

บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 4 และสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565





บริษัท พีทีที เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 4 และสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

บทสรุปผู้บริหาร

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยปี 2565 ยังคงฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องจากปี 2564 จากมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่เริ่มผ่อนคลายมากขึ้น ซึ่งเห็นได้จากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวที่มีการเริ่มเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาตินับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ปี 2565 ที่ผ่านมา ประกอบกับการฟื้นตัวของการบริโภคภาคเอกชน และการกลับเข้ามาลงทุนของนักลงทุนจากต่างประเทศ

บริษัท พีทีที เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ได้รับปัจจัยบวกจากการฟื้นตัวดังกล่าว ส่งผลให้บริษัทฯ มีรายได้รวมในปี 2565 จำนวน 179,422 ล้านบาท เติบโตขึ้น 34.1% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักมาจากธุรกิจน้ำมัน (หรือ “ธุรกิจ Oil”) ซึ่งมี 1) ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางในปี 2565 จำนวน 5,316 ล้านลิตร เติบโตขึ้น 5.9% จากปี 2564 ซึ่งนับเป็นปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางที่สูงสุดเป็นประวัติการณ์ และ 2) ราคาค่าปลีกเฉลี่ยต่อลิตรเพิ่มขึ้น 25.2% เมื่อเทียบกับปีก่อน มาอยู่ที่ 31.94 บาทต่อลิตร

สำหรับภาพรวมรายได้จากธุรกิจ Non-Oil ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า โดยมีรายได้รวมอยู่ที่ 9,478 ล้านบาท คิดเป็นการเติบโต 68.5% จากปี 2564 โดยการเติบโตหลักมาจากธุรกิจก๊าซ LPG ซึ่งมี 1) ปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ที่ยังคงสร้างสถิติปริมาณการจำหน่ายที่สูงสุดอย่างต่อเนื่อง โดยสิ้นปี 2565 มีปริมาณการจำหน่ายจำนวน 497 ล้านลิตร เพิ่มขึ้น 62.4% จากปี 2564 และ 2) ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 11.48 บาทต่อลิตร เพิ่มขึ้น 17.9% เมื่อเทียบกับปีก่อน รวมถึงธุรกิจร้านค้าปลีกไทยที่มีรายได้จำนวน 805 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 76.3% จากปี 2564

กำไรขั้นต้นในปี 2565 จำนวน 12,008 ล้านบาท คิดเป็นการเติบโต 18.5% จากปีก่อนหน้า โดยมีสัดส่วนหลักมาจากธุรกิจ Oil ที่เติบโต 13.1% จากปีก่อนหน้า เป็น 9,786 ล้านบาท จากปริมาณการจำหน่ายน้ำมันที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการปรับราคาปลีกให้สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของต้นทุนน้ำมันที่สูงขึ้น ในส่วนของกำไรขั้นต้นในธุรกิจ Non-Oil นั้น เติบโตเช่นเดียวกัน โดยเพิ่มขึ้น 50.1% จากปี 2564 เป็น 2,222 ล้านบาท จากการขยายธุรกิจ Non-Oil อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี ในปี 2565 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันปาล์มดิบ ประกอบกับการปรับลดสัดส่วนไบโอดีเซล (B100) จาก B7 เป็น B5 ในช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนตุลาคม ปี 2565 และปรับเป็น B7 ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2565 จนถึงเดือนมีนาคม 2566 เพื่อเป็นการบรรเทาภาระค่าครองชีพที่สูงจากวิกฤตราคาพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้นทั่วโลก จึงส่งผลให้บริษัทฯ ยังคงรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากกิจการร่วมค้าของบริษัทฯ แต่เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นตั้งแต่ไตรมาส 4/2565 อีกทั้ง บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร (SG&As) ที่เพิ่มขึ้นระหว่างปี จากการสร้างมาตรฐานการบริการและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของบริษัทฯ สอดคล้องกับธุรกิจ Non-Oil ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้กำไรก่อนจะหักค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) และกำไรสุทธิในปี 2565 มีจำนวน 5,623 ล้านบาท เติบโต 3.8% จากปีก่อนหน้า และ 953 ล้านบาท ลดลง 6.3% จากปีก่อนหน้า ตามลำดับ ทั้งนี้ คิดเป็นกำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานที่ 0.56 บาท ในปี 2565

