



บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ
ประจำไตรมาส 3/2565 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565

ผลการดำเนินงานที่สำคัญของบริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ “)

- รายได้จากการขายและการบริการ ในไตรมาสที่ 3/2565 เท่ากับ 45,171 ล้านบาท (+47.7% YoY, -2.5% QoQ)
- EBITDA ในไตรมาสที่ 3/2565 เท่ากับ 1,364 ล้านบาท (+18.1% YoY, -25.4% QoQ)
- กำไรสุทธิ ในไตรมาสที่ 3/2565 เท่ากับ 181 ล้านบาท (+179.6% YoY, -70.2% QoQ)

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงิน (ล้านบาท)	ไตรมาส 3/2565	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 3/2564	% เทียบ ไตรมาสก่อน	% เทียบไตรมาส เดียวกันของปีก่อน
รายได้จากการขายและการบริการ	45,171	46,307	30,585	-2.5%	47.7%
รายได้จากธุรกิจ Oil	42,615	44,134	29,278	-3.4%	45.6%
รายได้จากธุรกิจ Non-Oil	2,556	2,173	1,307	17.6%	95.5%
ต้นทุนการขายและการบริการ	(42,047)	(42,877)	(28,195)	-1.9%	49.1%
ต้นทุนจากธุรกิจ Oil	(40,073)	(41,253)	(27,202)	-2.9%	47.3%
ต้นทุนจากธุรกิจ Non-Oil	(1,974)	(1,624)	(993)	21.5%	98.8%
กำไรขั้นต้น	3,124	3,430	2,391	-8.9%	30.6%
กำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Oil	2,542	2,881	2,076	-11.8%	22.4%
กำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Non-Oil	582	549	315	5.9%	84.8%
สัดส่วนกำไรขั้นต้น (%)					
ธุรกิจ Oil	81.4%	84.0%	86.8%		
ธุรกิจ Non-Oil	18.6%	16.0%	13.2%		
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	(2,569)	(2,427)	(2,109)	5.8%	21.8%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(2,167)	(2,084)	(1,756)	3.9%	23.4%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(402)	(343)	(353)	17.4%	14.2%
EBITDA	1,364	1,829	1,155	-25.4%	18.1%
ต้นทุนทางการเงิน	(279)	(280)	(283)	-0.4%	-1.4%
กำไรสุทธิ	181	606	65	-70.2%	179.6%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	6.9%	7.4%	7.8%		
อัตร่า EBITDA (%)	3.0%	3.9%	3.8%		
อัตรากำไรสุทธิ (%)	0.4%	1.3%	0.2%		
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)	0.11	0.36	0.04		

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงินสำหรับไตรมาส 3/2565

- **รายได้จากการขายและบริการ** เท่ากับ 45,171 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 47.7% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า แต่ลดลง 2.5% จากไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลมาจากรายได้จากรูทิจน้ำมันดิบโตขึ้น 45.6% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 3.4% จากไตรมาสก่อนหน้า มาอยู่ที่ 42,615 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก:

- 1) ราคาขายปลีกหน้าสถานีบริการเฉลี่ยอยู่ที่ 33.32 บาทต่อลิตร เพิ่มขึ้น 26.0% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า และเพิ่มขึ้น 3.3% จากไตรมาสก่อนหน้า
- 2) มีปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางเพิ่มขึ้น 15.5% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า แต่ลดลง 6.5% จากไตรมาสก่อนหน้า เป็น 1,278 ล้านลิตร โดยการเติบโตจากปีก่อนหน้าเป็นผลมาจากภาพรวมการผ่อนคลายของมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เริ่มฟื้นตัวดีขึ้น แต่ลดลงจากไตรมาสก่อนหน้าจากปัจจัยจากฤดูมรสุม โดยการเติบโตหลักยังคงมาจากปริมาณค้าปลีกหน้าสถานีบริการที่เติบโต 15.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 6.4% จากไตรมาสก่อนหน้าจากฤดูมรสุมดังกล่าว

ทั้งนี้ รายได้จากการขายและบริการจากรูทิจน้ำมันคิดเป็นสัดส่วน 94.3% ของรายได้จากการขายและบริการทั้งหมด ในส่วนของรายได้จากรูทิจ Non-Oil ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ยอดขายในไตรมาสนี้ เท่ากับ 2,556 ล้านบาท โดยเติบโต 95.5% จากปีก่อนหน้า และเติบโต 17.6% จากไตรมาสก่อน ปัจจุบันมีสาขาของรูทิจ Non-Oil รวมทั้งสิ้น 1,405 สาขา เพิ่มขึ้น 327 สาขา หรือเติบโต 30.3% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 88 สาขา หรือคิดเป็นการเติบโต 6.7% จากไตรมาสก่อนหน้า ทั้งนี้รายได้จากรูทิจ Non-Oil คิดเป็นสัดส่วน 5.7% ของรายได้ทั้งหมด ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 4.3% ในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นจากในไตรมาสที่แล้วที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 4.7%

- **ต้นทุนการขายและการให้บริการ** เท่ากับ 42,047 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 1.9% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยสาเหตุหลักมาจาก 1) ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และ 2) ราคาต้นทุนน้ำมันต่อลิตรที่เพิ่มขึ้น เห็นได้จากราคาเฉลี่ยน้ำมันดิบ WTI ในไตรมาสที่ 3/2565 เพิ่มขึ้น 30.2% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 15.5% จากไตรมาสก่อนหน้า

ในส่วนของต้นทุนของรูทิจ Non-Oil เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันกับการเติบโตของรายได้ โดยต้นทุนขายในไตรมาสนี้เท่ากับ 1,974 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 98.8% จากปีก่อนหน้า และเพิ่มขึ้น 21.5% จากไตรมาสก่อน จากการขยายรูทิจ Non-Oil อย่างต่อเนื่อง

- **กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 3,124 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 30.6% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 8.9% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นจากปีก่อนหน้ามาจากรูทิจน้ำมันเป็นหลัก ซึ่งเป็นผลมาจากปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้นดังที่กล่าวข้างต้น ประกอบกับการปรับราคาขายปลีกให้สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของราคาต้นทุนน้ำมันที่สูงขึ้น และมีการบริหารต้นทุนได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้ค่าการตลาดเป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทฯ วางไว้ แต่อย่างไรก็ดี กำไรขั้นต้นจากรูทิจน้ำมันลดลงจากไตรมาสก่อนหน้าเป็นผลมาจากปัจจัยทางฤดูกาลจากมรสุม ที่ส่งผลต่อปริมาณการจำหน่ายน้ำมันลดลง โดยกำไรขั้นต้นในรูทิจน้ำมันยังคงมีสัดส่วนมากที่สุดโดยอยู่ที่ 81.4% ในไตรมาสนี้ กำไรขั้นต้นจากรูทิจ Non-Oil ยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีกำไรขั้นต้นอยู่ที่ 582 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 84.8% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 5.9% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยกำไรขั้นต้นจากรูทิจ Non-Oil

