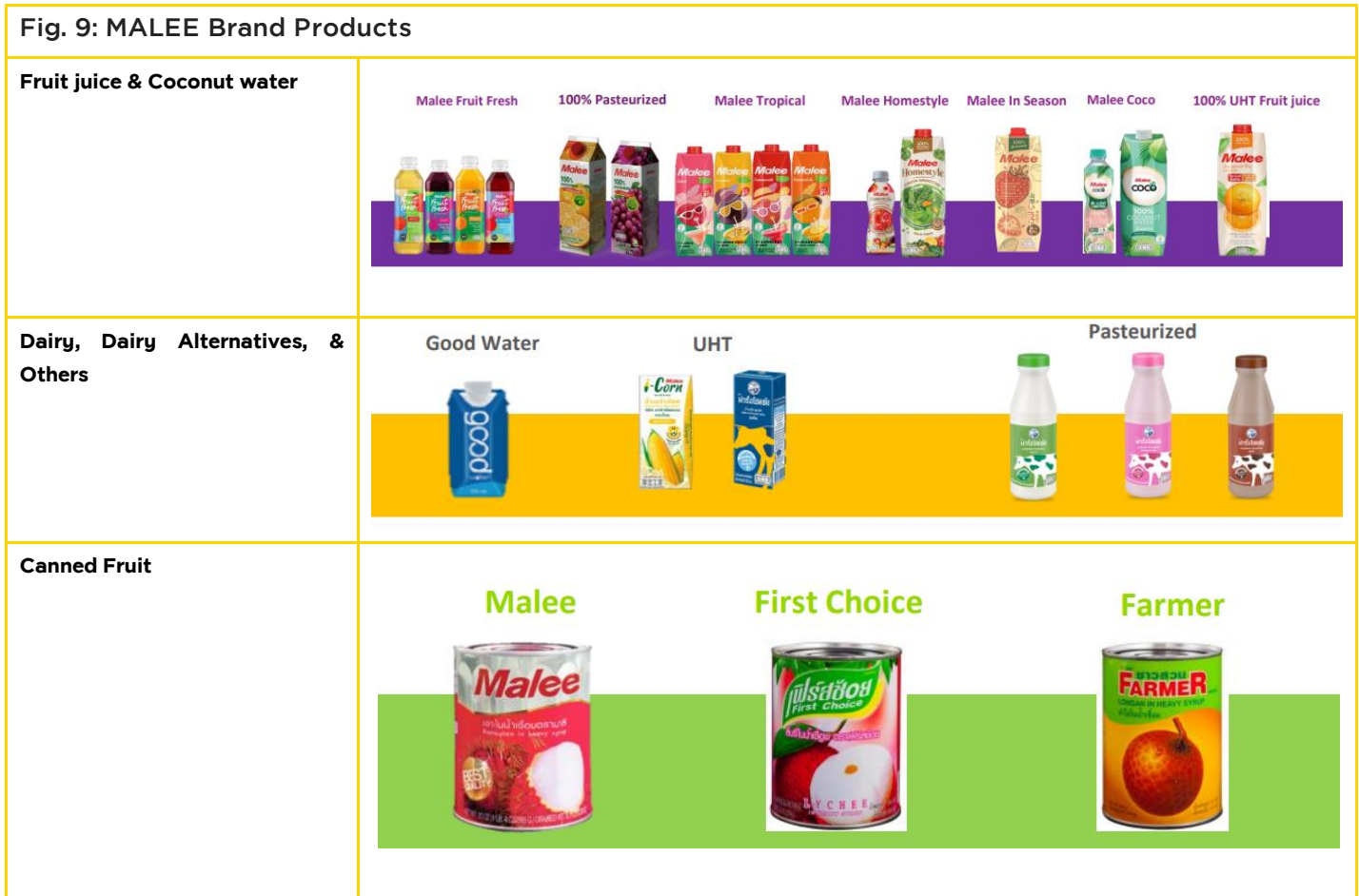


Source: KSS, Company

Fig. 8: Gross Profit & Margin Breakdown (Brand & OEM)

	2021	2022	2023	2024F	2025F	2026F
Brand Margin (%)	31.4%	27.0%	27.2%	34.0%	33.0%	32.5%
OEM Margin (%)	10.5%	9.0%	9.1%	10.5%	10.5%	10.5%
Blended Margin (%)	24.1%	16.2%	16.3%	20.0%	20.1%	20.5%
Brand Gross Profit	84.7%	66.8%	66.7%	68.7%	70.1%	72.2%
OEM Gross Profit	15.3%	33.2%	33.3%	31.3%	29.9%	27.8%
Total Gross Profit	834	1,060	1,284	1,779	2,011	2,213

Source: KSS, Company



ถึงรอบฟื้นตัว และเป็นจุดที่ดีอีกครั้งของธุรกิจ

เรามองแนวโน้มธุรกิจของ MALEE จะถึงรอบฟื้นตัว หลังขาดทุน มาตลอดช่วง 2018-2022 จากรายได้ที่ลดลงทั้งจากรายได้แบรนด์ ตามกลุ่มน้ำผลไม้ปรับตัวลง และงาน OEM โดยเริ่มเห็นจุดเปลี่ยนใน 4 ปัจจัยหลัก

- 1) การควบรวมกับบริษัท ABICO (เน้นผลิตนม) ใน 4Q22 ช่วยเพิ่มความหลากหลายของสินค้า โดยมีสินค้ากลุ่มนมเพิ่มเข้ามา ซึ่งมี Net margin ใกล้เคียงเดิม และเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้สม่ำเสมอ และลดความเสี่ยงที่ผูกติดกับ Product champions เดิม (น้ำผลไม้ + น้ำมะพร้าว) และผ่านช่วงปรับโครงสร้างแล้ว ทั้งปรับเปลี่ยนผู้บริหาร, ปรับโครงสร้างองค์กร, จัดซื้อร่วม, 1 stop service, รวมถึงปรับกลยุทธ์ลดจำนวนสินค้าที่เคลื่อนไหวซ้ำ ไปราว 20% ของทั้งหมด ช่วยให้การบริหาร Inventory และ Cash flow ดีขึ้น
- 2) กลับมามุ่งเน้น สินค้าแบรนด์ของบริษัท (น้ำผลไม้) ผ่านการตลาดจุดเด่นด้านสุขภาพ และ Market share ขึ้นมาเป็นเบอร์ 1 แล้ว และเริ่มปรับราคาสินค้าราว 5% ใน 3Q24 ขณะเดียวกัน ยังมี New S curve ใหม่ ๆ จากกลุ่มน้ำมะพร้าว (21% ของยอดขาย) เป็นสินค้าเด่นในไทย โอกาสต่อยอดตลาดต่างประเทศสูง และเติบโต และ MALEE เป็นรายเดียวในตลาดที่สร้างแบรนด์สำเร็จแล้ว
- 3) กลุ่ม OEM รับประโยชน์จากทั้งกลุ่มน้ำมะพร้าว, กลุ่มนม และล่าสุดได้รับออเดอร์ใหม่จากลูกค้าใหญ่ 2 ราย จะช่วยสร้างการเติบโตในปี 2025F
- 4) การฟื้นตัวของรายได้ในเวียดนามครั้งแรกในรอบกว่า 6 ปี ที่ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มเช่นกัน หลังปรับโครงสร้าง, เพิ่มความชำนาญ และเริ่มรับออเดอร์ได้มากขึ้น ทำให้ 1H24 กลับมามีกำไรราว 25 ลบ. จากขาดทุนราวปีละ -50 ลบ ช่วง 2 ปีที่ผ่านมาและภาพระยะยาว โรงงานเวียดนาม ที่เริ่มดีขึ้น ทำให้มีโรงงานทั้งไทยและเวียดนาม จะช่วยให้การบริหารจัดการได้ง่ายขึ้น ในการเลือกผลิตให้ตอบใจลูกค้าแต่ละโซน

จุดเปลี่ยนสำคัญจากการรวม ABICO

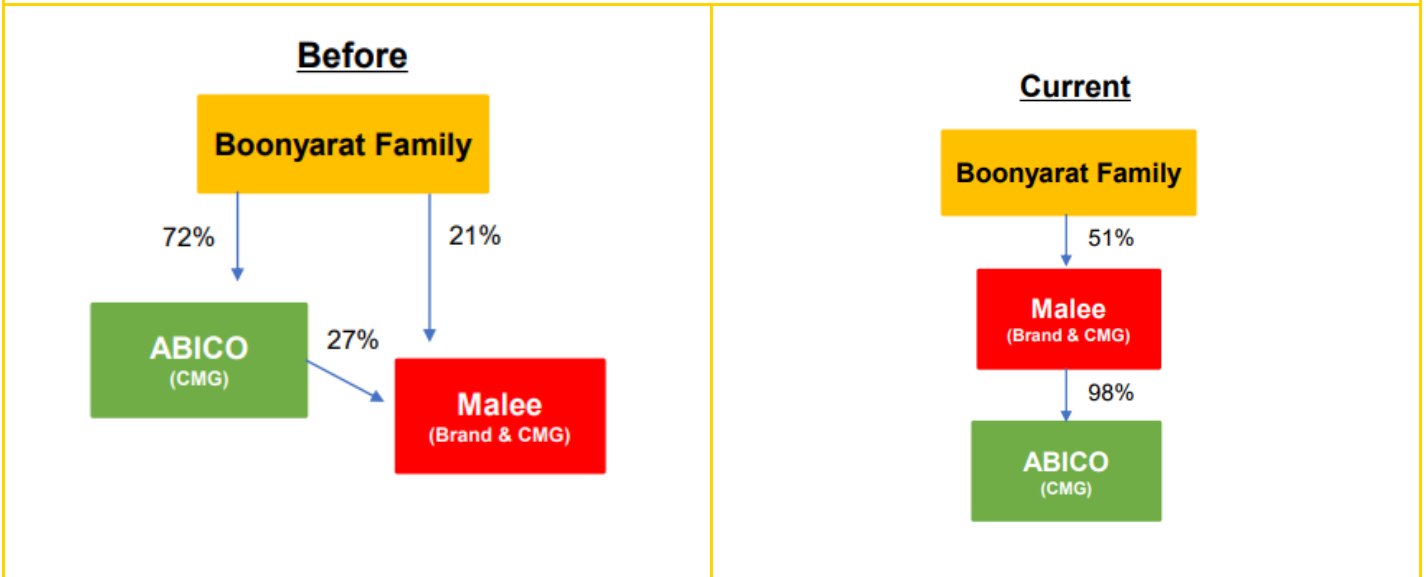
การควบรวมระหว่าง MALEE Group Public Company Limited (MALEE) และ ABICO Holdings Public Company Limited (ABICO) ซึ่งเน้นผลิตภัณฑ์นม (ส่วนใหญ่เป็น OEM) เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการในปี 2022 โดย MALEE ได้เข้าถือหุ้นใน ABICO คิดเป็นสัดส่วน 98% ของหุ้นทั้งหมด เพื่อปรับโครงสร้างบริษัทให้กลายเป็นผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์นมและอาหารเพิ่มเติมจากเดิมที่มีแค่กลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มน้ำผลไม้และผลไม้กระป๋อง ซึ่งกลุ่มนมจะมีความสม่ำเสมอของรายได้สูงกว่า แม้จะเป็นงาน OEM สะท้อนจากรายได้ของ ABICO ยังเติบโต 24% CAGR ใน 4 ปีที่ผ่านมา รวมถึงรายได้ผู้จำหน่ายสินค้านมรายใหญ่ล้วนมีรายได้ที่มั่นคง (Figure 15)

