



ที่ IDR 10/2565

วันที่ 10 สิงหาคม 2565

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงาน (MD&A) ไตรมาส 2 ปี 2565

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (CPALL หรือ บริษัทฯ) ไคร์ขอรายงานผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 2 ปี 2565 โดยบริษัทฯและบริษัทย่อย มีกำไรสุทธิจำนวน 3,004 ล้านบาท โดยสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

รายได้รวม

ในไตรมาส 2 ปี 2565 บริษัทฯมีรายได้รวม 213,655 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 55.2 โดยมีสาเหตุมาจากการปรับเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายและบริการของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ รวมถึงธุรกิจค้าส่งค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ธุรกิจแม่โครนั้นยังสามารถรักษาอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายและบริการไว้ได้ ประกอบกับมีการรับรู้รายได้ของธุรกิจโลตัสส์ นอกจากนี้กลยุทธ์ O2O ของแต่ละหน่วยธุรกิจยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยการเติบโตของรายได้นั้นได้รับปัจจัยบวกจากการเปิดประเทศ ซึ่งส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการบริโภคภายในประเทศปรับตัวดีขึ้น

กำไรขั้นต้น

ในไตรมาส 2 ปี 2565 บริษัทฯมีกำไรขั้นต้นจากการขายและบริการเท่ากับ 43,741 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.5 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายและบริการของทุกกลุ่มธุรกิจเพิ่มขึ้น รวมถึงการบันทึกกำไรขั้นต้นจากธุรกิจโลตัสส์

อัตรากำไรขั้นต้นในงบการเงินรวม คิดเป็นร้อยละ 21.0 ลดลงจากร้อยละ 21.3 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สืบเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนธุรกิจค้าส่งค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 2 ปี 2565 บริษัทฯมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายแต่ละประเภทตามรายละเอียด ดังนี้

ประเภทค่าใช้จ่าย	ไตรมาส 2 ปี 2565
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ตอบแทนพนักงาน	ร้อยละ 32.5
ค่าบริหารงานร้านสะดวกซื้อ	ร้อยละ 13.3
ค่าเช่า และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	ร้อยละ 21.3
ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย	ร้อยละ 9.8
ค่าสาธารณูปโภค และอื่นๆ	ร้อยละ 23.1
รวม	ร้อยละ 100.0

บริษัทฯมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 40,804 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 48.8 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ค่าใช้จ่ายกลุ่มต้นทุนในการจัดจำหน่ายมีจำนวน 33,641 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 44.2 ในขณะที่กลุ่มค่าใช้จ่ายในการบริหารมีจำนวน 7,164 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 74.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน การเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการจัดจำหน่าย และค่าใช้จ่ายในการบริหารนั้นสืบเนื่องมาจากการรวมธุรกิจโลตัสส์เข้ามาตั้งแต่ช่วงสิ้นปีที่ผ่านมา โดยประเภทค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นหลักๆประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ตอบแทนพนักงาน ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ค่าสาธารณูปโภคและอื่นๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯยังคงมีการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างเคร่งครัดและต่อเนื่องให้เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจของแต่ละกลุ่มธุรกิจ

กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ และกำไรสุทธิ

ในไตรมาส 2 ปี 2565 บริษัทฯมีกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 8,525 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.5 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ในขณะที่กำไรสุทธิเท่ากับ 3,004 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.2 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการฟื้นตัวของผลประกอบการ โดยเฉพาะธุรกิจร้านสะดวกซื้อที่ได้รับปัจจัยบวกต่อเนื่องจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น รวมถึงธุรกิจแม่ค้าโครที่มีผลประกอบการที่ดีเช่นกัน ทั้งนี้กำไรต่อหุ้นตามงบการเงินรวมในไตรมาส 2 ปี 2565 มีจำนวน 0.31 บาท

ผลการดำเนินงานงวดหกเดือนแรกปี 2565

บริษัทฯและบริษัทย่อย มีรายได้รวมจำนวน 413,387 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 52.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ในขณะที่กำไรสุทธิมีจำนวน 6,457 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และกำไรต่อหุ้นตามงบการเงินรวม มีจำนวน 0.67 บาท จากผลประกอบการที่ปรับตัวดีขึ้นทุกหน่วยธุรกิจตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจ และการรวมธุรกิจโลตัสส์