คิดเป็นสัดส่วน 18.6% ของกำไรขั้นต้นทั้งหมด แบ่งเป็นธุรกิจก๊าซ LPG 9.1% ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4.8% และธุรกิจอื่น ๆ 4.7% ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ Max Mart ธุรกิจน้ำมันเครื่อง Maxnitron และธุรกิจศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ Autobacs เป็นต้น โดยการเติบโตหลักมาจากธุรกิจก๊าซ LPG ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท แอตลาส เอ็นเนอจี จำกัด (“ATL”) และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้บริษัท กาแฟพันธุ์ไทย จำกัด (“PUN”)

- **ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร** เท่ากับ 2,569 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.8% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 5.8% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยบริษัทฯ ยังคงนโยบายควบคุมค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้น มาจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สิน ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขาย และค่าบริการ
 - **ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน** เท่ากับ 981 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 24.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 4.1% จากไตรมาสก่อน โดยค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานเป็นไปตามการขยายธุรกิจที่มีจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้น และการปรับประมาณการค่าใช้จ่ายของพนักงานให้สอดคล้องกับผลประกอบการของบริษัทฯ
 - **ค่าเสื่อมราคา** เท่ากับ 784 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.6% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 3.8% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยการเติบโตของค่าเสื่อมราคานั้น ยังคงมาจากการขยายสาขาในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงอย่างต่อเนื่อง เช่น ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล รวมถึงหัวเมืองใหญ่ต่าง ๆ เพื่อต่อยอดการเป็นสถานีบริการในรูปแบบครบวงจร โดยในไตรมาสที่ 3/2565 นี้ บริษัทฯ ได้มีการเปิดสาขาใหม่ของสถานีบริการน้ำมันและก๊าซ LPG ที่บริษัทฯ เป็นผู้บริหารงานเองรวมทั้งสิ้น 9 สถานี
 - **ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขาย และค่าบริการ** เท่ากับ 378 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 42.2% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 12.1% จากไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลมาจากการที่บริษัทฯ มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการสินค้าและบริการที่ตรงใจลูกค้าและการสร้างความรับรู้ในแบรนด์ของกลุ่มธุรกิจ Non-Oil ให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคมให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ และวิสัยทัศน์องค์กรในการ “เชื่อมให้ทุกคนได้มีโอกาสเข้าถึงชีวิตที่ “อยู่ดี มีสุข” ในทุกด้านของช่วงชีวิต”
- **EBITDA และกำไรสุทธิ** บริษัทฯ มี EBITDA เท่ากับ 1,364 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 25.4% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยการลดลงจากไตรมาสก่อนหน้าเป็นผลมาจากการลดลงของปริมาณการขายจากปัจจัยทางฤดูกาลดังกล่าว ประกอบกับผลการดำเนินงานในกิจการร่วมค้าได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันปาล์มดิบ (CPO) ในตลาดที่ปรับตัวลดลง จากราคาเฉลี่ยที่ระดับ 54.32 บาทต่อกิโลกรัม ในไตรมาสก่อนหน้า เป็นราคาเฉลี่ยที่ระดับ 35.15 บาทต่อกิโลกรัมในไตรมาสนี้ จึงส่งผลให้มีรายได้ลดลง 25.8% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 21.5% จากไตรมาสก่อนหน้า และมีกำไรสุทธิ เท่ากับ 181 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 179.6% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 70.2% จากไตรมาสก่อนหน้า

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงิน (ล้านบาท)	9 เดือนแรก ของปี 2565	9 เดือนแรก ของปี 2564	% เทียบกับปีก่อน
รายได้จากการขายและการบริการ	130,447	96,159	35.7%
รายได้จากธุรกิจ Oil	123,916	92,331	34.2%
รายได้จากธุรกิจ Non-Oil	6,531	3,828	70.6%
ต้นทุนการขายและการบริการ	(121,318)	(88,102)	37.7%
ต้นทุนจากธุรกิจ Oil	(116,358)	(85,299)	36.4%
ต้นทุนจากธุรกิจ Non-Oil	(4,960)	(2,803)	76.9%
กำไรขั้นต้น	9,129	8,056	13.3%
กำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Oil	7,558	7,031	7.5%
กำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Non-Oil	1,571	1,025	53.3%
สัดส่วนกำไรขั้นต้น (%)			
ธุรกิจ Oil	82.8%	87.3%	
ธุรกิจ Non-Oil	17.2%	12.7%	
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	(7,182)	(6,234)	15.2%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(6,060)	(5,188)	16.8%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(1,122)	(1,046)	7.3%
EBITDA	4,456	4,459	-0.1%
ต้นทุนทางการเงิน	(841)	(833)	1.0%
กำไรสุทธิ	951	1,097	-13.3%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	7.0%	8.4%	
อัตรา EBITDA (%)	3.4%	4.6%	
อัตรากำไรสุทธิ (%)	0.7%	1.1%	
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)	0.56	0.65	

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงินสำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2565

- **รายได้จากการขายและการบริการ** เท่ากับ 130,447 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 35.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยแบ่งเป็น
 - 1) รายได้จากการขายและบริการในส่วนของธุรกิจน้ำมันที่เพิ่มขึ้น 34.2% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักมาจากราคาขายน้ำมันที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น 28.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีสัดส่วนรายได้จากธุรกิจน้ำมันอยู่ที่ 95.0% ของรายได้จากการขายและบริการทั้งหมด
 - 2) รายได้จากธุรกิจ Non-Oil ในส่วนของธุรกิจก๊าซ LPG ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจอื่น ๆ ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ Max Mart ธุรกิจน้ำมันเครื่อง และธุรกิจศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ Autobacs เป็นต้น เพิ่มขึ้น 70.6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการขยายสาขาในธุรกิจ Non-Oil และการเติมเต็มการบริการที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบัน บริษัทฯ มีจำนวนสาขาธุรกิจ Non-Oil ทั้งหมด 1,405 สาขา