และมีการปรับกลยุทธ์การออกสินค้าใหม่จากเดิมออกปีละ 10-20 ตัวมาเหลือเพียง 1-2 ตัว และเน้น Focus ค่าใช้จ่ายทางการตลาด เฉพาะสินค้าขายดี ทำให้ช่วยลดปริมาณ Slow moving ไปราว 20% ของทั้งหมด จากเดิมมีสินค้าแบรนด์กว่า 200 Skus และทำให้จัดการ Inventory ดีขึ้น และ Cash Conversion Cycle รวมลงจาก 46 วันก่อนควบรวมมาสู่ 38 วันในปี 2023 นอกจากนี้การควบรวมดังกล่าวยังสร้าง Synergy ที่สำคัญ อาทิ

- i) ด้านต้นทุนโลจิสติกส์และ Supply chain ด้วยการ Sourcing วัตถุประสงค์ร่วมกันเพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับ Supplier ซึ่งมีส่วนช่วยให้ Gross Margin ปรับตัวดีขึ้น
- ii) ด้านต้นทุนบุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร ลดความซ้ำซ้อน โดยจำนวนพนักงานของ MALEE และ ABICO ก่อนและหลังควบรวมมีจำนวนลดลงจากทั้งหมด 1,400 เป็น 1,263 คนหรือลดลงประมาณ 150 คน คิดเป็น 10% ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และมีการทำให้ระบบหลังบ้านเป็นหนึ่งเดียวกันมากขึ้น โดยหลังปรับโครงสร้างมีการเปลี่ยน CEO มาเป็นคุณเดฟ ราชเทพ นฤหาล้า ซึ่งเป็นผู้บริหารที่มีประสบการณ์ด้านการตลาดในอุตสาหกรรม F&B และ FMCG มากกว่า 30 ปีเข้ามาช่วย บริษัทฯ
- iii) ด้านการขาย มีสินค้านำเสนอลูกค้าได้หลากหลายขึ้น ลักษณะ 1 Stop Service

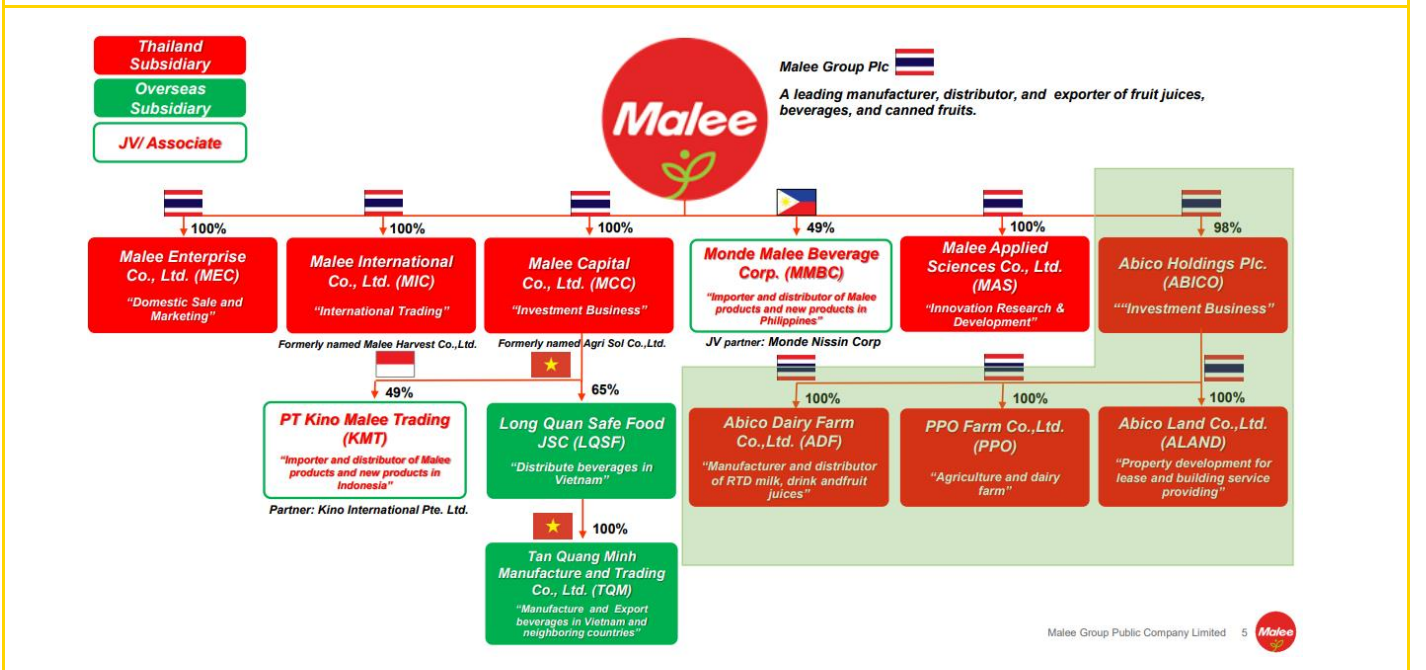
ซึ่งโดยรวม หลังปรับโครงสร้างเสร็จแล้ว บริษัทมีความพร้อมในการทำตลาดได้มากขึ้นและไวขึ้น โดยมีแผนบุกตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นหลังสามารถแข่งคู่แข่งและกลายเป็น Marketshare เบอร์ 1 ในกลุ่มน้ำผลไม้ในไทยได้

Fig. 12: Change in Shareholder Structure

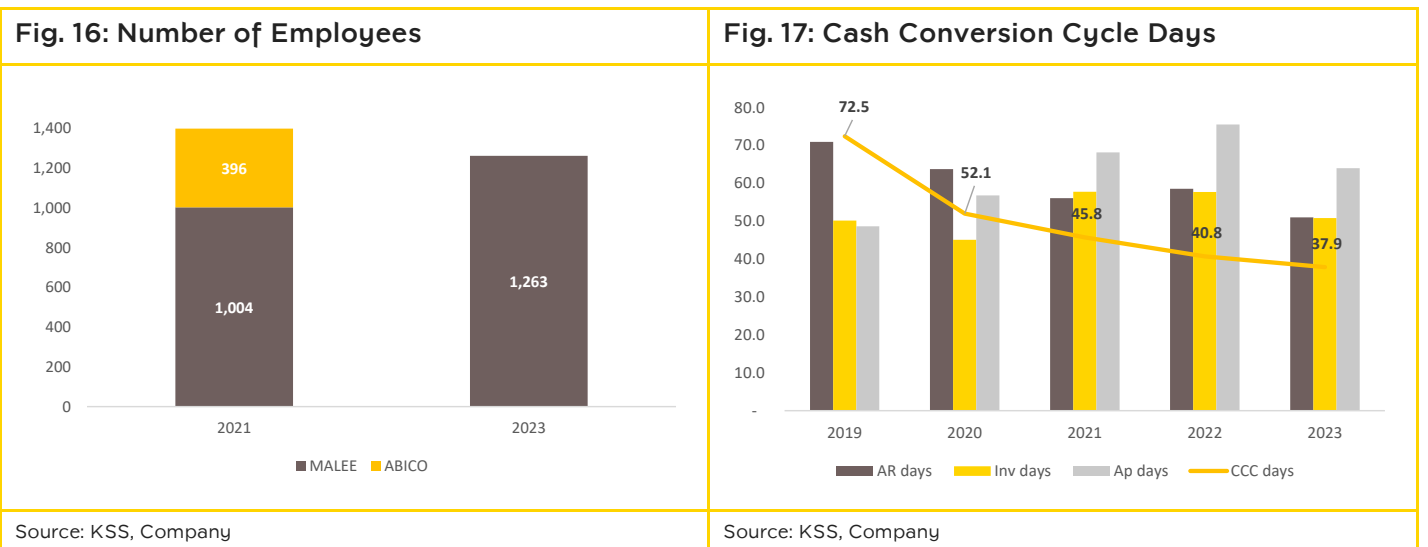
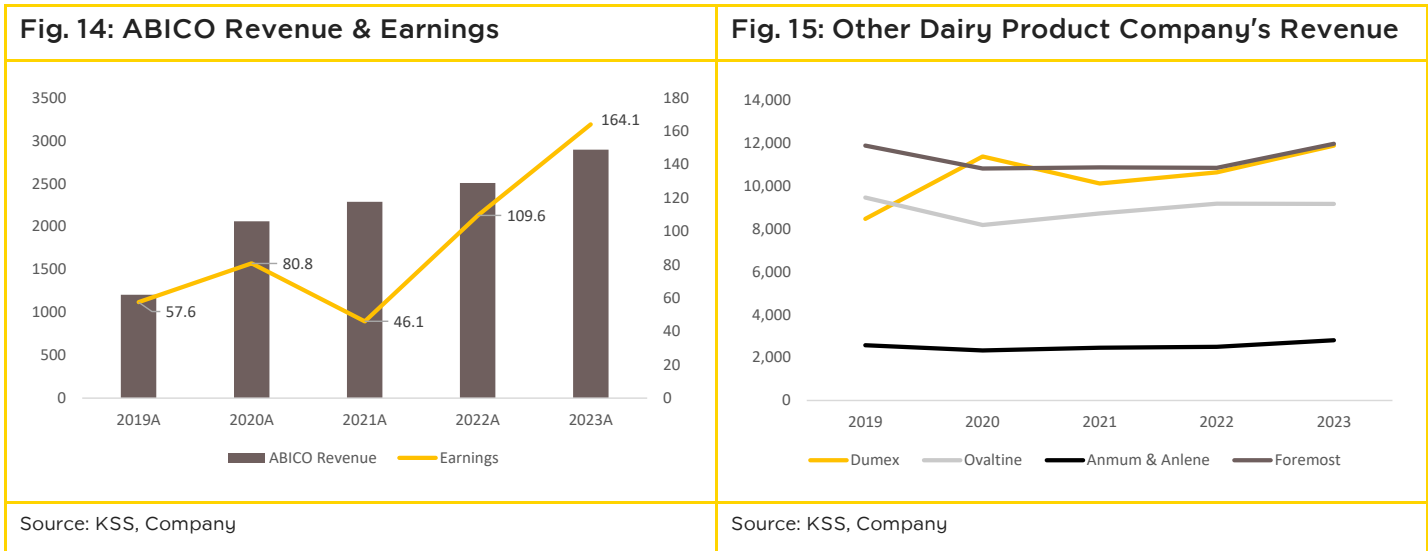