เหตุการณ์สำคัญในปี 2565

ออกและเสนอขายหุ้นกู้มูลค่ารวม 1,200 ล้านบาท พร้อมกับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือของหุ้นกู้ที่ “BBB+” แนวโน้มเครดิต “Stable” โดย Tris Rating

บริษัทฯ ออกและเสนอขายหุ้นกู้จำนวน 2 ชุด มูลค่า 1,200 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การออกและเสนอขายหุ้นกู้ ชุดที่ 1/2565 มูลค่า 200 ล้านบาท อายุ 2 ปี ด้วยอัตราดอกเบี้ยคงที่ 2.75% ต่อปี
- 2) การออกและเสนอขายหุ้นกู้ ชุดที่ 2/2565 มูลค่า 1,000 ล้านบาท อายุ 3 ปี ด้วยอัตราดอกเบี้ยคงที่ 3.20% ต่อปี

โดยจุดประสงค์หลักในการออกหุ้นกู้ดังกล่าว เพื่อใช้ในการชำระคืนหนี้เดิมและ/หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือของหุ้นกู้อยู่ที่ “BBB+” แนวโน้มเครดิต “Stable” จากบริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการควบคุมค่าใช้จ่ายและการคัดสรรการลงทุนให้เหมาะสม เพื่อบริหารกระแสเงินสดให้เพียงพอต่อการดำเนินกิจการในระยะยาว

เปิดตัวโครงการ “PT Max Park ศาลายา” สถานีบริการครบวงจรแห่งแรก

บริษัทฯ ได้เปิดตัวโครงการ “PT Max Park ศาลายา” สถานีบริการครบวงจรแห่งแรก ริมนถนนบรมราชชนนี ฝั่งขาเข้า อำเภอลำลูกกา จังหวัดนครปฐม โดยภายในประกอบไปด้วยสถานีบริการน้ำมันที่ได้รับการออกแบบให้มีความทันสมัยพร้อมติดตั้งหัวจ่ายน้ำมันระบบดิจิทัล รวม 30 หัวจ่าย เพื่อให้สามารถรองรับปริมาณผู้มาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในช่วงเวลาเร่งรีบได้อย่างเพียงพอ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการให้บริการของพนักงานต่อผู้มาใช้บริการเป็นอย่างมาก โดยบริษัทฯ จัดให้มีพนักงาน PT Service Master เข้ามาอำนวยความสะดวกในส่วนของการให้บริการจำหน่ายน้ำมัน โดย PT Service Master ทุกคนจะได้รับการฝึกอบรมเป็นพิเศษ จึงสามารถมั่นใจได้ว่า ผู้มาใช้บริการสถานีบริการ PT Max Park ศาลายา แห่งนี้ จะได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากการให้บริการอีกขั้นที่เหนือกว่าโดยพนักงาน PT Service Master

นอกจากนี้ ภายใน PT Max Park ศาลายา ยังมี Community Mall ซึ่งประกอบไปด้วยร้านค้าในเครือของบริษัทฯ เอง เช่น ร้านกาแฟพันธุ์ไทย, ร้าน Coffee World, ร้านสะดวกซื้อ Max Mart, ร้านจำหน่ายยา เวชภัณฑ์ และอุปกรณ์การแพทย์ Nexx Pharma, ร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม Max Gas และศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ Autobacs อีกทั้ง ยังมีร้านค้าพันธมิตรทั้งในกลุ่มอาหารและกลุ่มไลฟ์สไตล์ นอกจากนี้ ยังมีสถานที่นั่งทำงาน Co-Working Space สำหรับรองรับ Lifestyle ของคนรุ่นใหม่ นักศึกษา และชุมชนโดยรอบอีกด้วย

PT Max Park ศาลายา แห่งนี้ จะเป็นต้นแบบของสถานีบริการ PT ในอนาคต โดยมีเป้าหมายที่จะขยายสถานีบริการครบวงจรในลักษณะนี้ตามถนนสายหลักของประเทศไทยในอนาคต