- **ต้นทุนการขายและการให้บริการ** เท่ากับ 121,318 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากราคาต้นทุนน้ำมันที่เพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากราคาน้ำมันดิบที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเก้าเดือนแรกของปี 2565 ราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 98.34 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล ซึ่งเพิ่มขึ้น 51.2% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือจาก 65.03 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล ขณะที่ราคาน้ำมันหน้าสถานีบริการปรับตัวได้สอดคล้องกับราคาต้นทุนน้ำมัน ส่งผลให้ค่าการตลาดในช่วงเก้าเดือนแรกเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว
- **กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 9,129 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการเติบโตหลักมาจากธุรกิจ Non-Oil ที่มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น โดยสัดส่วนกำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Non-Oil คิดเป็น 17.2% เพิ่มขึ้นจาก 12.7% ในปีที่แล้ว กำไรขั้นต้นของธุรกิจ Non-Oil แบ่งเป็น ธุรกิจก๊าซ LPG 8.3% ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4.0% และธุรกิจร้านสะดวกซื้อ Max Mart และธุรกิจอื่น ๆ 4.9% อย่างไรก็ตามสัดส่วนกำไรขั้นต้นของธุรกิจน้ำมันยังคงครองสัดส่วนที่ใหญ่สุดที่ 82.8%
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร** เท่ากับ 7,182 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.2% จากปีก่อน โดยการเพิ่มขึ้นหลัก ๆ มาจากการขยายสาขาในธุรกิจน้ำมันและธุรกิจ Non-Oil เป็น 3,392 สาขา หรือเพิ่มขึ้น 389 สาขา จากช่วงเดียวกันของปีก่อนจึงส่งผลให้ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าเสื่อมราคา ค่าบริการ ค่าโฆษณา รวมถึงค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น เพื่อสนับสนุนการขายตัวของธุรกิจ รวมถึงสร้างความรู้ในแบรนด์ของกลุ่มธุรกิจ Non-Oil ให้มากยิ่งขึ้น
- **EBITDA และกำไรสุทธิ** สำหรับเก้าเดือนแรกของปี 2565 EBITDA เท่ากับ 4,456 ล้านบาท ใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้าที่ 4,459 ล้านบาท ในขณะที่ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของสถานีบริการและสาขาของธุรกิจ Non-Oil จึงส่งผลให้บริษัท มีกำไรสุทธิเท่ากับ 951 ล้านบาท ลดลง 13.3% จากปีที่แล้ว

ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการดำเนินงาน

ภาพรวมเศรษฐกิจโลกในไตรมาส 3/2565 ยังคงได้รับผลกระทบจากสงครามความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครน ส่งผลให้ราคาสินค้าประเภทพลังงานและอาหารปรับตัวสูงขึ้น จนทำให้เกิดการตีตดัขึ้นอย่างรวดเร็วของอัตราเงินเฟ้อ เช่นเดียวกับเศรษฐกิจไทยในไตรมาส 3/2565 ที่ได้รับผลกระทบจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของอัตราเงินเฟ้อ จากระาคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาคครัวเรือนระมัดระวังในการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การบริโภคภาคเอกชนเติบโตได้ดี ประกอบกับภาคการท่องเที่ยวและภาคบริการฟื้นตัวจากการเปิดประเทศต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงทำให้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในไตรมาส 3/2565 สามารถเติบโตได้ดีเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ส่งผลให้ภาพรวมปริมาณการจำหน่ายน้ำมันของประเทศในไตรมาส 3/2565 ปรับตัวสูงขึ้น 18.8% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ปรับตัวลดลง 6.9% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยหากดูตามรายประเภทผลิตภัณฑ์แล้ว พบว่าปริมาณการจำหน่ายน้ำมันในกลุ่มประเภทดีเซล ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์น้ำมันที่ใช้ในกิจกรรมเชิงพาณิชย์ การขนส่ง และการเกษตร เพิ่มขึ้น 19.3% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 10.8% จากไตรมาสก่อนหน้า ในขณะที่ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันในกลุ่มประเภทเบนซินเพิ่มขึ้น 17.8% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 2.0% จากไตรมาสก่อนหน้า

ภาพเดียวกันกับปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านสถานีบริการของประเทศที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น 21.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และปรับตัวลดลง 6.2% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยหากดูตามรายประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่าปริมาณการจำหน่ายน้ำมันในกลุ่มประเภทดีเซลเพิ่มขึ้น 18.4% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 10.6% จากไตรมาสก่อนหน้า ในส่วนของ

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่นักลงทุนสัมพันธ์

ir@pt.co.th หรือ โทร: +66 2168 3377 ต่อ 276

ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันในกลุ่มประเภทเบนซิน เพิ่มขึ้น 27.5% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 2.1% จากไตรมาสก่อนหน้า

ในไตรมาสที่ 3/2565 ภาพรวมการจำหน่ายก๊าซ LPG ผ่านสถานีบริการของประเทศสามารถปรับตัวได้ดี โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นถึง 36.7% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 1.8% จากไตรมาสก่อนหน้า จากการฟื้นตัวของสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 และการเดินทางบนท้องถนนที่กลับมาเป็นปกติ

ปริมาณการขายน้ำมัน (ล้านลิตร)	ไตรมาส 3/2565	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 3/2564	% เทียบ ไตรมาส ก่อน	% เทียบ ไตรมาส เดียวกันปีก่อน	9 เดือน แรกของ ปี 2565	9 เดือน แรกของ ปี 2564	% เทียบ ปีก่อน
ช่องทางการขายน้ำมัน								
ค้าปลีกผ่านสถานีบริการ PT	1,231	1,315	1,070	-6.4%	15.1%	3,743	3,559	5.1%
ค้าส่งผ่านอุตสาหกรรม	47	52	36	-9.6%	29.9%	166	174	-4.3%
รวม	1,278	1,367	1,106	-6.5%	15.5%	3,909	3,733	4.7%
สัดส่วนการขายน้ำมัน ในแต่ละช่องทาง								
ค้าปลีกผ่านสถานีบริการ PT	96.3%	96.2%	96.8%			95.7%	95.3%	
ค้าส่งผ่านอุตสาหกรรม	3.7%	3.8%	3.2%			4.3%	4.7%	
รวม	100.0%	100.0%	100.0%			100.0%	100.0%	