Source: KSS, Company

Fig. 13: Company Structure



Source: KSS, Company

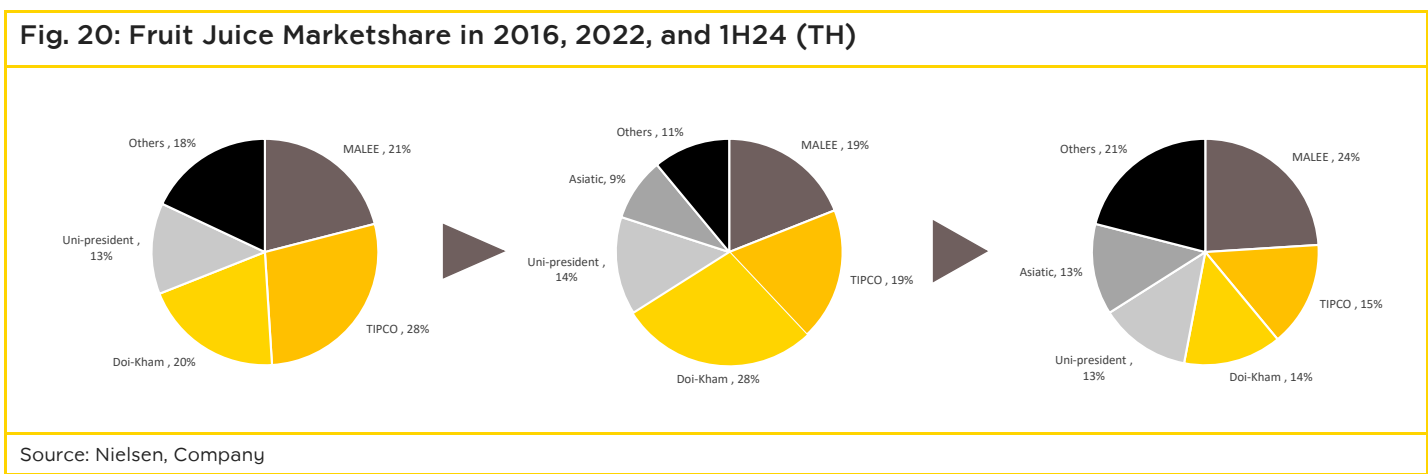
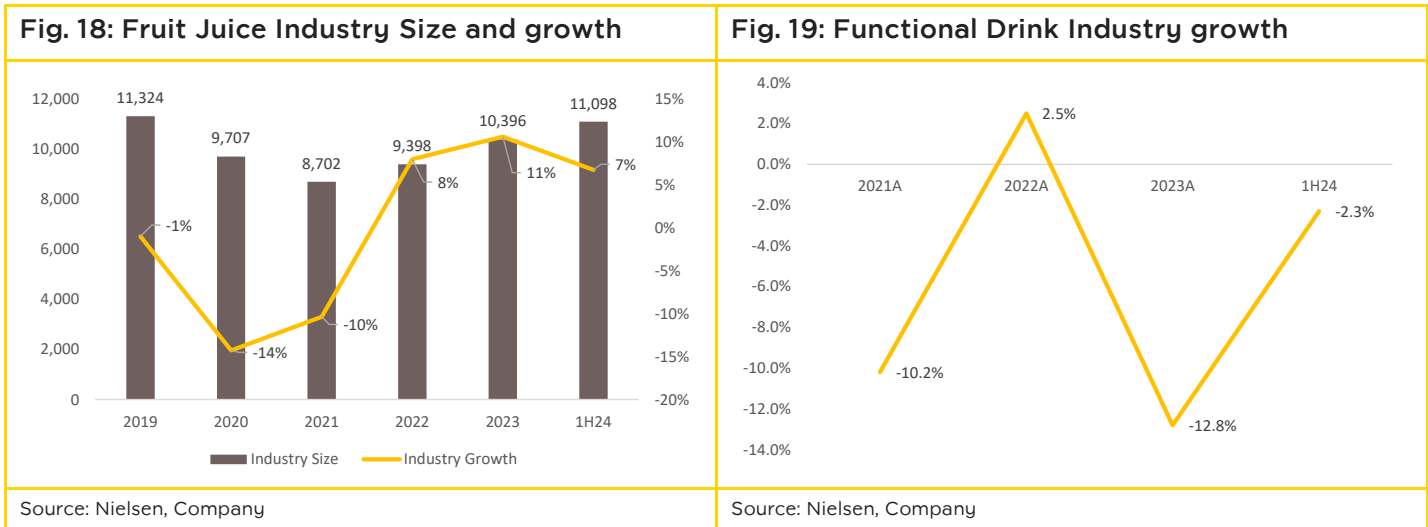


รายได้จากแบรนด์สนับสนุนด้วยกลุ่มน้ำผลไม้ และ New S-curve จากน้ำมะพร้าว

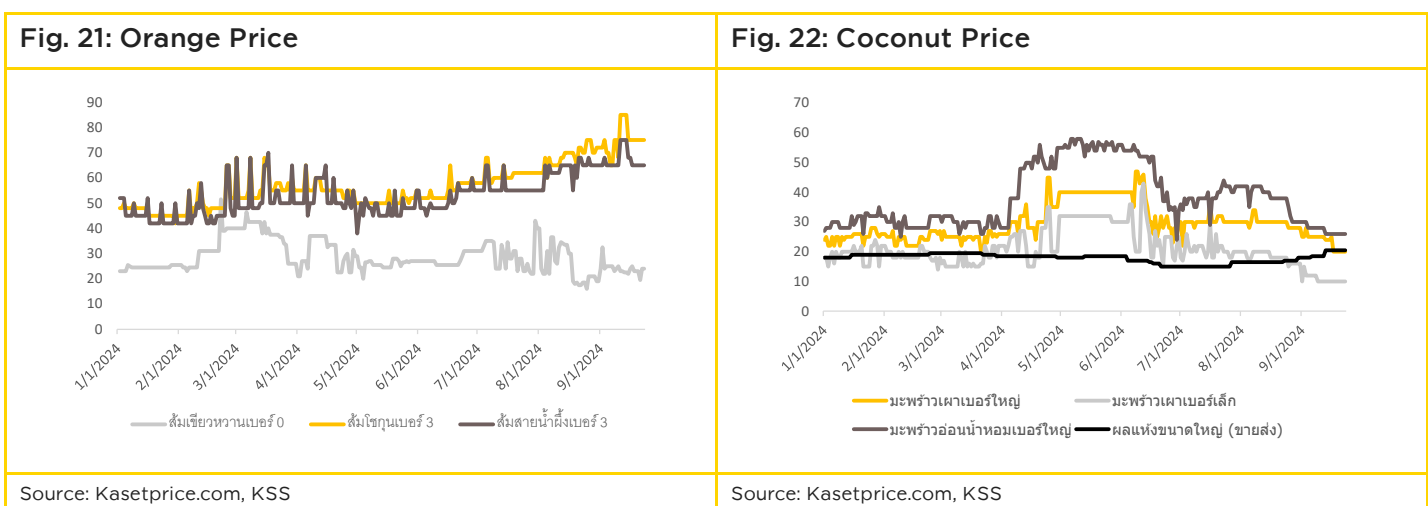
เรามองจุดเด่นจากการมี Product champions หลายสินค้า ซึ่งเป็นแบรนด์ของตนเอง (นมโชดชัย, น้ำผลไม้ + น้ำมะพร้าว แบรนด์มาลี) จะเป็นโอกาสให้กับ MALEE ในการเปิดตลาดต่างประเทศได้ดีต่อจากนี้ ในขณะที่บางกลุ่มสินค้ากำลังอยู่ในทิศทางที่เอื้อประโยชน์ต่อบริษัท ทั้งกลุ่มน้ำผลไม้ (ปั่นตัว) และกลุ่มน้ำมะพร้าว (เติบโตเร็ว) ฯลฯ

กลุ่มน้ำผลไม้กลับมาฟื้นตัว และ MALEE ขึ้นเป็นเบอร์ 1

รายได้จากสินค้าแบรนด์บริษัท มีปัจจัยสนับสนุนจากอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ โดยเฉพาะกลุ่มผลไม้ 100% เริ่มกลับมาฟื้นตัวครั้งแรกในรอบกว่า 5 ปี ในปี 2023 โดยเพิ่ม +11% y-y และ 1H24 +12% y-y โดยการเพิ่มปี 2023 4% มาจากการเติบโตของกระแสน้ำมะพร้าวในไทย และอีก 7% จากการเติบโตของน้ำผลไม้อื่นๆ จากกระแสสุขภาพ ซึ่ง MALEE ปรับการนำเสนอมาเน้นจุดเด่นด้านสารที่ให้คุณค่าในน้ำผลไม้ กลุ่มชายตีมากขึ้น อาทิ แคมเปญ น้ำส้มเอสเพอริตตี รวมถึงอีกเหตุผลคาดมาจากกลุ่ม Functional drink (น้ำวิตามิน) ที่เริ่มชะลอตัว หลังโตแรงช่วงหลังโควิด โดยล่าสุดตั้งแต่ปี 2023 น้ำผลไม้แบรนด์ MALEE มี Market share ขึ้นเป็นเบอร์ 1 ของตลาดแล้วที่ 21% และเพิ่มสู่ 24% ใน 1H24



ขณะที่ การบริหารจัดการด้านต้นทุนวัตถุดิบ บริษัทล็อคสัญญายาว 1 ปี ทั้งปริมาณและราคา โดยจัดหาจากหลายทวีปทั่วโลก เพื่อกระจายความเสี่ยงในช่วงบางแหล่งราคาสูงจากภูมิอากาศ สำหรับผลไม้เกือบทั้งหมด ยกเว้น มะพร้าว ที่ไม่ได้ล็อคราคา โดยอิงตามราคาตลาด ณ ขณะนั้น โดยล่าสุดบริษัทปรับเพิ่มราคาสินค้ากลุ่มน้ำผลไม้ (ไม่รวมน้ำมะพร้าว) ขึ้นมาราว 5-9% ตั้งแต่ 1 ก.ย.24เพื่อบริหารต้นทุนที่ปรับขึ้นในช่วงปีนี้ โดยเป็นการปรับขึ้นของทุกผู้ประกอบการน้ำผลไม้ 100% (ปรับราคาล่าสุดราว 2 ปีที่แล้ว)