สัดส่วนรายได้รวมและกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ก่อนหักรายการระหว่างกันตามธุรกิจหลัก

ในไตรมาส 2 ปี 2565 รายได้รวมก่อนหักรายการระหว่างกัน แบ่งสัดส่วนตามธุรกิจหลัก ได้ดังนี้ (กลุ่ม 1) รายได้จากธุรกิจร้านสะดวกซื้อและธุรกิจอื่นๆ มีสัดส่วนร้อยละ 48 และ (กลุ่ม 2) รายได้จากธุรกิจค้าส่งค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค มีสัดส่วนร้อยละ 52 ทั้งนี้ สัดส่วนรายได้ (กลุ่ม 2) ปรับเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการรวมรายได้ของธุรกิจโลตัสส์เข้ามา

กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ก่อนหักรายการระหว่างกัน แบ่งสัดส่วนตามธุรกิจหลัก ได้ดังนี้ (กลุ่ม 1) กำไรจากธุรกิจร้านสะดวกซื้อและธุรกิจอื่นๆ มีสัดส่วนร้อยละ 64 ในขณะที่ (กลุ่ม 2) กำไรจากธุรกิจค้าส่งค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค มีสัดส่วนร้อยละ 36 ทั้งนี้ สัดส่วนกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ (กลุ่ม 1) ปรับเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากมีอัตราการใช้เงินของกำไรจากการดำเนินงานที่ดีกว่า (กลุ่ม 2)

ผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ

ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2565 ธุรกิจร้านสะดวกซื้อเปิดร้านสาขาใหม่รวมทั้งสิ้น 180 สาขา ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2565 บริษัทฯ มีจำนวนร้านสาขาทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 13,433 สาขา แบ่งเป็น

- (1) ร้านสาขาบริษัท 6,530 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 49) ร้านเปิดใหม่สุทธิ 136 สาขา ในไตรมาสนี้
- (2) ร้าน SBP และร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต 6,903 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 51) ร้านเปิดใหม่สุทธิ 44 สาขา ในไตรมาสนี้

ร้านสาขาส่วนใหญ่ยังเป็นร้านที่ตั้งเป็นเอกเทศ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 86 ของสาขาทั้งหมด และส่วนที่เหลือเป็นร้านในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

ในไตรมาส 2 ปี 2565 ธุรกิจร้านสะดวกซื้อมียาได้จากการขายสินค้าและบริการรวม 88,290 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.8 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ในไตรมาสนี้มียอดขายเฉลี่ยต่อร้านต่อวัน เท่ากับ 77,684 บาท และยอดขายเฉลี่ยของร้านสาขาเดิมเพิ่มขึ้นเท่ากับร้อยละ 14.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมียอดซื้อต่อบิลโดยประมาณ 84 บาท ในขณะที่จำนวนลูกค้าต่อสาขาต่อวันเฉลี่ย 918 คน ทั้งนี้ลูกค้ามีจำนวนเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุมาจากการยกเลิกมาตรการต่างๆ ที่ควบคุมการแพร่ระบาด COVID-19 รวมถึงมีมาตรการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งยังคงเป็นปัจจัยบวกที่สนับสนุนการฟื้นตัวของธุรกิจร้านสะดวกซื้อในไตรมาสนี้ ประกอบกับรายได้จากการขายสินค้าส่วนเพิ่มผ่านกลยุทธ์ O2O อาทิ 7-Eleven Delivery, All Online และ 24Shopping ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในภาวะปัจจุบันได้เป็นอย่างดี โดยมีสัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 10 ของรายได้จากการขายสินค้ารวม

ในไตรมาส 2 ปี 2565 สัดส่วนของรายได้จากการขาย ร้อยละ 73.6 มาจากสินค้ากลุ่มอาหาร และร้อยละ 26.4 มาจากสินค้าอุปโภค ทั้งนี้ สัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าอุปโภคเพิ่มขึ้นจากการเติบโตที่สูงของยอดขายในกลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ (Health Care) รวมถึงสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว (Personal Care) และบุหรี่ยี่