บริษัทฯ มีปริมาณการจำหน่ายน้ำมันในไตรมาส 3/2565 จำนวน 1,278 ล้านลิตร เพิ่มขึ้น 15.5% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 6.5% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยคิดเป็นการจำหน่ายน้ำมันผ่านสถานีบริการที่อัตราส่วน 96.3% ของปริมาณการจำหน่ายน้ำมันทั้งหมด หรือ 1,231 ล้านลิตร เพิ่มขึ้น 15.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 6.4% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยหากดูตามรายประเภทผลิตภัณฑ์แล้ว พบว่าปริมาณการจำหน่ายน้ำมันในกลุ่มประเภทดีเซล เพิ่มขึ้น 13.3% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ปรับตัวลดลง 11.5% จากไตรมาสก่อนหน้า อันเนื่องมาจากผลกระทบด้านฤดูกาลที่เกษตรกรส่วนใหญ่ชะลอการเพาะปลูก ประกอบกับเป็นช่วงฤดูมรสุมในช่วงไตรมาสที่ 3 ของทุก ๆ ปี สวนทางกับปริมาณการจำหน่ายน้ำมันในกลุ่มประเภทเบนซินที่เติบโตมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ เพิ่มขึ้น 21.4% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 8.0% จากไตรมาสก่อนหน้าซึ่งสอดคล้องกับภาพรวมอุตสาหกรรม จากภาพรวมการผ่อนคลายของมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เริ่มฟื้นตัวดีขึ้น จึงส่งผลให้การเดินทางบนท้องถนนกลับมาเยอะขึ้น

ในไตรมาสที่ 3/2565 บริษัทฯ มีอัตราการเติบโตของจำนวนสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้น 18 สถานี หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้น 0.9% จากไตรมาสก่อนหน้า ในขณะที่ปริมาณการขายน้ำมันผ่านสถานีบริการต่อสถานี (Same Store Sales) ลดลง 5.7% จากไตรมาสก่อนหน้า อันเป็นผลกระทบจากปัจจัยด้านฤดูกาลที่กล่าวข้างต้น อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ยังคงรักษาส่วนแบ่งการตลาดผ่านสถานีบริการเป็นอันดับที่ 2 หรือคิดเป็น 17.5%

ปริมาณการขายก๊าซ LPG (ล้านลิตร)	ไตรมาส 3/2565	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 3/2564	% เทียบ ไตรมาส ก่อน	% เทียบ ไตรมาส เดียวกันปีก่อน	9 เดือน แรกของ ปี 2565	9 เดือน แรกของ ปี 2564	% เทียบ ปีก่อน
ช่องทางการขาย LPG								
สถานีบริการ Auto LPG	98	90	48	9.4%	103.5%	262	145	80.8%
ครัวเรือนและอุตสาหกรรม	34	31	27	8.5%	26.0%	96	59	61.5%
รวม	132	121	75	9.1%	75.8%	358	204	75.2%
สัดส่วนการขาย LPG								
สถานีบริการ Auto LPG	74.4%	74.2%	64.2%			73.4%	71.1%	
ครัวเรือนและอุตสาหกรรม	25.6%	25.8%	35.8%			26.6%	28.9%	
รวม	100.0%	100.0%	100.0%			100.0%	100.0%	

ในส่วนของธุรกิจการจำหน่ายก๊าซ LPG ในไตรมาส 3/2565 บริษัทฯ มีปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG รวมเท่ากับ 132 ล้านลิตร เติบโตขึ้น 75.8% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 9.1% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยการเติบโตหลักยังคงมาจากการจำหน่ายก๊าซ LPG ผ่านสถานีบริการซึ่งคิดเป็นอัตราส่วน 74.4% ของปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ทั้งหมด หรือ 98 ล้านลิตร เติบโต 103.5% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 9.4% จากไตรมาสก่อนหน้า

แม้ว่าในไตรมาสนี้ บริษัทฯ ไม่ได้มีการเปิดสถานีบริการก๊าซ LPG เพิ่มจากไตรมาสก่อนหน้า แต่การเติบโตของปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ผ่านสถานีบริการต่อสถานี (Same Store Sales) เพิ่มขึ้น 9.1% จากไตรมาสก่อนหน้า จากภาพรวมการผ่อนคลายของมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เริ่มฟื้นตัวดีขึ้น ส่งผลให้การเดินทางบนท้องถนนกลับมาเป็นปกติ รวมถึงการดำเนินโครงการ “Taxi Transform เปลี่ยนเพื่ออนาคต” และ “Auto Transform เปลี่ยนเพื่ออนาคต” ในการช่วยเหลือกลุ่มลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำมันแพง การเติบโตอย่างต่อเนื่องของปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ผ่านสถานีบริการ ส่งผลให้บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดของปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ผ่านสถานีบริการเป็นลำดับที่ 1 ด้วยส่วนแบ่งการตลาด 26.3% เพิ่มขึ้นจาก 18.2% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้นจาก 25.4% ในไตรมาสก่อนหน้า

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าให้บริการจัดจำหน่ายก๊าซ LPG ภาคครัวเรือนและอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 3/2565 บริษัทฯ มีปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ภาคครัวเรือนและอุตสาหกรรมคิดเป็นอัตราส่วน 25.6% ของปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ทั้งหมด หรือ 34 ล้านลิตร เติบโต 26.0% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 8.5% จากไตรมาสก่อนหน้า

การเติบโตของปริมาณการจำหน่ายก๊าซหุงต้มเป็นผลมาจากการขยายร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม (Gas Shop) อย่างต่อเนื่อง โดย ณ สิ้นไตรมาส 3/2565 บริษัทฯ มีจำนวนร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม (Gas Shop) 206 สาขา อีกทั้ง บริษัทฯ มีปริมาณการจำหน่ายก๊าซหุงต้มต่อสาขา (Same Store Sales) เพิ่มขึ้น 22.0% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นในการสร้างความแตกต่างด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านตัวผลิตภัณฑ์ และด้านประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อบรรลุจุดประสงค์หลักที่ต้องการขยายการบริการที่ครอบคลุม และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างสูงสุด

นอกจากปริมาณการจำหน่ายน้ำมันที่เติบโตอย่างต่อเนื่องแล้ว ในส่วนของธุรกิจ Non-Oil อื่น ๆ บริษัทฯ ยังคงผลักดันการเติบโตในธุรกิจด้านนี้ ด้วยการตั้งเป้าหมายในการขยายการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึง โดยในไตรมาส 3/2565

บริษัทฯ มีสาขาของธุรกิจ Non-Oil ทั้งสิ้น 1,405 สาขา และมีสถานีบริการน้ำมัน 1,987 สถานีบริการ รายละเอียดแสดงตามตารางด้านล่าง