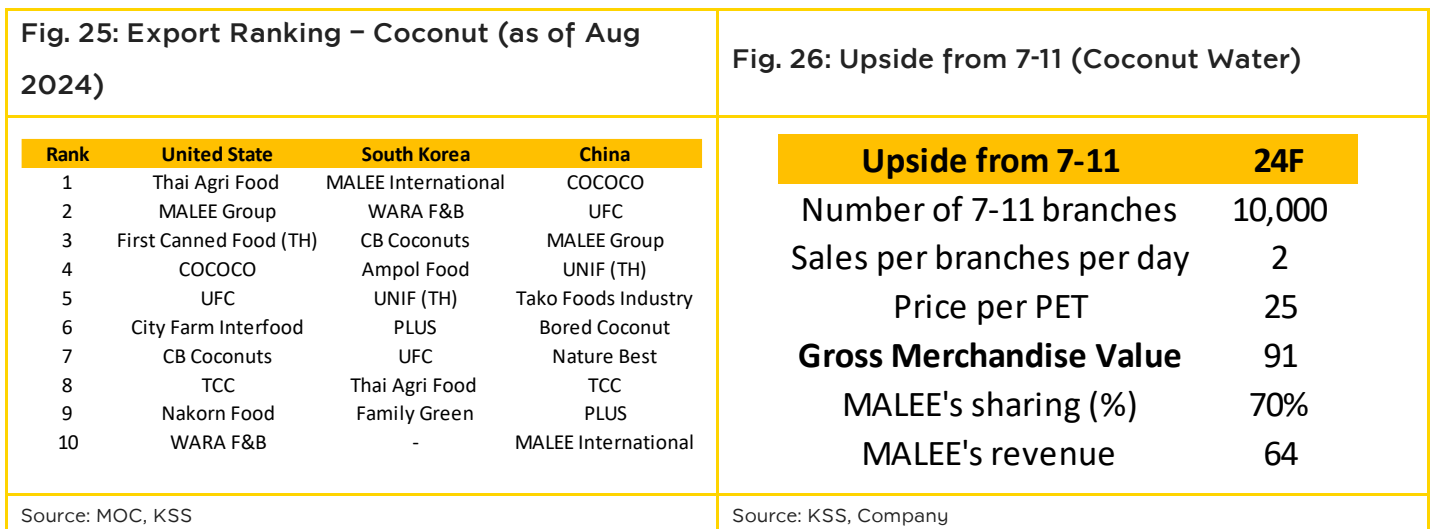
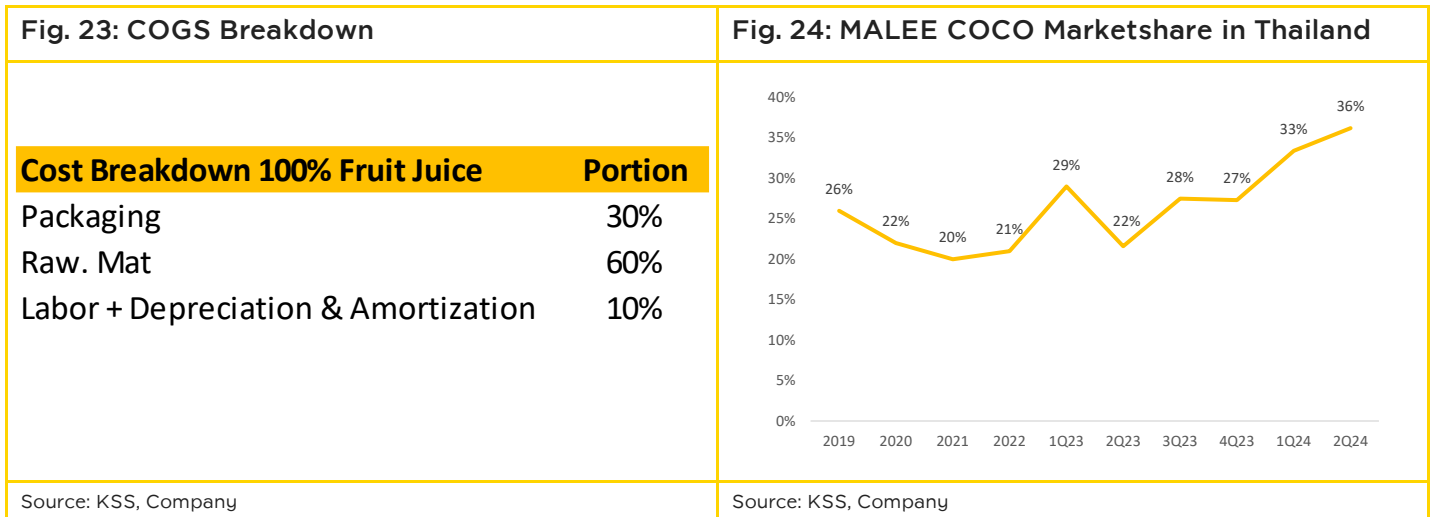
น้ำมะพร้าว New S curve และเป็นสินค้าเด่นจากไทย MALEE มีจุดแข็งในด้านมีแบรนด์เป็นของตนเอง Potential สูง

น้ำมะพร้าว ซึ่งเป็นหนึ่งในสินค้าไทยที่มีชื่อเสียงในระดับโลก จุดเด่นคือมีสรรพคุณช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นฟื้นฟูพลังงานหลังออกกำลังกาย มีแคลอรีต่ำ และอุดมไปด้วยแร่ธาตุและสารต้านอนุมูลอิสระ เหมาะสำหรับผู้ที่รักสุขภาพ นักกีฬา และผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก โดย

1) Volume ยอดส่งออกน้ำมะพร้าวในต่างประเทศในประเทศลูกค้ำหลักคือประเทศจีน/สหรัฐฯ/เกาหลี YTD เติบโตสูงถึง 101%/ 29%/ 16% y-y ตามลำดับ โดยเทียบผู้ประกอบการอื่นในไทย MALEE อยู่ในอันดับ 2 ในสหรัฐฯ, อันดับ 3 ในจีน, และอันดับที่ 1 ในเกาหลีใต้ ซึ่งส่วนมากมาจากงาน OEM และด้วยปริมาณกำลังการผลิตที่สูง และคุณภาพสินค้าที่เทียบเท่าระดับโลก MALEE จึงถูกเลือกเป็น Brand ส่งออกที่ลูกค้ำต่างชาตินิยม

2) การขายสินค้าแบรนด์น้ำมะพร้าวในประเทศ แม้ตลาดยังเล็กราว 1 พันลบ. (10% ของตลาดผลไม้รวม) แต่เติบโตเร็ว ปี 23 +70%, 1H24 +68% y-y ซึ่งแบรนด์ MALEE เป็นรายแรกที่ตลาด สามารถครองจุดจำหน่ายได้กว้างขวาง และปัจจุบัน มี Market share เพิ่มขึ้นจาก 26% ปี 2019 มาที่ 36% ใน 2Q24 และเป็นลำดับที่ 2 ของไทย และกำลังเริ่มทำตลาดน้ำผลไม้และน้ำมะพร้าวภายใต้ Brand MALEE ในจีน เกาหลี และประเทศในแถบเอเชียอื่นๆ อีกครั้ง เรายมอง MALEE มีศักยภาพในการเปิดตลาดสูง จากมะพร้าวเป็นสินค้ามีชื่อของไทย และ MALEE เป็นแบรนด์เด่นในไทยที่นักท่องเที่ยวรู้จักอย่างดี รวมถึงรสชาติที่ทำได้ดี

นอกจากนี้ล่าสุด MALEE มีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปได้จากการเปิดตัวผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าวใหม่ที่มีส่วนผสมของสาร Liposol โดยเป็นสินค้าที่มาจากการพัฒนาความร่วมมือกับ 7-11 ที่สามารถเพิ่มยอดขายได้ อีกทั้งอัตรากำไรของสินค้าน้ำมะพร้าวใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นแบรนด์ของตัวเอง และปัจจุบันผลตอบรับค่อนข้างดี โดยเรารวม Upside ดังกล่าวเข้ามาในประมาณการภายใต้สมมติฐาน 1) วางขายใน 7-11 รว 10,000 สาขา 2) ยอดขายต่อสาขา 2 ขวดต่อสาขาต่อวัน 3) ส่วนแบ่งรายได้ให้ 7-11 ที่ 30% คิดเป็นรายได้ส่วนเพิ่มอีกราว 64 ลบ. ในปี 2H24F



นมแบรนด์โชคชัยแนวโน้มเติบโตในต่างประเทศ

MALEE ถือว่าทำการตลาดนมแบรนด์ โชคชัย ในกัมพูชา ได้ดี จากการเข้าไปในตลาดมานานกว่า 10 ปี โดยยอดส่งออกนมยูเอชที จากไทยไปกัมพูชา ยังเติบโต +17% ในปี 2023 และ +12% 8M24 โดย MALEE มียอดส่งออกสูงเป็นลำดับที่ 3 จากผู้ประกอบการไทยที่ส่งไปกัมพูชา