ขยายสาขาธุรกิจ Non-Oil นำโดย “กาแฟพันธุ์ไทย” นอกพื้นที่สถานีบริการ PT เพื่อขยายการบริการให้ทั่วถึง

บริษัทฯ เปิดตัวร้านกาแฟพันธุ์ไทยนอกสถานีบริการ PT บริเวณย่านใจกลางเมือง เช่น สีลมและชองถนนนทรี เป็นต้น เพื่อขยายการบริการให้ทั่วถึงกับกลุ่มคนเมืองมากยิ่งขึ้น อีกทั้ง เพื่อรองรับ Lifestyle ของสังคมในยุคปัจจุบัน ที่ร้านกาแฟเป็นสถานที่สำหรับทำงาน สำหรับนัดพบ และสำหรับผ่อนคลายอีกด้วย ทั้งนี้ การขยายสาขาร้านกาแฟพันธุ์ไทยบริเวณย่านใจกลางเมืองยังช่วยให้ลูกค้าเดิมสามารถซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านบริการ Delivery ได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้ง ยังเพิ่มการรับรู้ในแบรนด์กับลูกค้าใหม่ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการธุรกิจ Delivery เช่น Grab Food, Line Man, Shopee Food และ Robinhood เป็นต้น

พลิกโฉมคอฟฟี่ เวิลด์ มุ่งสู่การเป็น Specialty Coffee

บริษัทฯ ได้ปรับโฉมคอฟฟี่ เวิลด์ใหม่ เพื่อมุ่งสู่การเป็น Specialty Coffee มากยิ่งขึ้น โดยเป็นการรวมกาแฟที่หายากจากแหล่งเพาะปลูกเมล็ดกาแฟชื่อดังจากทั่วโลกมาไว้ในที่เดียว โดยมีบาร์ิสต้าที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกาแฟและความเชี่ยวชาญในการรังสรรค์เครื่องดื่มเพื่อให้คอกาแฟได้ดื่มด่ำไปกับรสชาติความกลมกล่อมและหอมกรุ่นของกาแฟแต่ละสายพันธุ์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับแบรนด์โลโก้ใหม่ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ที่ทันสมัย มีความอบอุ่น และเป็นกันเอง พร้อมกันนี้ คอฟฟี่ เวิลด์ยังพร้อมส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบาร์ิสต้าไทยให้ก้าวสู่ระดับสากล และร่วมขับเคลื่อนธุรกิจกาแฟของไทยให้เติบโตแข็งแรงต่อไป

เปิดตัวจุดชาร์จ EV เพื่อครอบคลุมเส้นทางการเดินทางหลักทั่วประเทศ

จากที่บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับทางไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ในการติดตั้งสถานีอัดประจุไฟฟ้าสำหรับรถยนต์ภายในสถานีบริการน้ำมัน PT ภายใต้ชื่อว่า Elex by EGAT Max ในไตรมาส 1/2564 ที่ผ่านมา ณ สิ้นปี 2565 Elex by EGAT Max ได้ติดตั้งไปแล้ว 35 สถานี ครอบคลุมเส้นทางหลักทั่วประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความ “อยู่ดี มีสุข” ให้กับทุกช่วงชีวิตของลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

อีกทั้งบริษัทฯ ได้เปิดตัวสถานีอัดประจรรถยนต์ไฟฟ้า Elex by EGAT Max ที่ PT Max Park ศาลายา ในเดือนกรกฎาคม ปี 2565 โดยสถานีดังกล่าวเป็นสถานีอัดประจุไฟฟ้าที่ติดตั้งเครื่องอัดประจุไฟฟ้าแบบชาร์จเร็ว (DC Fast Charge) ขนาด 125 kW จำนวน 4 ช่องจอด เพื่ออำนวยความสะดวกกับผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า โดยสถานีชาร์จแห่งนี้ได้ถูกออกแบบภายใต้แนวคิด “Rest Eat Play” เพื่อให้เป็นสถานีรูปแบบใหม่ที่มีความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และเน้นความเป็น Clean Energy เพื่อสะท้อนธรรมชาติของผู้ใช้ EV ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