ธุรกิจ	จำนวนสาขา	ธุรกิจ	จำนวนสาขา
สถานีบริการน้ำมัน	1,987	ร้านสะดวกซื้อ Max Mart	298
สถานีบริการก๊าซ LPG	225	ร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม (Gas Shop)	206
สถานีอัดประจุไฟฟ้า (EV Charging)	35	ศูนย์บริการซ่อมแซมและบำรุงรักษารถยนต์ Autobacs	39
ร้านกาแฟพันธุ์ไทย	461	ศูนย์เปลี่ยนถ่ายน้ำมัน Maxnitron Lube Change	48
ร้านคอฟฟี่ เวิลด์	33	จุดพักรถ Max Camp	60

เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 3/2565

- **ครั้งแรกกับการเปิดตัวแอปพลิเคชัน Max Me อย่างเป็นทางการ**

บริษัท แมกซ์ ไซลูชั่น เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้เปิดตัว “แอปพลิเคชัน Max Me” ซึ่งเป็น e-Wallet ที่จะเข้ามาช่วยตอบโจทย์ลูกค้าสมาชิกบัตร PT Max Card ที่มีอยู่ในปัจจุบันกว่า 18 ล้านสมาชิก ให้สามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือในยุคดิจิทัลไลฟ์สไตล์ สอดคล้องกับยุคสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ได้อย่างง่ายดาย โดยบริษัทได้วางแผนการเติบโตของแอปพลิเคชัน Max Me ไว้ 3 ประการด้วยกัน ประการแรก เพิ่มฐานสมาชิกของแอปพลิเคชัน Max Me โดยการแปลงสมาชิกบัตร PT Max Card จำนวนกว่า 18 ล้านสมาชิก ให้มารับชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสดภายในระบบนิเวศของบริษัทฯ อาทิ สถานีบริการน้ำมัน PT, ร้านกาแฟพันธุ์ไทย, ร้านสะดวกซื้อ Max Mart และ Coffee World เป็นต้น ประการที่สอง เสริมสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจให้แข็งแกร่ง โดยการร่วมเป็นพันธมิตรกับผู้ค้ารายต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถมอบสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้าของบริษัทฯ ได้อย่างครอบคลุม และประการสุดท้าย ปรับปรุงขั้นตอนการแลกคะแนน Max point ให้ง่ายยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้ชีวิตภายใต้ระบบนิเวศของบริษัทฯ ได้อย่าง “อยู่ดี มีสุข”

- **ฉลองครบรอบกาแฟพันธุ์ไทย 10 ปี พร้อมเผยแพร่แผนการเติบโตในอนาคต**

เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2565 ที่ผ่านมา ถือเป็นวันครบรอบปีที่ 10 ของการเปิดร้านกาแฟพันธุ์ไทย และเพื่อเป็นการเฉลิมฉลองการครบรอบ บริษัทฯ ชูแคมเปญ “เวลาเป็นไท” เผยโฆษณาเกี่ยวกับชีวิตการทำงานของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่น่ารัก เกรงเครียด จนทำให้ไม่มีเวลาพักผ่อน เพื่อบอกจุดยืนว่าบริษัทฯ เข้าใจและจะขอยืนหยัดเคียงข้างกลุ่มคนเหล่านี้ พร้อมสนับสนุนให้ทุกคนในทุกสายอาชีพมีเวลาพักผ่อนเป็นของตนเอง นอกจากนี้ ในโอกาสครบรอบ 10 ปี บริษัทฯ ยังได้เผยแพร่แผนการเติบโตของร้านกาแฟพันธุ์ไทยผ่านกลยุทธ์ 4 ด้าน ดังนี้ 1) มุ่งขยายสาขาร้านกาแฟพันธุ์ไทยในรูปแบบของ “แฟรนไชส์” ทั้งภายในและนอกสถานีบริการน้ำมัน PT 2) รังสรรค์เครื่องดื่มใหม่ ๆ โดยใช้วัตถุดิบที่มีรสชาติดี และหาทานได้ยากจากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย 3) เน้น Delivery Platform ให้มากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มการรับรู้ (Awareness) การมองเห็น (Visibility) และการเข้าถึงแบรนด์ของลูกค้า (Accessibility) และ 4) นำข้อมูลลูกค้าจากบัตรสมาชิก PT

Max Card และ PT Max Card Plus มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคของลูกค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและความถี่ของการเข้าใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย

- **PTG x CBS ลงนาม MOU เปิดร้าน "กาแฟพันธุ์ไทย-MaxMart" ในรั้วจามจุรี**

บริษัทฯ ได้ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลง (MOU) กับคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (Chulalongkorn Business School หรือ CBS) ในการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาการศึกษาของเด็กไทย ผ่านโปรเจกต์ "CBS Lounge by PTG" โดยบริษัทฯ ได้เปิดร้านกาแฟ CBS Café by Punthai และร้านสะดวกซื้อ CBS Mart by Max Mart ให้นิสิตสามารถเข้ามาเรียนรู้การสร้างธุรกิจตั้งแต่ขั้นตอนเบื้องต้น ไปจนถึงการเป็นนักธุรกิจในอนาคตตามคอนเซ็ปต์ "The Real Business in The School"

สำหรับความร่วมมือในขั้นแรกของโครงการนี้ จะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนแรก CBS Café ที่เป็นบริษัทร้านกาแฟเสมือนจริง สนับสนุนโดยร้านกาแฟพันธุ์ไทย ส่วนที่สอง CBS Mart ที่เป็นบริษัทร้านสะดวกซื้อเสมือนจริง สนับสนุนโดยร้าน PT Max Mart โดยที่ CBS Lounge แห่งนี้ ไม่เพียงแต่นิสิตจะได้เรียนรู้ทักษะเกี่ยวกับการชงกาแฟและการขายของในร้านสะดวกซื้อ แต่นิสิตจะยังได้ฝึกทักษะเกี่ยวกับการบริหารบริษัทในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารด้านธุรกิจออนไลน์ ผู้บริหารฝ่ายการตลาด หรือเป็นพนักงานบัญชี และสุดท้ายในส่วนของ CBS Co-Working Space ได้จัดให้เป็นพื้นที่สำหรับต้อนรับลูกค้า และเป็นพื้นที่สนับสนุนการเรียนรู้ใหม่ของนิสิต

- **PTG ร่วมลงนามสัญญาก่อสร้างและบริหารจัดการโครงการกำจัดขยะมูลฝอยในการผลิตกระแสไฟฟ้า เพื่อประโยชน์ร่วมในมิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน**