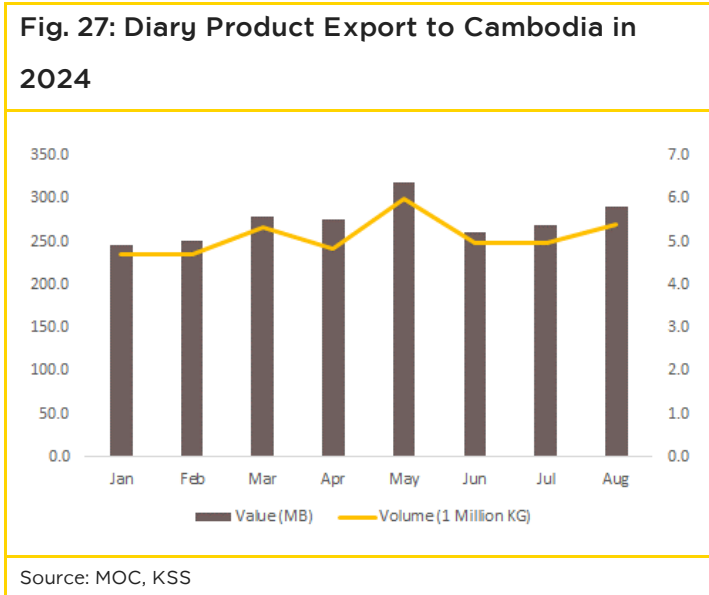


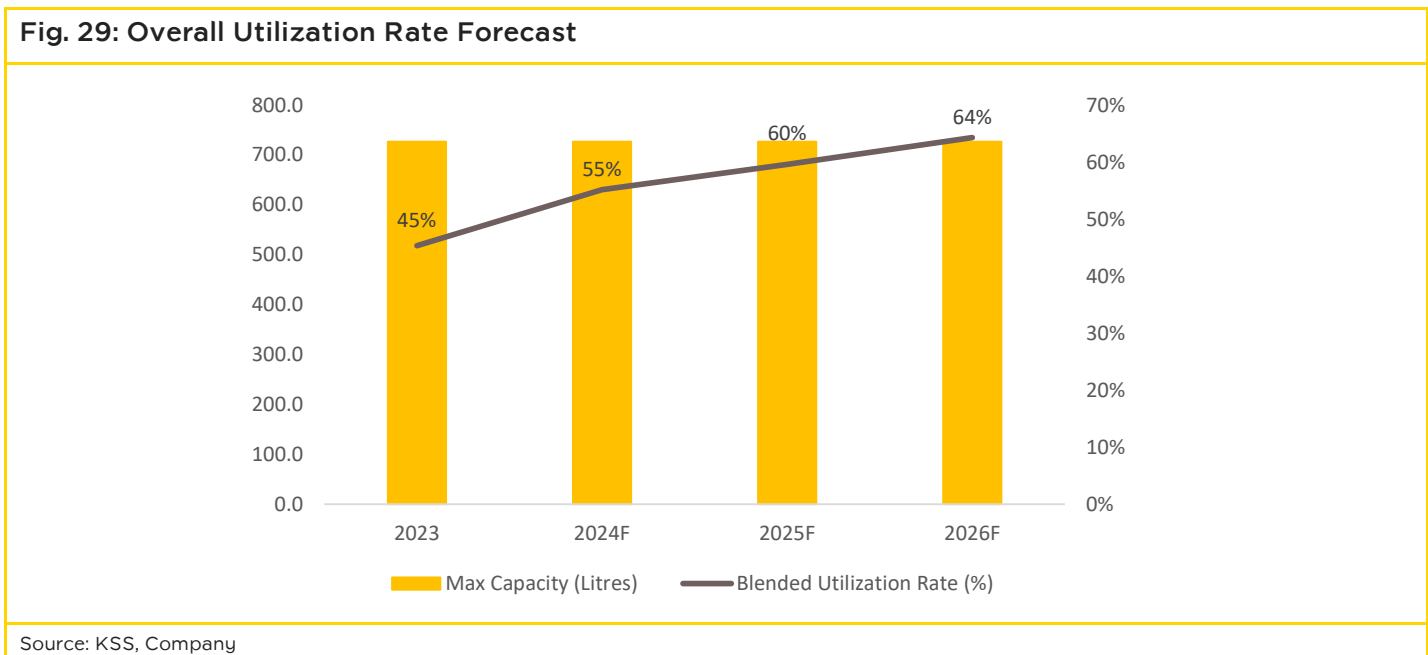
Fig. 28: Export Ranking – Dairy Product

Rank	Cambodia	Myanmar
1	Foremost	Foremost
2	Dumex	Two Twin Import
3	MALEE International	Suwansub Import
4	DPO	DPO
5	Tradico	Jts Export
6	Gobthanadesh	Thanutnan Trading
7	Major King International	MALEE International
8	Teerapat Intertrading 2014	Siam Shin Trading
9	Prakobpech Import Export	Ei Fan Fong Zin
10	S.Inone Inter	LCH Marketing

Source: MOC, KSS

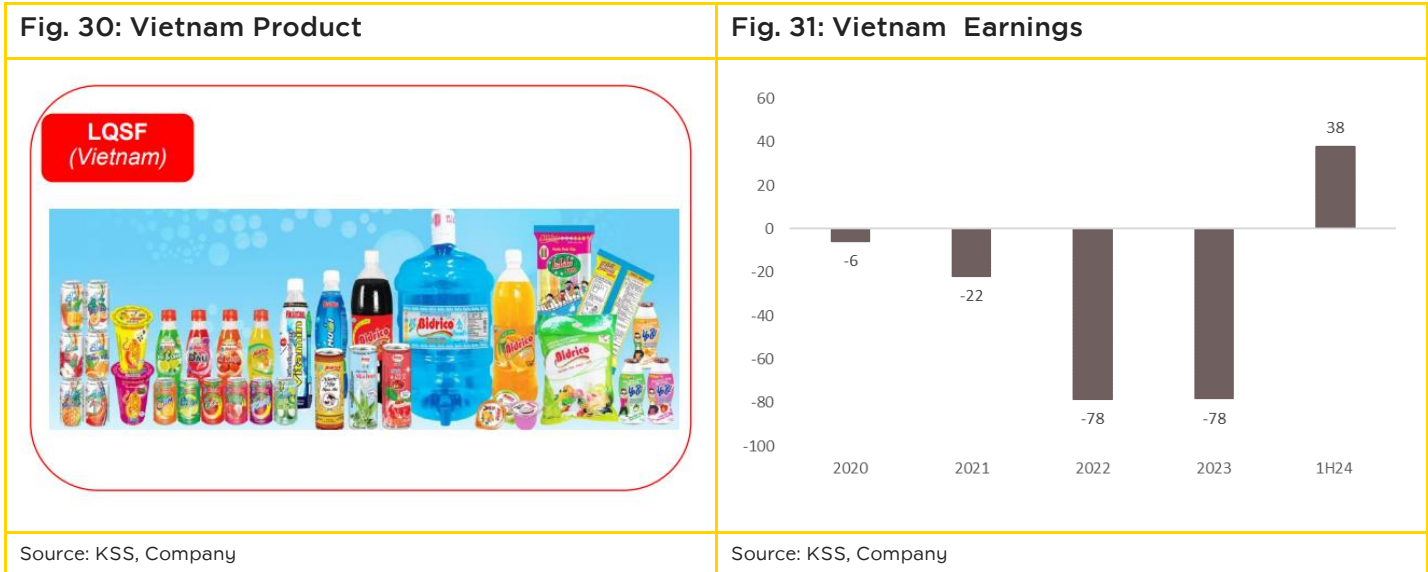
OEM รับงานใหญ่จาก 2 ลูกค้าใหม่ เริ่มปี 2025

แนวโน้มรายได้จากงาน OEM ช่วงถัดไป คาดยังเป็นขาขึ้น โดยเราประเมินรายได้ OEM ปี 2024-25F เพิ่ม 14% / 11% ตามลำดับ (1H24 + 25% y-y) จากทั้งโรงงานเวียดนามที่พร้อมในการรับงาน และกลุ่มน้ำมะพร้าวยังมี Demand ที่สูง รวมถึงลูกค้า OEM กลุ่มนมและล่าสุดบริษัทได้รับงาน OEM จากลูกค้าใหม่อีก 2 ราย จะเริ่มใน 2Q25 ซึ่งบริษัทเผยว่าเป็นงานขนาดใหญ่พอสมควร มี 1 ราย จะขึ้นมาติด Top 5 ของงาน OEM (Top5 คิดเป็นราว 80-90% ของงาน OEM รวม จากลูกค้า OEM ทั้งหมด 30 ราย) โดยเราคาดการณ์เบื้องต้น มูลค่างานราว 350 ลบ. รับรู้ 9 เดือน เหลือราว 260 ลบ. คิดเป็น 5% ของงาน OEM และ 3% ของรายได้รวม ซึ่งรวมในประมาณการปี 2025F แล้วขณะที่รูปแบบการปรับราคา คาดเป็นลักษณะเดียวกันกับงาน OEM ทั่วไปคือรูปแบบ Cost plus (ปรับราคาตามต้นทุนที่เปลี่ยนไป โดยมี Lag time 1-3 เดือน)



รายได้จาก Vietnam พลิกมากำไรในรอบ 6 ปี

หลัง MALEE เข้าลงทุนธุรกิจเวียดนาม 2018 ถือ 65% ในบริษัท Long Quan Safe Food (LQSF) ซึ่งผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มหลายประเภท อาทิ น้ำผลไม้, น้ำอัดลม, น้ำเปล่า, เครื่องดื่มชูกำลัง, ชาเขียว ฯลฯ ซึ่งโรงงานตั้งอยู่ใน โฮจิมินห์ และมี Capacity สูงใกล้เคียงโรงงานในไทยที่ 300 ล้านลิตร/ปี และ U Rate ใกล้เคียงค่าเฉลี่ยที่ 40-50% แต่ช่วง 5 ปีแรกยังสร้างรายได้น้อยราว 500-600 ลบ. เนื่องจากเน้นจำหน่ายสินค้าราคาต่ำ ทำให้มีผลประกอบการขาดทุนเรื่อยมา แต่หลังปรับโครงสร้าง MALEE เข้าไปช่วยในเรื่องการเพิ่มทักษะ, ประสิทธิภาพ และเริ่มพร้อมในการหารายได้จากงาน OEM เข้ามาเพิ่มขึ้น ทำให้ช่วง 1H24 พลิกมีกำไรจากเวียดนามแล้ว 25 ลบ. (คิดตามสัดส่วน MALEE ถือ 65%) จากขาดทุนราว -50 ลบ. ใน 2022-23 ขณะเดียวกัน ภาพระยะกลางยาว หลังโรงงานเริ่มผลิตได้ดีขึ้น และจุดเด่นโครงสร้างต้นทุนที่ถูก เชื่อว่า จะทำให้ MALEE บริหารจัดการทรัพยากร ในการเลือกผลิตแต่ละโรงงานได้เกิดประสิทธิภาพตอบโจทย์ลูกค้าแต่ละโซน



คาดปี 2024F-26F กำไรสุทธิเติบโต +21% CAGR

คาดกำไรสุทธิ 3 ปี เติบโต +21% CAGR ที่ 324 ลบ. (+303%) / 402 ลบ. (+24%) / 479 ลบ. (+19%) จากรายได้ที่กลับมาโตเฉลี่ย 10% ต่อปี ใกล้เคียงเป้าหมายบริษัทกำหนด Double digit growth ภายใต้ U rate ขึ้นจาก 1H24 53% เป็น 64% ปี 2026F โดยสินค้าแบรนด์ เติบโตเฉลี่ย 17% และสัดส่วนสินค้าแบรนด์จะปรับขึ้นจาก 40% ปี 2023 เป็น 45% ปี 2026F (ต่ำกว่าเป้าบริษัทที่กำหนด 50% ใน 3 ปีข้างหน้า) จากการต่อยอดกลุ่มน้ำผลไม้และน้ำมะพร้าว ที่บริษัทเริ่มเปิดตลาดแล้ว ขณะที่ Gross margin จะปรับเพิ่มจาก 16.3% ปี 2023 เป็น 20.5% ปี 2026F ตามสัดส่วนสินค้าแบรนด์ (Gross margin สูงกว่า OEM ราว 20%) ด้าน Outlook ระยะสั้น 2H24F บริษัทปรับราคาสินค้าแบรนด์ในไทยขึ้นเฉลี่ยราว 5% ตั้งแต่ 1 ก.ย. เพื่อชดเชยต้นทุนที่เพิ่มขึ้น โดยมอง Margin จะดีขึ้น รวมถึงสินค้าใหม่ผลตอบรับดี โดยมองกำไร 2H24F พื้นตัวแรง y-y (ลด h-h จาก SG&A เพิ่มขึ้น) ขณะที่ปี 2025F เริ่มเห็นทิศทางที่ดีหลังบริษัทได้ออเดอร์ OEM จากลูกค้าใหม่อีก 2 รายที่มีนัยฯ เริ่ม 2Q25F (เรารวมในประมาณการปี 25F 263 ลบ. จึง conservative)