เปิดตัวแอปพลิเคชัน Max Me อย่างเป็นทางการ

บริษัทฯ ได้เปิดตัว “แอปพลิเคชัน Max Me” ที่จะเข้ามาช่วยตอบโจทย์ลูกค้าสมาชิกบัตร PT Max Card ที่มีอยู่ในระบบกว่า 19 ล้านสมาชิก โดยผู้ใช้งานสามารถสะสมคะแนน Max Point และใช้งานฟังก์ชัน e-Wallet ให้สามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือในยุคดีจิจิตอลไลฟ์สไตล์ ได้อย่างง่ายดาย โดยบริษัทฯ ได้วางแผนการเติบโตของแอปพลิเคชัน Max Me ไว้ 3 ประการด้วยกัน ประการแรก เพิ่มฐานสมาชิกของแอปพลิเคชัน Max Me โดยการแปลงสมาชิกบัตร PT Max Card จำนวนกว่า 19 ล้านสมาชิก ให้มารับชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสดภายในระบบนิเวศของบริษัทฯ ภายใต้ Max Me Wallet อาทิ สถานีบริการน้ำมัน PT ร้านกาแฟพันธุ์ไทย ร้านสะดวกซื้อ Max Mart และ ร้าน Coffee World เป็นต้น ประการที่สอง เสริมสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจให้แข็งแรง โดยการร่วมเป็นพันธมิตรกับผู้ค้ารายต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถมอบสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้าของบริษัทฯ ได้อย่างครอบคลุม และประการสุดท้าย ปรับปรุงขั้นตอนการแลกคะแนน Max Point ให้ง่ายขึ้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้ชีวิตภายใต้ระบบนิเวศของบริษัทฯ ได้อย่าง “อยู่ดี มีสุข”

ฉลองครบรอบกาแฟพันธุ์ไทย 10 ปี พร้อมเผยแพร่แผนการเติบโตในอนาคต

เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2565 ที่ผ่านมา ถือเป็นวันครบรอบปีที่ 10 ของการเปิดร้านกาแฟพันธุ์ไทย และเพื่อเป็นการเฉลิมฉลองการครบรอบ บริษัทฯ ชูแคมเปญ “เวลาเป็นไท” นอกจากนี้ ในโอกาสครบรอบ 10 ปี บริษัทฯ ยังได้เผยแพร่แผนการเติบโตของร้านกาแฟพันธุ์ไทยผ่านกลยุทธ์ 4 ด้าน ดังนี้ 1) มุ่งขยายสาขาร้านกาแฟพันธุ์ไทยในรูปแบบของ “แฟรนไชส์” ทั้งภายในและนอกสถานีบริการน้ำมัน PT 2) รังสรรค์เครื่องดื่มใหม่ ๆ โดยใช้วัตถุดิบที่มีรสชาติดี มีคุณภาพ และหาทานได้ยากจากเกษตรกรท้องถิ่นทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย 3) เน้น Delivery Platform ให้มากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มการรับรู้ (Awareness) การมองเห็น (Visibility) และการเข้าถึง

แบรนด์ของลูกค้า (Accessibility) และ 4) นำข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าผู้ถือบัตรสมาชิก PT Max Card มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคของลูกค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและความถี่ของการเข้าใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย

ลงนาม MOU PTG x CBS เปิดร้าน "กาแฟพันธุ์ไทย-Max Mart" 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 ไปจนถึงการเป็นนักธุรกิจในอนาคต ตามคอนเซ็ปต์ "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

ร่วมลงนามสัญญาก่อสร้างและบริหารจัดการโครงการกำจัดขยะมูลฝอยในการผลิตกระแสไฟฟ้า เพื่อประโยชน์ร่วมในมิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน

บริษัทฯ ร่วมลงนามสัญญาก่อสร้างและบริหารจัดการโครงการกำจัดขยะมูลฝอยเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากชุมชน ณ เทศบาลเมืองบ้านพรุ จังหวัดสงขลา โดยโครงการนี้มีมูลค่าการลงทุนไม่ต่ำกว่า 600 ล้านบาท และได้รับใบอนุญาตโครงการฯ เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยเห็นชอบโครงการเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2559 ในการรับซื้อไฟฟ้า 4.5 เมกะวัตต์ ซึ่งการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจะเป็นผู้รับซื้อต่อไป ความร่วมมือในครั้งนี้จะช่วยลดปริมาณขยะสะสม ลดผลกระทบจากกลิ่นและน้ำเสีย อีกทั้งยังเป็นการนำของเสียมาก่อให้เกิดประโยชน์ และช่วยส่งเสริมสุขอนามัย สิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ของคนในชุมชนในละแวกดังกล่าวให้ดีขึ้น ตามวิสัยทัศน์การดำเนินงานของบริษัทฯ ที่หวังให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมีชีวิตที่ "อยู่ดี มีสุข" ในทุกด้านของช่วงชีวิต

คว้ารางวัลระดับสากล “องค์กรที่นำทำงานด้วยมากที่สุดในเอเชีย” จาก HR Asia 2 ปีซ้อน

บริษัทฯ คว้ารางวัล “สุดยอดองค์กรที่นำทำงานด้วยมากที่สุดในเอเชีย” (Best Companies to Work for in Asia Awards 2022) จาก HR Asia ติดต่อกันเป็นปีที่ 2 ตอกย้ำความเป็นองค์กรรุ่นใหม่ ที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลเป็นเลิศ นับเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ธุรกิจที่บริษัทฯ ในฐานะผู้นำด้านธุรกิจพลังงานแบบครบวงจรให้ความสำคัญในการพัฒนาทักษะและความสามารถในมิติต่าง ๆ ให้กับพนักงานขององค์กร ซึ่งถือเป็นทรัพยากรหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนให้การดำเนินงานของบริษัทฯ เดินหน้าและบรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้

ได้รับ 2 รางวัลใหญ่จากเวที SET Award 2022

บริษัทฯ ได้คว้า 2 รางวัลใหญ่ จากเวที SET Awards 2022 ได้แก่ 1) รางวัล “Sustainability Excellence” ประเภท “Rising Star Sustainability” ซึ่งบริษัทฯ ได้รับเป็นปีแรก นอกเหนือจากได้รับคัดเลือกให้เข้าอยู่ในดัชนีหุ้นยั่งยืน (THSI) เป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน โดยบริษัทฯ ได้มุ่งเน้นในการลดความเสี่ยงการดำเนินงานธุรกิจโดยการลงทุนในกลุ่มธุรกิจ Non-Oil ธุรกิจพลังงานสะอาด และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ไฟฟ้า รวมทั้งมุ่งส่งเสริมคุณภาพที่ดีให้กับชุมชนและสังคมผ่านโครงการรับผิดชอบต่อผลผลิต

ทางการเกษตรจากชุมชนมาใช้ในธุรกิจร้านอาหารแพฟนั้ไทย เพื่อเติมเต็มความสุขและคุณภาพชีวิตของทุกคนควบคู่ไปกับสิ่งแวดล้อมและพัฒนาสังคมไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งถือเป็นการต่อยอดถึงการดำเนินธุรกิจด้วยความยั่งยืนและการบริหารงานภายใต้หลักธรรมาภิบาลควบคู่ไปกับการบูรณาการแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการสร้างมูลค่าและคุณค่าร่วมในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีที่สุดให้กับผู้ถือหุ้น และ 2) รางวัล “Outstanding Investor Relations” โดยได้รับรางวัลต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ในกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) ระหว่าง 10,000 - 30,000 ล้านบาท

ได้รับรางวัล “BUSINESS+ Product of the Year Awards 2022”