บริษัทฯ พลังงานพัฒนา 5 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ร่วมลงนามสัญญาก่อสร้างและบริหารจัดการโครงการกำจัดขยะมูลฝอยเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากชุมชน ณ เทศบาลเมืองบ้านพรุ จังหวัดสงขลา โดยโครงการนี้มีมูลค่าการลงทุนไม่ต่ำกว่า 600 ล้านบาท และได้รับใบอนุญาตโครงการฯ เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยเห็นชอบโครงการเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2559 ในการรับซื้อไฟฟ้า 4.5 เมกะวัตต์ ซึ่งการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจะเป็นผู้รับซื้อต่อไป ความร่วมมือในครั้งนี้ จะช่วยลดปริมาณขยะสะสม ลดผลกระทบจากกลิ่นและน้ำเสีย และช่วยส่งเสริมสุขอนามัย สิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ของคนในชุมชนในละแวกดังกล่าวให้ดีขึ้น ตามวิสัยทัศน์การดำเนินงานของบริษัทฯ ที่หวังให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมีชีวิตที่ "อยู่ดี มีสุข" ในทุกด้านของช่วงชีวิต

- **PTG คว่ำรางวัลระดับสากล "องค์กรที่น่าทำงานด้วยมากที่สุดในเอเชีย" จาก HR Asia 2 ปีซ้อน**

บริษัทฯ คว่ำรางวัล "สุดยอดองค์กรที่น่าทำงานด้วยมากที่สุดในเอเชีย" (Best Companies to Work for in Asia Awards 2022) จาก HR Asia ติดต่อกันเป็นปีที่ 2 ตอกย้ำความเป็นองค์กรรุ่นใหม่ ที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลเป็นเลิศ นับเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ธุรกิจ ที่บริษัทฯ ในฐานะผู้นำด้านธุรกิจพลังงานแบบครบวงจรให้ความสำคัญในการพัฒนาทักษะและความสามารถในมิติต่าง ๆ ให้กับพนักงานในองค์กร ซึ่งถือเป็นทรัพยากรหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เดินหน้าและบรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้

สรุปงบแสดงฐานะทางการเงิน ณ วันที่ 30 กันยายน 2565

สรุปฐานะทางการเงิน (ล้านบาท)	30-ก.ย.-65	%	ปี 2564	%	เปลี่ยนแปลง	% เปลี่ยนแปลง
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	1,913	4.2%	1,701	3.8%	212	12.4%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	1,018	2.2%	722	1.6%	296	41.1%
เงินให้กู้ยืมระยะสั้น	0	0.0%	196	0.4%	-196	-100.0%
สินค้าคงเหลือ	2,379	5.2%	2,239	5.0%	140	6.2%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	5,310	11.7%	4,859	10.9%	451	9.3%
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	540	1.2%	409	0.9%	131	32.0%
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	12,073	26.6%	11,505	25.9%	568	4.9%
สินทรัพย์สิทธิการเช่า	23,395	51.5%	23,866	53.8%	-471	-2.0%
เงินฝากธนาคารที่ติดภาระค้ำประกัน	5	0.0%	5	0.0%	0	1.0%
เงินลงทุนในการร่วมค้า	1,056	2.3%	1,184	2.7%	-128	-10.8%
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	1,003	2.2%	859	1.9%	143	16.7%
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่าน กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น (เงินลงทุนทั่วไป)	621	1.4%	725	1.6%	-104	-14.3%
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	349	0.8%	283	0.6%	66	23.4%
ค่าความนิยม	53	0.1%	53	0.1%	0	0.0%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น ๆ	1,005	2.2%	636	1.4%	368	57.8%
รวมสินทรัพย์	45,409	100.0%	44,384	100.0%	1,024	2.3%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ๆ	7,455	16.4%	6,000	13.5%	1,456	24.3%
เงินกู้ยืมระยะสั้นและส่วนของหนี้สินกำหนดชำระภายใน 1 ปี	5,539	12.2%	5,751	13.0%	-212	-3.7%
หนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	607	1.3%	603	1.4%	4	0.7%
อื่น ๆ	168	0.4%	96	0.2%	72	75.2%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	13,770	30.3%	12,450	28.0%	1,320	10.6%
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	19,485	42.9%	19,394	43.7%	92	0.5%
เงินกู้ยืมระยะยาว	2,780	6.1%	3,844	8.7%	-1,064	-27.7%
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	56	0.1%	56	0.1%	-1	-0.9%
อื่น ๆ	610	1.3%	441	1.0%	170	38.5%
รวมหนี้สิน	36,701	80.8%	36,184	81.5%	517	1.4%
กำไรสะสมยังไม่ได้จัดสรร	5,600	12.3%	5,081	11.4%	519	10.2%
อื่น ๆ	3,107	6.8%	3,118	7.0%	-11	-0.4%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	8,707	19.2%	8,200	18.5%	507	6.2%
รวมหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น	45,409	100.0%	44,384	100.0%	1,024	2.3%

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่นักลงทุนสัมพันธ์

ir@pt.co.th หรือ โทร: +66 2168 3377 ต่อ 276

ณ สิ้นสุดไตรมาส 3/2565 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 45,409 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,024 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 2.3% จากสิ้นปีที่แล้ว โดยสินทรัพย์หลักที่เพิ่มขึ้นมาจาก 1) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น และสินค้าคงเหลือ เพิ่มขึ้นจำนวน 436 ล้านบาท สอดคล้องกับปริมาณการจำหน่ายและราคาต้นทุนน้ำมันและก๊าซที่เพิ่มสูงขึ้น และ 2) ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เพิ่มขึ้น 568 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 4.9% จากสิ้นปีที่แล้ว จากการขยายและปรับปรุงพื้นที่ของสถานีบริการ และธุรกิจ Non-Oil ให้ครอบคลุมพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง

ในขณะที่หนี้สินรวมเท่ากับ 36,701 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 517 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 1.4% จากสิ้นปี 2564 โดยปัจจัยหลักมาจาก 1) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ๆ เพิ่มขึ้น 1,456 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 24.3% เป็นผลจากต้นทุนราคาน้ำมันในตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้น หักลบกับ 2) เงินกู้ยืมระยะยาว ลดลง 1,064 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้วางเป้าหมายในการปรับแผนการลงทุนให้สอดคล้องกับกระแสเงินสด เพื่อสร้างความมั่นคงและแข็งแกร่งทางการเงิน โดยบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 8,707 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 507 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 6.2% จากสิ้นปีที่แล้ว จากผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การเคลื่อนไหวของกระแสเงินทุนของบริษัทฯ เป็นไปตามตารางด้านล่าง