แนะนำ BUY จาก TP25F ที่ PER 24x

แนะนำ “Buy” ที่มูลค่าพื้นฐานของ MALEE ปี 2025F ที่ 17.7 บาท/หุ้น ด้วยวิธี PER25F 24 เท่า ใกล้เคียง PER ของกลุ่มเครื่องดื่มที่ 23 เท่า และหากคิดบน PEG จะเทียบเท่ากับ 1.2 เท่า บนการเติบโตเฉลี่ย 3 ปีข้างหน้า 21% ต่อปี ทำให้มี discount จากกลุ่ม (SAPPE, ICHI, CBG, OSP) ที่ PEG เฉลี่ย 1.5 เท่าและเติบโต 15% ต่อปี หุ้นมีความน่าสนใจ จากภาพธุรกิจถึงรอบฟื้นตัว และมีแบรนด์สินค้าเด่นหลายกลุ่ม โดยเฉพาะนมมะพร้าว

Financial statements

Profit & Loss Statement

Year-end 31 Dec (THBmn)	FY21	FY22	FY23	FY24F	FY25F	FY26F
Revenue	3458	6537	7871	8893	9996	10772
Cost of goods sold	2624	5477	6587	7114	7985	8559
Gross profit	834	1060	1284	1779	2011	2213
SG&A	924	1050	1139	1295	1420	1524
EBIT	-90	10	145	484	591	689
Depreciation & amortisation	181	263	264	136	142	148
EBITDA	119	302	471	657	770	874
Interest expense	-76	-85	-83	-84	-76	-68
Other income	31	33	73	40	40	40
Pre-tax profit (loss)	-137	-46	123	436	552	657
Income tax	16	-113	-67	-80	-110	-131
Forex gain (loss)	4	-5	2	-	-	-
Other extraordinary Items	-	-	-	-	-	-
Gn (Ls) from affiliates	-6	0	-13	-3	-3	-3
Minority interests	-8	71	-24	32	40	47
Net profit (loss)	-114	-230	80	324	402	479
Normalised net profit (loss)	-114	-230	80	324	402	479
Reported EPS (THB)	-0.41	-0.83	0.15	0.59	0.74	0.88

Consolidated Balance Sheet

Year-end 31 Dec (THBmn)	FY21	FY22	FY23	FY24F	FY25F	FY26F
Cash & ST Investments	80	98	327	324	472	703
Accounts Receivable	650	1204	1228	1340	1506	1623
Inventory	554	835	725	780	875	938
Other Current Assets	53	65	66	66	66	66
Total Current Assets	1337	2203	2346	2510	2919	3331
Investment in JV-Associates	14	14	13	10	7	4
Fixed Assets	1582	2368	2281	2243	2220	2192
Right Of Use	439	503	435	391	348	304
Other Assets	530	462	455	446	436	0
Total Assets	4046	5619	5537	5608	5939	6267
Accounts Payable	652	1216	1211	1364	1531	1641
Short-term Loan and Overdraft	1128	1400	702	702	702	702
Current Portion of Long-Term Loans	22	46	122	100	100	100
Current Portion of Lease Liabilities	41	69	48	21	21	21
Other Current Liabilities	131	112	94	94	94	94
Total Current Liabilities	1974	2843	2176	2281	2448	2558
LT Loans	795	774	783	561	461	361
Lease Liabilities	224	182	133	95	78	61
Other Liabilities	296	323	331	331	331	331
Total Liabilities	1316	1279	1247	987	870	753
Paid-up Capital	138	276	276	276	276	276
Share Premium	-	1362	1362	1362	1362	1362
Retained Earnings	252	51	255	450	691	978
Other Adjustments	0	0	0	0	0	0
Total Equity	644	1412	2040	2235	2476	2763
Minority Interest	112	85	73	106	145	193
Total Liabilities and Equity	4046	5619	5537	5608	5939	6267

Source: Company filing , KSS estimates

Cashflow (THBmn)

Year-end 31 Dec	FY21	FY22	FY23	FY24F	FY25F	FY26F
Net Profit	(113.9)	(230.0)	80.5	324.4	401.6	478.6
Forex & other extraordinary adjustment	(136.7)	24.6	(24.6)	449.2	10.8	(20.7)
Depreciation & amortization	180.6	262.9	264.2	135.8	141.8	147.8
Equity Income from JV/Assoc.	12.0	27.0	6.0	0.0	13.4	3.0
Net change in working capital & others	399.5	122.2	26.9	(302.1)	61.8	(13.3)
Net operating cash flows	75.0	180.0	430.7	429.3	478.4	585.8
Net capital expenditure	(34.3)	(67.5)	(112.8)	(90.0)	(110.0)	(110.0)
Free cash flow	40.7	112.4	317.9	339.3	368.4	475.8
Other items	(30.6)	193.1	16.3	(244.6)	(100.0)	(100.0)
Debt issue	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Equity issue	0.0	0.0	0.0	(129.8)	(160.7)	(191.5)
Dividend paid	0.0	(334.0)	(80.0)	32.1	39.7	47.3
Net financing cash flows	(30.6)	(140.9)	(63.7)	(342.3)	(220.9)	(244.1)
Net cash / (Debt) at beginning	10.1	(28.5)	254.3	(3.0)	147.5	231.7
Net cash	83.7	80.3	98.1	327.1	324.1	471.6
Net Cash / (Debt) at ending	80.3	98.1	327.1	324.1	471.6	703.3

Valuation and ratio analysis

Per Share (THB)						
EPS	-0.41	-0.83	0.15	0.59	0.74	0.88
DPS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.24	0.29
BVPS	2.74	5.43	3.87	4.29	4.80	5.42
EV	5508.3	5764.9	8484.0	8242.4	7994.9	7663.2
Multiplier (x)						
PER	-32.0	-15.8	89.5	22.2	17.9	15.1
P/BV	4.8	2.4	3.4	3.1	2.7	2.4
EV/EBITDA	46	19	18	13	10	9
Dividend yield (%)	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	2.2
Growth (%)						
Sales growth	-10.6%	89.0%	20.4%	13.0%	12.4%	7.8%
EBITDA growth	34%	153%	56%	39%	17%	13%
Normalised profit growth	-43%	102%	-135%	303%	24%	19%
Net profit growth	-43%	102%	-135%	303%	24%	19%
EPS growth	-43%	102%	-118%	303%	24%	19%
Profitability Ratio (%)						
Gross margin	24.1%	16.2%	16.3%	20.0%	20.1%	20.5%
EBITDA margin	3.4%	4.6%	6.0%	7.4%	7.7%	8.1%
EBIT margin	-2.6%	0.2%	1.8%	5.4%	5.9%	6.4%
Net margin	-3.3%	-3.5%	1.0%	3.6%	4.0%	4.4%
ROE	-15.1%	-15.4%	3.8%	13.9%	15.3%	16.2%
ROA	-2.8%	-4.1%	1.5%	5.8%	6.8%	7.6%
ROCE	-2.2%	0.2%	2.6%	8.6%	9.9%	11.0%
Asset Utilization (x)						
Fixed asset turnover	2.19	2.76	3.45	3.97	4.50	4.92
Receivable turnover	5.56	7.05	6.47	6.64	6.64	6.64
Inventory turnover	4.78	7.89	8.44	9.13	9.13	9.13
Payable turnover	4.24	5.86	5.43	5.21	5.21	5.21
Liquidity ratio (x)						
Current ratio	0.68				1.19	
Quick ratio	0.37					
Leverage ratios (x)						
Liabilities / equity	4.35	2.75	1.62	1.40	1.27	1.12
Interest-bearing debt / equity	2.57	1.48	0.76	0.58	0.48	0.39
Interest coverage	-1.18	0.12	1.74	5.73	7.75	10.08
Debt service coverage	-	0.17	0.30	0.45	0.57	0.71

Source: Company filing, KSS estimates

คำแนะนำการลงทุน และความหมายของคำแนะนำการลงทุน

Stock Rating หมายถึง การให้คำแนะนำการลงทุนของบริษัท แบ่งเป็น 4 ระดับ

Buy หมายถึง ราคาพื้นฐานสูงกว่าราคาตลาด 15%

Trading Buy หมายถึง ราคาพื้นฐานสูงกว่า ราคาตลาดระหว่าง 5% - 15%

Neutral หมายถึง ราคาพื้นฐานสูงกว่าราคาตลาดไม่เกิน 5% หรือต่ำกว่าราคาตลาดไม่เกิน 5%

Reduce หมายถึง ราคาพื้นฐานต่ำกว่าราคาตลาด 5%

คำจำกัดความ

Sector หมายถึง กลุ่มอุตสาหกรรมที่บริษัทจัดอยู่

Sector Rating หมายถึง การให้คำแนะนำการลงทุนของกลุ่มอุตสาหกรรม แบ่งเป็น 3 ระดับ

Bullish หมายถึง หุ้นส่วนใหญ่ในกลุ่มอุตสาหกรรมได้รับคำแนะนำ "Buy" หรือคำแนะนำเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของกลุ่มอุตสาหกรรมคือ "Buy" และ "Trading Buy"

Neutral หมายถึง หุ้นส่วนใหญ่ในกลุ่มอุตสาหกรรมได้รับคำแนะนำ "Neutral" หรือคำแนะนำเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของกลุ่มอุตสาหกรรมคือ "Neutral"

Bearish หมายถึง หุ้นส่วนใหญ่ในกลุ่มอุตสาหกรรมได้รับคำแนะนำ "Reduce" หรือ "Sell" หรือคำแนะนำเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของกลุ่มอุตสาหกรรมคือ "Reduce" หรือ "Sell"

Current หมายถึง การให้คำแนะนำการลงทุนของบริษัท ณ ปัจจุบัน

Previous หมายถึง การให้คำแนะนำการลงทุนของบริษัท ก่อนหน้านั้น

Market Prices หมายถึง ราคาหุ้น ณ ปัจจุบัน

Fair Price หมายถึง ราคาที่เหมาะสมตามปัจจัยพื้นฐาน

Net Profit หมายถึง กำไรสุทธิ (ล้านบาท)

EPS หมายถึง กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)

EPS Growth หมายถึง อัตราการขยายตัวของกำไรต่อหุ้น (%)

PER หมายถึง ราคาหุ้นปัจจุบัน / กำไรสุทธิต่อหุ้น (เท่า)

P/BV หมายถึง ราคาหุ้นปัจจุบัน / มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น (เท่า)

EBITDA หมายถึง กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่าย (บาท)

EBITDA Growth หมายถึง อัตราการขยายตัวของ กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่าย (%)

EV / EBITDA หมายถึง มูลค่ากิจการ / กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่าย (เท่า)

DPS หมายถึง เงินปันผลต่อหุ้น (บาท)

Dividend Yield หมายถึง อัตราผลตอบแทนของเงินปันผล (%)