บริษัทฯ ได้รับรางวัล “สุดยอดสินค้าและบริการแห่งปี 2565” กลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค ที่ผ่านการวิจัยและวิเคราะห์จากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ และผ่านการโหวตคัดเลือกจากผู้บริโภค จัดโดยนิตยสาร Business+ ในเครือ บริษัท เออาร์ไอพี จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ทั้งนี้ บริษัทฯ รู้สึกภูมิใจและเป็นเกียรติที่ได้รับรางวัลดังกล่าว ซึ่งทางบริษัทฯ มีบริการครบทุกมิติ เพื่อบริการลูกค้าและผู้บริโภคที่มั่นใจใช้บริการสถานีบริการ PT พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ยังมีบริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า คือ PT Service Master ซึ่งจะคอยให้บริการลูกค้า ให้คำปรึกษา ประสานงานแก้ไขปัญหาการใช้บริการ แนะนำสินค้าและบริการของบริษัทฯ รวมถึงนำเสนอโปรโมชั่นการขายให้กับลูกค้า ภายในสถานีบริการน้ำมัน PT เพื่อตอบโจทย์ความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างสูงสุด และพร้อมมุ่งมั่นเป็นแหล่งพลังงานที่สร้างความ “อยู่ดี มีสุข” ให้กับคนไทยในทุก ๆ กิจกรรมตลอดไป

ได้รับรางวัล Silver ประเภทแคมเปญการตลาดที่มีความเป็นเลิศด้านการสร้างคุณค่าของแบรนด์ และแคมเปญการตลาดที่มีความเป็นเลิศด้านกลยุทธ์

บริษัท แมกซ์ โซลูชัน เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัทฯ ได้เข้ารับรางวัลในงาน Marketing Award of Thailand 2022 ระดับ Silver จากสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย จำนวน 2 รางวัล ได้แก่ 1) รางวัลแคมเปญการตลาดที่มีความเป็นเลิศด้านกลยุทธ์ และ 2) รางวัลแคมเปญการตลาดที่มีความเป็นเลิศด้านการสร้างคุณค่าของแบรนด์ โดยนำสถานีบริการ PT ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งถนนสายหลักและสายรองกว่า 2,000 แห่งทั่วประเทศ มาเป็นจุดแข็งในการนำเสนอแนวคิดแคมเปญ PT Max Service เพื่อขจัดปัญหาระหว่างการเดินทาง

โดยปัจจุบันมีผู้ใช้บริการแล้วกว่า 12,000 ราย สำหรับบริการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ บริการจัดส่งน้ำมันฉุกเฉิน “สด ใหม่ ดิลิเวอรี” รัศมีให้บริการไม่เกิน 10 กิโลเมตร จากสถานีบริการ PT ที่อยู่ใกล้ที่สุด สามารถจัดส่งน้ำมันให้ลูกค้าได้ครั้งละ 4 ลิตร โดยมีค่าบริการจัดส่งครั้งละ 100 บาท หรือใช้แต้มสะสมบัตร PT Max Card 100 แต้ม และคิดค่าน้ำมันตามจริง

ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมประจำปี 2565

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2565 ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ฟื้นตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น แม้ว่าจะมีการแพร่ระบาดของสายพันธุ์โอมิครอนในช่วงต้นปี แต่ได้มีการเร่งการฉีดวัคซีนเพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว ประกอบกับได้เริ่มมีการเปิดประเทศให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้เริ่มเข้ามาตั้งแต่ช่วงเดือนกรกฎาคม ปี 2565 จึงส่งผลให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากขึ้น แต่อย่างไรก็ดี ในปี 2565 ได้มีการเกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างประเทศรัสเซีย-ยูเครน จึงทำให้เกิดสภาวะการตึงตัวในห่วงโซ่อุปทาน อันเป็นผลให้ราคาสินค้าโภคภัณฑ์และพลังงานปรับตัวสูงขึ้น จนเกิดการตีตัวขึ้นอย่างรวดเร็วในอัตราเงินเฟ้อ อีกทั้ง สาธารณรัฐประชาชนจีนได้มีมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่เข้มงวด (Zero COVID) จึงส่งผลกระทบต่อการส่งออกของประเทศไทย