สรุปกระแสเงินทุน ณ 30 กันยายน 2565 (ล้านบาท)			
แหล่งที่มาของเงินทุน		การใช้เงินทุน	
เงินสดรับจากการดำเนินงาน	5,499	เงินสดใช้จ่ายค่าดอกเบี้ย และภาษีเงินได้	1,165
เงินสดรับจากเงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	197	เงินสดจ่ายซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	1,904
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	1,320	เงินสดจ่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	167
เงินสดรับจากหุ้นกู้	1,200	เงินสดจ่ายเงินลงทุนในบริษัทร่วม	67
		เงินสดจ่ายตามสัญญาเช่า	517
		เงินเบิกเกินบัญชีจากสถาบันการเงิน	247
		เงินสดจ่ายจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินและกิจการอื่น ๆ	1,002
		เงินสดจ่ายเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	1,113
		จ่ายคืนหุ้นกู้	1,404
		จ่ายเงินปันผล	418
		เงินสดเพิ่มขึ้น	212
รวม	8,216	รวม	8,216

การรับรอง	
จัดอันดับเครดิตเรตติ้ง (Tris Rating)	BBB+
CG score	ดีมาก: 5 ดาว
CAC	Certified CAC
ESG Index	THSI

หนี้สินระยะยาวและหุ้นกู้คงเหลือ (ล้านบาท)				
ปีที่	หุ้นกู้	ครบกำหนด	เงินกู้	ครบกำหนด
ต.ค.-ธ.ค. 2565		700		418
2566		2,000		1,622
2567		200		914
2568		1,000		275

มุมมองของผู้บริหาร และทิศทางดำเนินงานธุรกิจสำหรับปี 2565

เป้าหมายการดำเนินงานของปี 2565 (คงเดิม)

- ✓ จำนวนสาขา และ Touchpoint 3,582 สาขา
 - สถานีบริการน้ำมัน 2,010 สาขา
 - ธุรกิจ Non-Oil 1,572 สาขา
 - สถานี LPG และ Mix 252 สาขา
 - F&B, CVS และ Services 1,320 สาขา
 - ✓ อัตราการเติบโตของปริมาณการจำหน่ายน้ำมัน 6-10%
 - ✓ อัตราการเติบโตของปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG 50-60%
 - ✓ อัตราการเติบโตของยอดขาย Non-Oil 80-90%
 - ✓ อัตราการเติบโตของ EBITDA 15-20%
 - ✓ งบลงทุน 3,000-4,000 ล้านบาท
- ธุรกิจน้ำมันยังเติบโตได้ดี แม้จะเจอเหตุการณ์น้ำท่วม ยืนยันปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเติบโต 6-10%
ภาพรวมการจำหน่ายน้ำมันในไตรมาส 3/2565 สามารถเติบโตได้ดีจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากภาพรวมการผ่อนคลายของมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เริ่มฟื้นตัวดีขึ้น แต่จากผลกระทบจากฤดูมรสุมที่ส่งผลให้กิจกรรมเชิงพาณิชย์ การขนส่ง และกิจกรรมการเกษตรลดลง ทำให้บริษัทฯ มีปริมาณการจำหน่ายน้ำมันลดลงจากไตรมาสก่อนหน้า ในส่วนของภาพรวมการจำหน่ายน้ำมันในไตรมาส 4/2565 บริษัทฯ มองว่าปริมาณการจำหน่ายน้ำมันจะเติบโตได้ดี ทั้งจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และไตรมาสก่อนหน้า แม้ว่าจะมีบางจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์น้ำท่วมในช่วงต้นเดือนตุลาคม 2565 แต่บริษัทฯ มองว่าผลกระทบจากเหตุการณ์น้ำท่วมดังกล่าวเป็นผลกระทบระยะสั้น และไม่ส่งผลกระทบต่อเป้าที่บริษัทฯ ตั้งไว้ โดยบริษัทฯ ยังคงมองว่าปี 2565 นี้ บริษัทฯ จะมีปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเติบโต 6-10% จากปีก่อนหน้า

- **สถานการณ์ราคาผลปาล์มน้ำมันเริ่มส่งสัญญาณฟื้นตัวในช่วงต้นไตรมาส 4 มองว่าธุรกิจ ปาล์ม คอมเพล็กซ์ จะเริ่มฟื้นตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น**

สถานการณ์ราคาน้ำมันปาล์มดิบ (CPO) ในช่วงที่ผ่านมามีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ภายหลังจากประเทศอินโดนีเซียได้เริ่มผลักดันให้มีการส่งออกโดยกำหนดโควตาส่งออกในช่วงเดือนพฤษภาคม ทำให้ภาพรวมอุปทานของ CPO ในไตรมาส 3 ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคา CPO ในตลาดต่างประเทศปรับตัวลดลง ทำให้โรงสกัดในประเทศไทยส่งออกได้น้อยลง ส่งผลให้ราคาตลาดในประเทศปรับตัวลดลงตามราคาตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตามสถานการณ์ราคาดังกล่าวได้เริ่มส่งสัญญาณฟื้นตัวขึ้นมา โดยในช่วงที่วันที่ 10-12 ตุลาคม ราคา CPO ยืนอยู่ในกรอบราคา 29.00 – 30.00 บาท/กก.¹ ปรับเพิ่มขึ้นจากสัปดาห์ก่อนหน้าที่ 1.17 บาท/กก.¹ นอกจากนี้ทางคณะกรรมการบริหารนโยบายพลังงาน (CEPA) ได้มีมติให้ปรับเพิ่มสัดส่วนการผสมน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ (B100) ในน้ำมันดีเซลจาก B5 (มีสัดส่วนน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ 5%) เป็น B7 (มีสัดส่วนน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ 7%) ซึ่งมีผลตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม – 31 ธันวาคม 2565

บริษัทฯ มองว่าด้วยสถานการณ์ราคา ประกอบกับมติดังกล่าว ถือเป็นปัจจัยบวกต่อธุรกิจ ปาล์ม คอมเพล็กซ์ ซึ่งเป็นกิจการร่วมค้าของบริษัทฯ นอกจากนี้ภาพรวมมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 เริ่มมีแนวโน้มผ่อนคลายมากขึ้น จะส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยวค่อย ๆ ฟื้นตัวกลับสู่ปกติ อุปสงค์โดยรวมของ B100 มีแนวโน้มฟื้นตัวมากยิ่งขึ้นในปี 2566

หมายเหตุ: ¹อ้างอิงข้อมูลจากรายงานสถานการณ์ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงชีวภาพ 17 - 23 ตุลาคม 2565 สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน

- **พันธมิตรไทยรุกขยายสาขา ตั้งเป้าสูงสุด 1,500 สาขา ภายในสิ้นปี 2566**

เพื่อตอบสนองการให้บริการที่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ และรองรับการให้บริการในรูปแบบ Delivery Platform บริษัทฯ จึงเดินทางขยายสาขาร้านค้าแฟรนไชส์ไทยทั้งภายในและนอกสถานบริการน้ำมัน PT โดยเน้นขยายสาขาร้านใจกลางเมืองหรือย่านธุรกิจที่มีกำลังซื้อสูง ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว และหัวเมืองใหญ่ตามจังหวัดต่าง ๆ โดยบริษัทฯ วางกลยุทธ์ที่จะขยายสาขาร้านกาแฟแฟรนไชส์ไทยในรูปแบบ “แฟรนไชส์” หลากหลายโมเดล เพื่อให้ตอบโจทย์กับทำเลที่ตั้งในพื้นที่ต่าง ๆ ด้วยงบประมาณเริ่มต้น 1.25 ล้านบาท/สาขา ทั้งนี้ ภายในสิ้นปี 2565 นี้ บริษัทฯ ตั้งเป้าที่จะมีสาขาร้านกาแฟแฟรนไชส์ไทยกว่า 600 สาขา และจะขยายให้ครบ 1,500 สาขาทั่วประเทศ ภายในสิ้นปี 2566 เพื่อขึ้นแท่นเป็นเบอร์ 2 ของธุรกิจร้านกาแฟในสถานบริการน้ำมัน

การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม จึงผนวกความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อหวังเชื่อมให้ทุกคนได้มีโอกาสเข้าถึงชีวิตที่ “อยู่ดี มีสุข” ในทุกด้านของช่วงชีวิต ด้วยจุดประสงค์ในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืนในทุกมิติ เพื่อเน้นย้ำความพยายามในการรักษาสมดุลระหว่างการดำเนินงานเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยในไตรมาส 3/2565 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ ด้วยเจตนารมณ์ในการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี และให้การดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน

● การส่งเสริมวัตถุดิบท้องถิ่น

- บริษัทฯ และภาคีเครือข่ายภาคเอกชนกว่า 10 ราย ร่วมกับกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ลงพื้นที่จังหวัดเชียงราย พร้อมร่วมมือกันทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าผลผลิตสับปะรด ภายใต้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายในกับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในจังหวัดเชียงราย จำนวน 12 กลุ่ม 4 อำเภอ รวม 12,600 ตัน ทั้งนี้ เพื่อกระจายผลผลิตออกสู่ช่องทางต่าง ๆ
- บริษัทฯ และบริษัท อิซิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมมือกันทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าผลผลิตสับปะรดดังกล่าวเพื่อนำไปแปรรูปเป็นน้ำบรรจุขวด ภายใต้ตราสินค้า "หลวงพ่อบุบไซค" โดยการรับซื้อผลผลิตสับปะรดเป็นการล่วงหน้า นี้จะเป็นหลักประกันให้กับเกษตรกรสามารถขายผลผลิตสับปะรดได้ในราคาที่เป็นธรรม ซึ่งจะส่งผลให้ราคาซื้อขายปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ที่ดีกว่าปีที่ผ่านมา และจะส่งผลให้เกษตรกรไทยได้มีชีวิตที่ "อยู่ดี มีสุข" ในทุกด้านของช่วงชีวิต

● การส่งเสริมคุณภาพชีวิตชุมชน

บริษัทฯ จัดกิจกรรมภายใต้โครงการ "ค่ายอาสา PT ทำจริงไม่ทิ้งกัน" เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมที่เป็นสาธารณะประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยในครั้งนี้ บริษัทฯ ได้ร่วมสนับสนุนและพัฒนาคูณภาพการศึกษา ส่งเสริมสุขภาพอนามัย พัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ตำบลบางจะเกร็ง อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม ดังนี้

- **สนับสนุนพัฒนาคูณภาพการศึกษา** โดยให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนโรงเรียนที่อยู่ในพื้นที่ ตำบลบางจะเกร็ง อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 6 สถานศึกษา ได้แก่ 3 โรงเรียน และ 3 ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในโอกาสนี้ บริษัทฯ ได้มอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนที่เรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ จำนวน 42 ทุนการศึกษา และมอบอุปกรณ์การเรียนการสอน อุปกรณ์กีฬา กล้องปฐมพยาบาล พร้อมพันธุ์ผักสวนครัว เพื่อให้ทางสถานศึกษาใช้ในการประกอบอาหารกลางวันอนาคต
- **PT ชุมชนตาสว่าง** โดยเป็นกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอนามัยและพัฒนาคูณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน บริษัทฯ จัดให้มีการบริการวัดสายตาประกอบแว่น และให้ความรู้เรื่องดวงตากับผู้สูงอายุจำนวน 600 คน เพื่อหวังให้ทุกคนมีสุขภาพชีวิตที่ดีขึ้น และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอย่างยั่งยืน
- **PT ปลูกป่าสร้างปอด ปลูกป่าชายเลน** โดยบริษัทฯ ได้ปลูกต้นไม้จำนวน 100 ต้น เพื่อเป็นการเพิ่มพื้นที่สีเขียวบริเวณชายฝั่ง อีกทั้งเพื่อป้องกันการกัดเซาะของคลื่น รวมถึงได้จัดกิจกรรมต้นไม้แลกยิ้ม เพื่อมอบต้นไม้ที่สามารถรับประทานได้ ให้ชาวบ้านได้นำกลับไปปลูกที่บ้านต่อ
- **PT แยกขยะเปียก ลดขยะโลก** โดยเป็นกิจกรรมอบรมให้ความรู้กับผู้นำชุมชนและเยาวชน เกี่ยวกับประโยชน์ของการแยกขยะเปียก พร้อมมอบถังขยะเปียกรักษ์โลกให้กับชุมชน เพื่อเปลี่ยนขยะเปียกเป็นปุ๋ยหมักชีวภาพสำหรับใช้ในการเพาะปลูกต้นไม้ เพื่อช่วยลดปริมาณขยะ และช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชน

รางวัล

บริษัทฯ ได้รับรางวัล “องค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2565” ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ระดับดี ในฐานะองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ นำหลักสิทธิมนุษยชนมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินงาน รวมถึงเป็นแบบอย่างที่ดีให้องค์กรอื่น ๆ ในการนำไปปรับใช้และพัฒนาต่อยอดให้เป็นองค์กรที่มีคุณภาพ ยึดมั่นในหลักสิทธิมนุษยชน เพื่อสร้างความเสมอภาค ความเท่าเทียม และมุ่งเป็นสังคมแห่งการเคารพสิทธิมนุษยชนอย่างยั่งยืน

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่นักลงทุนสัมพันธ์

ir@pt.co.th หรือ โทร: +66 2168 3377 ต่อ 276