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทหลักทรัพย์ กรุงศรี จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") ข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้จัดทำโดยอาศัยข้อมูลที่จัดทำมาจากแหล่งที่เชื่อถือหรือควรเชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือ และ/หรือถูกต้อง อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่ยืนยัน และไม่รับรองถึงความครบถ้วนสมบูรณ์หรือถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้ประกันราคาหรือผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ปรากฏข้างต้น แม้ว่าข้อมูลดังกล่าวจะปรากฏข้อความที่อาจเป็นหรืออาจตีความว่าเป็นเช่นนั้นได้ บริษัท จึงไม่รับผิดชอบต่อการนำเอาข้อมูล ข้อความ ความเห็น และหรือบทสรุปที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ บริษัท รวมทั้งบริษัทที่เกี่ยวข้อง ลูกค้า ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทต่างๆ อาจจะมีการลงทุนใน หรือซื้อ หรือขายหลักทรัพย์ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ได้ตลอดเวลา ข้อมูลและความเห็นที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ มิได้ประสงค์จะชี้ชวน เสนอแนะ หรือจูงใจให้ลงทุนใน หรือซื้อ หรือขายหลักทรัพย์ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ และข้อมูลอาจมีการแก้ไขเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงโดยมีต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจอย่างรอบคอบในการลงทุนในหรือซื้อหรือขายหลักทรัพย์ บริษัทสงวนลิขสิทธิ์ในข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารนี้ ห้ามมิให้ผู้ใดใช้ประโยชน์ ทำซ้ำ ตัดแปลง นำออกแสดง ทำให้ปรากฏ หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ไม่ว่าด้วยประการใด ๆ ซึ่งข้อมูลในเอกสารนี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เว้นแต่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากบริษัทเป็นการล่วงหน้า การกล่าวคัด หรืออ้างอิง ข้อมูลบางส่วนตามสมควรในเอกสารนี้ ไม่ว่าในบทความ บทวิเคราะห์ บทวิจัย หรือในเอกสาร หรือการสื่อสารอื่นใดจะต้องกระทำโดยถูกต้อง และไม่เป็นการก่อให้เกิดการเข้าใจผิดหรือความเสียหายแก่บริษัท ต้องรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในข้อมูลของบริษัท และต้องอ้างอิงถึงฉบับที่และวันที่ในเอกสารฉบับนี้ของบริษัทโดยชัดเจน การลงทุนในหรือซื้อหรือขายหลักทรัพย์ย่อมมีความเสี่ยง ท่านควรทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ต่อลักษณะของหลักทรัพย์แต่ละประเภท และควรศึกษาข้อมูลของบริษัทที่ออกหลักทรัพย์และข้อมูลอื่นใดที่เกี่ยวข้องก่อนการตัดสินใจลงทุนในหรือซื้อหรือขายหลักทรัพย์

SET ESG RATINGS 2023 (as of 15 July 2024)

Ratings - AAA

ADVANC	AJ	AMATA	BANPU	BAY	BCP	BGRIM	BKIH	BPP	CKP	CPALL
CPAXT	CPF	CRC	KBANK	KTB	KTC	M-CHAI	OR	PR9	PTT	PTTEP
PTTGC	SABINA	SCC	SCGP	STA	STGT	TFMAMA	THCOM	TISCO	TOP	WHA
WHAUP										

Ratings - AA

ACE	AMATAV	AP	BAFS	BAM	BBGI	BBL	BCH	BCPG	BDMS	BEM
BGC	BJC	BLA	BRI	BTS	CPN	DRT	EASTW	EGCO	EPG	ETC
FPI	FPT	GLOBAL	GPSC	GULF	GUNKUL	HANA	HMPRO	HTC	INTUCH	IRPC
IVL	MAJOR	MC	MFEC	MINT	NOBLE	NVD	ORI	OSP	PB	PLANB
PPS	RATCH	RS	S&J	SAT	SC	SCB	SCCC	SGP	SIRI	SJWD
SMPC	SPALI	THANI	TMT	TPBI	TIPIP	TIPL	TTA	TTB	TTW	TVO
VGI	WICE	ZEN								

Ratings - A

ADB	AH	AOT	ASW	AWC	CBG	CENTEL	CFRESH	CK	COLOR	COM7
DEMCO	DMT	ERW	HENG	ICHI	IRC	ITEL	LH	KUMWEL	MEGA	MOONG
MSC	MTC	NDR	NER	NRF	NYT	PAP	PEER	PHOL	PJW	PM
PPP	PSL	QTC	S	SAK	SCG	SELIC	SHR	SICT	SITHAI	SNC
SNP	SPI	STEC	SUTHA	SYNEX	SYNTEC	TCAP	TFG	TGH	THIP	THREL
TKS	TOA	TOG	TSC	TSTH	TTCL	TWPC	UBE	WACOAL		

Ratings - BBB

AGE	ARROW	BA	CSC	GCAP	GFPT	III	ILM	JTS	KEX	KKP
KSL	LHFG	LIT	PCSGH	PSH	RBF	SAPPE	SAWAD	SSSC	THANA	TPCS
TQM	TVDH	UPF								

ระดับคะแนน	SET ESG Ratings
90 – 100	AAA
80 – 89	AA
65 – 79	A
50 - 64	BBB

ข้อมูลปรากฏในเอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้ลงทุนเท่านั้น มิใช่การให้คำแนะนำด้านการลงทุนหรือความเห็นด้านกฎหมาย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมิได้ให้การรับรองในความถูกต้องของข้อมูลหรือในเรื่องของการใช้งานที่ตอบสนองวัตถุประสงค์เฉพาะอื่นใด รวมทั้งไม่รับผิดชอบ ต่อความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากการนำข้อมูลไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมดไปใช้หรืออ้างอิงหรือเผยแพร่ไม่ว่าในลักษณะใด ๆ นอกจากนี้ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลง แก้ไข เพิ่มเติมข้อมูลไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมด รวมทั้งเปลี่ยนแปลงผล SET ESG Ratings ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

แหล่งที่มา : SET ESG RATINGS : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (setsustainability.com)

CORPORATE GOVERNANCE REPORT OF THAI LISTED COMPANIES 2023 (as of 29 August 2024)



AAV	ABM	ACE	ACG	ADB	ADD	ADVANC	AE	AEONTS	AF	AGE
AH	AHC	AIRA	AIT	AJ	AKP	AKR	ALLA	ALT	AMA	AMARIN
AMATA	AMATAV	ANAN	AOT	AP	APCO	APCS	ARIP	ARROW	ASEFA	ASK
ASP	ASW	ATP30	AUCT	AWC	AYUD	B	BA	BAFS	BAM	BANPU
BAY	BBGI	BBIK	BBL	BC	BCH	BCP	BCPG	BDMS	BEC	BEM
BEYOND	BGC	BGRIM	BH	BIZ	BJC	BJCHI	BLA	BOL	BPP	BRI
BRR	BTC	BTS	BTW	BWG	BYD	CBG	CENTEL	CFRESH	CHASE	CHEWA
CHG	CHOW	CIMBT	CIVIL	CK	CKP	CM	CNT	COLOR	COM7	CPALL
CPAXT	CPF	CPI	CPL	CPN	CPW	CRD	CRD	CSC	CSS	CV
DCC	DDD	DELTA	DEMCO	DMT	DOHOME	DRT	DUSIT	EA*	EASTW	ECF
ECL	EE	EGCO	EPG	ERW	ETC	ETE	FE	FLOYD	FN	FPI
FPT	FSX	FVC	GBX	GC	GCAP	GENCO	GFPT	GGC	GLAND	GLOBAL
GPSC	GRAMMY	GULF	GUNKUL	HANA	HARN	HENG	HMPRO	HPT	HTC	ICC
ICHI	ICN	III	ILINK	ILM	IMH	INET	INET	INTUCH	IP	IRC
IRPC	ITC	ITEL	IVL	JAS	JTS	KBANK	KCE	KEX	KKP	KSL
KTB	KTC	KTMS	KUMWEL	KUN	LALIN	LANNA	LH	LHFG	LIT	LOXLEY
LPN	LRH	LST	M	MAJOR	MALEE	MATCH	MBK	MC	M-CHAI	MCOT
MEGA	MFC	MFEC	MILL	MINT	MONO	MOONG	MSC	MST	MTC	MTI
NC	NCH	NCL	NDR	NER	NKI	NOBLE	NRF	NTV	NVD	NWR
NYT	OCC	ONEE	OR	ORI	OSP	PAP	PATO	PB	PCSGH	PDG
PDJ	PEER	PG	PHOL	PIMO	PJW	PLANB	PLAT	PLUS	PM	POLY
PORT	PPP	PPS	PR9	PRG	PRINC	PRM	PRTR	PSH	PSL	PT
PTC	PTT	PTTEP	PTTGC	Q-CON	QH	QTC	RATCH	RBF	RPH	RS
RT	S	S&J	SA	SABINA	SAK	SAMART	SAMTEL	SAPPE	SAT	SBNEXT
SC	SCB	SCC	SCCC	SCG	SCGP	SCM	SDC	SEAFCO	SEAOL	SECURE
SELIC	SENA	SENX	SFT	SGC	SGF	SGP	SHR	SICT	SIRI	SIS
SITHAI	SJWD	SKR	SM	SMPC	SMT	SNC	SNNP	SNP	SO	SPALI
SPC	SPCG	SPI	SPRC	SR	SSC	SSF	SSSC	STA	STC	STEC
STGT	STI	SUC	SUN	SUSCO	SUTHA	SVI	SVT	SYMC	SYNEX	SYNTEC
TACC	TAE	TCAP	TCMC	TEAMG	TEGH	TFG	TFMAMA	TGE	TGH	THANA
THANI	THCOM	THIP	THRE	THREL	TIDLOR	TIPH	TISCO	TK	TKN	TKS
TKT	TLI	TM	TMC	TMD	TMT	TNDT	TNITY	TNL	TNR	TOA
TOG	TOP	TPBI	TPCS	TPIPL	TPIPP	TPS	TQM	TQR	TRT	TRUE
TRV	TSC	TSTE	TSTH	TTA	TTB	TTCL	TTW	TURTLE	TVDH	TVH
TVO	TVT	TWPC	UAC	UBE	UBIS	UKEM	UP	UPF	UPOIC	UV
VCOM	VGI	VIBHA	VIH	VL	WACOAL	WGE	WHA	WHAUP	WICE	WINMED
WINNER	XPG	YUASA	ZEN							



2S	A5	AAI	AIE	ALUCON	AMR	APURE	ARIN	AS	ASIA	ASIAN
ASIMAR	ASN	AURA	BR	BSBM	BSRC	BTG	CEN	CGH	CH	CHIC
CI	CIG	CMC	COMAN	CSP	DOD	DPAINT	DV8	EFORL	EKH	ESTAR
EVER	FORTH	FSMART	FTI	GEL	GPI	HEALTH	HUMAN	IFS	INSET	IT
J	JCKH	JDF	JKN	JMART	JUBILE	K	KCAR	KGI	KIAT	KISS
KK	KTIS	KWC	KWM	LDC	LEO	LHK	METCO	MICRO	MK	MVP
NCAP	NOVA	NTSC	PACO	PIN	PQS	PREB	PRI	PRIME	PROEN	PROS
PROUD	PSTC	PTECH	PYLON	RCL	ROCTEC	SALEE	SANKO	SCI	SCN	SE
SE-ED	SFLEX	SINGER	SKN	RCL	SORCON	SPVI	SSP	SST	STANLY	STP
SUPER	SVOA	SWC	TCC	TEKA	TFM	TMILL	TNP	TPLAS	TPOLY	TRC
TRU	TRUBB	TSE	VRANDA	WAVE	WFX	WIIK	WIN	WP	XO	