สำหรับภาพรวมปริมาณการใช้น้ำมันของประเทศไทยในปี 2565 ปรับตัวสูงขึ้น 8.3% เมื่อเทียบกับปีก่อน เป็นผลมาจากการผ่อนคลายของการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ดังที่กล่าวข้างต้น ส่งผลให้เกิดการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวที่ส่งผลโดยตรงต่อการใช้ น้ำมัน จากการที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบกับคนไทยมีการเดินทางข้ามจังหวัดมากขึ้น โดยกลุ่มน้ำมันประเภทดีเซลมีปริมาณการใช้น้ำมันมากที่สุด เดบิต 10.4% จากปีก่อนหน้า จาก 1) มาตรการช่วยเหลือโดยตรงราคาขายปลีกน้ำมันดีเซลให้ไม่เกิน 35 บาทต่อลิตร 2) มาตรการลดภาษีสรรพสามิตน้ำมันดีเซล และ 3) การใช้กลไกกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ประชาชนและภาคธุรกิจ ภายใต้สถานการณ์ราคาพลังงานที่ยังคงผันผวนทั่วโลก ในขณะที่ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันในกลุ่มประเภทเบนซินปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 3.9% จากปีก่อนหน้า

สำหรับไตรมาส 4/2565 ภาพรวมปริมาณการใช้น้ำมันของประเทศไทยปรับตัวสูงขึ้น 2.5% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 5.5% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยหากดูตามรายประเภทผลิตภัณฑ์แล้วพบว่า ปริมาณการใช้น้ำมันในกลุ่มประเภทดีเซลเพิ่มขึ้น 3.9% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 7.4% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยการเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลมาจากการนำน้ำมันดีเซลไปผลิตเป็นไฟฟ้า เพื่อทดแทนก๊าซธรรมชาติที่มีราคาสูง ในขณะที่ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันในกลุ่มประเภทเบนซินปรับตัวลดลงเล็กน้อย 0.2% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่เพิ่มขึ้น 1.8% จากไตรมาสก่อนหน้า

ปริมาณการใช้น้ำมันผ่านสถานีบริการของประเทศไทยในปี 2565 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 11.1% จากปีก่อน ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณการใช้น้ำมันของประเทศไทย โดยการเพิ่มขึ้นหลัก ๆ ยังคงมาจากการใช้น้ำมันกลุ่มประเภทดีเซล ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์น้ำมันที่ใช้ในกิจกรรมเชิงพาณิชย์ การขนส่ง และการเกษตร โดยเดบิต 12.8% จากปีก่อน เป็นผลจากการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายหลังจากมีการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ดังกล่าว ในส่วนของปริมาณการจำหน่ายน้ำมันในกลุ่มประเภทเบนซินนั้น สามารถปรับตัวได้ดีขึ้นเช่นเดียวกัน โดยคิดเป็นการเพิ่มขึ้น 8.1% จากปีก่อนหน้า

สำหรับไตรมาส 4/2565 ปริมาณการใช้น้ำมันผ่านสถานีบริการของประเทศไทยปรับตัวเพิ่มขึ้น 7.6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และ 8.5% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยการเพิ่มขึ้นหลักมาจากปริมาณการใช้น้ำมันในกลุ่มประเภทดีเซลที่เพิ่มขึ้น 9.5% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 12.8% จากไตรมาสก่อนหน้า มีปัจจัยหลักจากการกลับมาเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรภายหลังจากฤดูมรสุม โดยเฉพาะในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการบริโภคน้ำมันกลุ่มประเภทดีเซลเพิ่มขึ้น 31.1% จากไตรมาสก่อนหน้า สำหรับปริมาณการจำหน่ายน้ำมันในกลุ่มประเภทเบนซินเพิ่มขึ้น 4.2% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 1.6% จากไตรมาสก่อนหน้า

ในส่วนของรัฐกิจ LPG ภาพรวมปริมาณการใช้ก๊าซ LPG ในปี 2565 ผ่านทุกช่องทางเดบิต 4.5% จากปีก่อน จากการฟื้นตัวของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลให้มีปริมาณการใช้ในทุกภาคส่วนเพิ่มขึ้น ทั้งภาคขนส่ง