ไตรมาส 2 ปี 2565 ธุรกิจร้านสะดวกซื้อมีกำไรขั้นต้นจำนวน 23,873 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.0 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตราส่วนกำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 27.0 ลดลงจากไตรมาส 2 ปี 2564 อัตราส่วนร้อยละ 27.7 สาเหตุหลักมาจากการปรับกลยุทธ์ด้านสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมในการจับจ่ายใช้สอยของลูกค้า โดยการนำเสนอสินค้าที่มีขนาดบรรจุที่ใหญ่คุ้มค่า หรือขายแบบยกแพ็คเกจ รวมถึงสินค้าอาหารพร้อมทานและพร้อมดื่ม “อัมคัม” ซึ่งกลุ่มสินค้าเหล่านี้ สร้างยอดขายและกำไรส่วนเพิ่มที่ดีต่อธุรกิจภายใต้สถานการณ์เศรษฐกิจที่เผชิญ แม้จะมีระดับกำไรขั้นต้นที่น้อยกว่าสินค้าอื่น

นอกจากนี้ ธุรกิจร้านสะดวกซื้อยังมีรายได้อื่นอีกจำนวน 5,343 ล้านบาท ใกล้เคียงกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน ในขณะที่มีการบันทึกเงินปันผลรับจากบริษัทย่อยจำนวน 3,478 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจำนวน 767 ล้านบาท

ในไตรมาส 2 ปี 2565 ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารมีจำนวน 25,146 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.2 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากค่าบริหารงานร้านสะดวกซื้อ ค่าตอบแทนผลประโยชน์พนักงาน และค่าสาธารณูปโภคและอื่นๆ ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงพยายามควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุม และให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ไปพร้อมกับการขยายสาขาตามเป้าหมาย การเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้าให้แก่ลูกค้า และการดูแลความปลอดภัยของพนักงานในทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง

ในไตรมาส 2 ปี 2565 กลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อมีกำไรจากกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ 7,669 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.8 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากการบันทึกเงินปันผลรับที่ลดลงตามที่กล่าวมาข้างต้น ในขณะที่กำไรสุทธิเท่ากับ 5,132 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

คาดการณ์และแนวโน้มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในปี 2565

บริษัทวางแผนที่จะพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ ทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งรวมถึงการขยายเครือข่ายร้านสาขาต่อเนื่องไปตามการขยายตัวของชุมชน โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ แหล่งท่องเที่ยว และทำเลที่มีศักยภาพอื่นๆ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเข้าสู่วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) และอำนวยความสะดวกและเข้าถึงความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยบริษัทวางแผนที่จะลงทุนเปิดร้านสาขาใหม่อีกประมาณ 700 สาขาในปี 2565

การประมาณการรายได้จากการขายและบริการ คาดว่าในปี 2565 บริษัทฯจะสามารถสร้างการเติบโตได้จากอัตราการเติบโตของยอดขายจากร้านสาขาใหม่ และอัตราการเติบโตของยอดขายเฉลี่ยจากร้านเดิม ซึ่งคาดว่าจะอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ (GDP) ทั้งนี้ แม้ว่าเศรษฐกิจไทยมีฟื้นตัวหลังจากเกิดการแพร่ระบาด COVID-19 แต่บริษัทฯ ยังคงต้องติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อเชิงลบ อาทิเช่น การปรับขึ้นของราคาพลังงาน และสินค้าโภคภัณฑ์ ซึ่งกระทบต่อต้นทุนสินค้า ค่าขนส่ง ค่าครองชีพ รวมถึงกำลังซื้อของผู้บริโภคด้วย

ประมาณการการลงทุน

บริษัทวางแผนที่จะลงทุนเปิดร้านสะดวกซื้อสาขาใหม่อีกประมาณ 700 สาขาในปี 2565 คาดว่าจะใช้งบลงทุนประมาณ 11,500 – 12,000 ล้านบาท ตามรายละเอียดดังนี้

	(หน่วย: ล้านบาท)
• การเปิดร้านสาขาใหม่	3,800 - 4,000
• การปรับปรุงร้านเดิม	2,400 - 2,500
• โครงการใหม่, บริษัทย่อย และศูนย์กระจายสินค้า	4,000 - 4,100
• สินทรัพย์ถาวร และระบบสารสนเทศ	1,300 - 1,400

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

นายเกรียงชัย บุญโพธิ์อภิชาติ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการเงิน

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