24CS	AMANAHA	AMARC	AMC	APP	ASAP	BCT	BE8	BIG	BIOTEC	BLESS
BSM	BVG	CAZ	CCET	CHARAN	CHAYO	CHOTI	CITY	CMAN	CMR	CRANE
CWT	DHOUSE	DTCENT	EASON	FNS	FTE	GIFT	GJS	GTB	GTV	GYT
HL	HTECH	HYDRO	IIG	INGRS	INSURE	IRCP	ITD	ITNS	JCK	JMT
JR	JSP	KBS	KGEN	KJL	L&E	LEE	MASTER	MBAX	MEB	MENA
META	MGT	MTSIB	MJD	MOSHI	MUD	NATION	NNCL	NPK	NSL	NV
OGC	PAF	PCC	PEACE	PICO	PK	PL	PLANET	PLE	PMTA	PPM
PRAKIT	PRAPAT	PRECHA	PRIN	PSG	RABBIT	READY	RJH	RSP	RWI	S11
SAAM	SAF	SAMCO	SAWAD	SCAP	SCP	SIAM	SKE	SKY	SMART	SMD
SMIT	SOLAR	SPA	STECH	STPI	SVR	TC	TEAM	TFI	TIGER	TITLE
TKC	TMI	TNH	TPAC	TPAC	TRITN	UBA	UMI	UMS	UTP	VARO
VPO	W	WARRIX	WORK	WPH	YONG	ZIGA				

ช่วงคะแนน	สัญลักษณ์	ความหมาย
มากกว่า 80		ดีเลิศ
70 - 79		ดีมาก
60 - 69		ดี
50 - 59		ดีพอใช้
40 - 49		ผ่าน
ต่ำกว่า 40	No logo given	N/A

การเปิดเผยผลการสำรวจของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในเรื่องการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) นี้เป็นการดำเนินการตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยการสำรวจของ IOD เป็นการสำรวจและประเมินจากข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็มเอไอ (MAI) ที่มีการเปิดเผยต่อสาธารณะ และเป็นข้อมูลสำหรับผู้ลงทุนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ ดังนั้น ผลสำรวจดังกล่าวจึงเป็นการนำเสนอในมุมมองของบุคคลภายนอก โดยไม่ได้เป็นการประเมินการปฏิบัติ และไม่ได้มีการใช้ข้อมูลภายในเพื่อการประเมิน ผลสำรวจดังกล่าวเป็นผลการสำรวจ ณ วันที่ปรากฏในรายงานการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทยเท่านั้น ดังนั้น ผลการสำรวจจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ กรุงศรี จำกัด (มหาชน) มิได้ยืนยันหรือรับรองถึงความถูกต้องของผลการสำรวจดังกล่าวแต่อย่างใด

* บริษัทหรือกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทที่มีข่าวด้านการกำกับดูแลกิจการ เช่น การกระทำผิดเกี่ยวกับหลักทรัพย์ การทุจริต คอร์รัปชัน เป็นต้น ซึ่งการใช้ข้อมูล CGR ควรตระหนักถึงข่าวดังกล่าวประกอบด้วย อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.thai-iod.com/en/projects-2.asp>

ANTI-CORRUPTION PROGRESS INDICATOR ข้อมูล ณ วันที่ 29 สิงหาคม 2567

ได้รับการรับรอง

2S	AAI	ADB	ADVANC	AE	AF	AH	AI	AIE	AIRA	AJ	AKP	AMA
AMANAHA	AMATA	AMATAV	AP	APCS	AS	ASIAN	ASK	ASP	ASW	AWC	AYUD	B
BAFS	BAM	BANPU	BAY	BBGI	BBL	BCH	BCP	BCPG	BE8	BEC	BEYOND	BGC
BGRIM	BLA	BPP	BRI	BRR	BSBM	BTC	BTG	BTS	BWG	CBG	CEN	CENTEL
CFRESH	CGH	CHEWA	CHOTI	CHOW	CI	CIG	CIMBT	CM	CMC	COM7	CPALL	CPAXT
CPF	CPI	CPL	CPN	CPW	CRC	CREDIT	CSC	DCC	DELTA	DEMCO	DIMET	DMT
DOHOME	DRT	DUSIT	EA	EASTW	ECF	EGCO	EP	EPG	ERW	ETC	ETE	FNS
FPI	FPT	FSMART	FSX	FTE	GBX	GC	GCAP	GEL	GFPT	GGC	GJS	GLOBAL
GPI	GPSC	GSTEEL	GULF	GUNKUL	HANA	HARN	HEALTH	HENG	HMPRO	HTC	ICC	ICHI
IFS	III	ILINK	ILM	INET	INOX	INSURE	INTUCH	IRPC	ITEL	IVL	JAS	JR
JTS	KASET	KBANK	KCAR	KCC	KCE	KGEN	KGI	KKP	KSL	KTB	KTC	L&E
LANNA	LHFG	LHK	LPN	LRH	M	MAJOR	MALEE	MATCH	MBAX	MBK	MC	MCOT
MEGA	MENA	META	MFC	MFEC	MILL	MINT	MODERN	MONO	MOONG	MSC	MTC	MTI
NATION	NCAP	NEP	NKI	NOBLE	NRF	NWR	OCC	OGC	OR	ORI	OSP	PAP
PATO	PB	PCSGH	PDG	PDJ	PG	PHOL	PIMO	PK	PL	PLANB	PLANET	PLAT
PM	PPP	PPPM	PPS	PR9	PREB	PRG	PRINC	PRM	PROS	PSH	PSL	PSTC
PT	PTECH	PTG	PTT	PTTEP	PTTGC	PYLON	Q-CON	QH	QLT	QTC	RABBIT	RATCH
RBF	RML	RS	RWI	S&J	SA	SAAM	SABINA	SAK	SAPPE	SAT	SC	SCB
SCC	SCCC	SCG	SCGP	SCM	SCN	SEAOIL	SE-ED	SELIC	SENA	SENX	SFLEX	SGC
SGP	SIRI	SITHAI	SKR	SM	SMIT	SMPC	SNC	SNP	SORKON	SPACK	SPALI	SPC
SPI	SPRC	SRICHA	SSF	SSP	SSSC	SST	STA	STGT	STOWER	SUSCO	SVI	SVOA
SVT	SYMC	SYNTEC	TAE	TAKUNI	TASCO	TCAP	TCMC	TEGH	TFG	TFI	TFMAMA	TGE
TGH	THANI	THCOM	THIP	THRE	THREL	TIDLOR	TIPCO	TIPH	TISCO	TKN	TKS	TKT
TMD	TMILL	TMT	TNITY	TNL	TNP	TNR	TOG	TOP	TOPP	TPA	TPCS	TPLAS
TRT	TRU	TRUE	TSC	TSI	TSTE	TSTH	TTA	TTB	TTCL	TU	TURTLE	TVDH
TVO	TWPC	UBE	UBIS	UEC	UKEM	UPF	UV	VCOM	VGI	VIBHA	VIH	WACOAL
WHA	WHAUP	WICE	WIK	XO	YUASA	ZEN	ZIGA					

ประกาศเจตนาสมัคร

ACE	ADVICE	ALT	AMARIN	AMC	ANI	APCO	B52	BLAND	BPS	BYD	CAZ	CHASE
CHG	CV	DEXON	DITTO	ECL	EKH	EVER	FLOYD	GREEN	HL	HUMAN	ICN	IHL
IP	ITC	JDF	JMART	K	KJL	LDC	LH	LIT	MITSI	MJD	MOSHI	NER
NEX	PLE	PLUS	POLY	PQS	PRI	PRIME	PROEN	PROUD	PRTR	PTC	RT	S
SANKO	SAWAD	SCAP	SCGD	SFT	SHR	SINGER	SINO	SIS	SJWD	SKE	SNNP	SOLAR
SONIC	SUPER	TBN	TMI	TPAC	TPP	TQM	UREKA	VNG	WELL	WIN	WPH	XPG

ระดับ (Level)	ผลการประเมิน
ได้รับการรับรอง (Certified)	การแสดงให้เห็นถึงการนำไปปฏิบัติโดยมีการสอบทานความครบถ้วนเพียงพอของกระบวนการทั้งหมดจากคณะกรรมการตรวจสอบหรือผู้สอบบัญชีที่ ก.ล.ต. ให้ความเห็นชอบ การได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต หรือได้ผ่านการตรวจสอบเพื่อให้ความเชื่อมั่นอย่างเป็นอิสระจากหน่วยงานภายนอก
ประกาศเจตนาสมัคร (Declared)	การแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นโดยการประกาศเจตนาสมัครเข้าเป็นแนวร่วมปฏิบัติ (Collective Action Coalition) ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต

การเปิดเผยผลการประเมินดัชนีชี้วัดความคืบหน้าการป้องกันกรมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งจัดทำโดยสถาบันไทยพัฒน์นี้ เป็นการดำเนินการตามนโยบายและตามแผนพัฒนาความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียนของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยผลการประเมินดังกล่าวของสถาบันไทยพัฒน์ อาศัยข้อมูลที่ได้รับจากบริษัทจดทะเบียนตามที่บริษัทจดทะเบียนได้ระบุในแบบแสดงข้อมูลเพื่อการประเมิน Anti-Corruption ซึ่งได้อ้างอิงข้อมูลมาจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) รายงานประจำปี (แบบ 56-2) หรือในเอกสารและหรือรายงานอื่นที่เกี่ยวข้องของบริษัทจดทะเบียนนั้น แล้วแต่กรณี ดังนั้น ผลการประเมินดังกล่าวจึงเป็นการนำเสนอในมุมมองของสถาบันไทยพัฒน์ซึ่งเป็นบุคคลภายนอก โดยมีได้เป็นการประเมินการปฏิบัติของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีได้ใช้ข้อมูลภายในเพื่อการประเมิน

เนื่องจากผลการประเมินดังกล่าวเป็นเพียงผลการประเมิน ณ วันที่ปรากฏในผลการประเมินเท่านั้น ดังนั้น ผลการประเมินจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังจากวันดังกล่าว หรือเมื่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ กรุงศรี จำกัด (มหาชน) มิได้ยืนยัน ตรวจสอบ หรือรับรองความถูกต้องครบถ้วนของผลการประเมินดังกล่าวแต่อย่างใด

แหล่งที่มา : <https://market.sec.or.th/public/idisc/th/Ranking/Listed/Issuer>