ภาคครัวเรือน และภาคอุตสาหกรรม ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นหลัก ๆ มาจากภาคขนส่งที่ 16.6% ภาคครัวเรือนและภาคอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้น 1.0% และ 3.8% ตามลำดับ โดยภาคครัวเรือนยังคงครองสัดส่วนมากที่สุดที่ 59.3% สำหรับปริมาณการใช้ก๊าซ LPG ในไตรมาส 4/2565 เพิ่มขึ้น 2.3% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และ 1.6% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยการเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า มาจากการเติบโตของภาคการขนส่งที่ 8.9%

ในส่วนของอุตสาหกรรมค้าปลีกและการบริโภคภาคครัวเรือน แม้ว่าการเพิ่มขึ้นของภาวะเงินเฟ้อจะทำให้ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่ายลงบ้าง แต่ภาพรวมการใช้จ่ายใช้สอยสินค้าในร้านค้าปลีกยังคงเพิ่มขึ้น จากการผ่อนคลายของมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ดังกล่าว ประกอบกับการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเต็มรูปแบบเมื่อเดือนกรกฎาคม ปี 2565 ที่ผ่านมา

จากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น การอุปโภคบริโภคภาคครัวเรือนยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การอุปโภคบริโภคภาคครัวเรือนสิ้นสุด 9 เดือน ปี 2565 อยู่ที่ 4,536,852 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ 9 เดือน ปี 2564 ซึ่งอยู่ที่ 4,180,977 ล้านบาท นอกจากการบริโภคโดยรวมของภาคครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นแล้ว การบริโภคอาหารและการบริโภคเครื่องดื่มที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์ก็มีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้นด้วย โดยสิ้นสุด 9 เดือน ปี 2565 มูลค่าการบริโภคอาหารและการบริโภคเครื่องดื่มที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์เท่ากับ 681,136 ล้านบาท และ 177,362 ล้านบาท ตามลำดับ เมื่อเทียบกับ 660,952 ล้านบาท และ 169,857 ล้านบาท เมื่อสิ้นสุด 9 เดือนปี 2564 ซึ่งคิดเป็นการเติบโต 3.1% และ 4.4% ตามลำดับ ทั้งนี้ การประมาณการการบริโภคภาคครัวเรือนและการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์ยังมีแนวโน้มเติบโตขึ้นจากเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในแต่ละปี

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงินสำหรับไตรมาส 4/2565

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงิน (ล้านบาท)	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 3/2565	ไตรมาส 4/2564	% เทียบ ไตรมาสก่อน	% เทียบ เดียวกันของปีก่อน
รายได้จากการขายและการให้บริการ	48,975	45,171	37,600	8.4%	30.3%
รายได้จากรธุรกิจ Oil	46,027	42,615	35,804	8.0%	28.6%
รายได้จากรธุรกิจ Non-Oil	2,948	2,556	1,796	15.3%	64.1%
ต้นทุนการขายและการให้บริการ	(46,096)	(42,047)	(35,524)	9.6%	29.8%
ต้นทุนจากรธุรกิจ Oil	(43,800)	(40,073)	(34,183)	9.3%	28.1%
ต้นทุนจากรธุรกิจ Non-Oil	(2,296)	(1,974)	(1,341)	16.3%	71.2%
กำไรขั้นต้น	2,879	3,124	2,076	-7.8%	38.7%
กำไรขั้นต้นจากรธุรกิจ Oil	2,228	2,542	1,621	-12.4%	37.4%
กำไรขั้นต้นจากรธุรกิจ Non-Oil	651	582	455	11.9%	43.0%
สัดส่วนกำไรขั้นต้น (%)					
ธุรกิจ Oil	77.4%	81.4%	78.1%		
ธุรกิจ Non-Oil	22.6%	18.6%	21.9%		
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	(2,582)	(2,569)	(2,037)	0.5%	26.8%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(2,220)	(2,167)	(1,874)	2.5%	18.5%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(362)	(402)	(163)	-10.0%	122.9%
EBITDA	1,167	1,364	960	-14.4%	21.5%

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงิน (ล้านบาท)	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 3/2565	ไตรมาส 4/2564	% เทียบ ไตรมาสก่อน	% เทียบไตรมาส เดียวกันของปีก่อน
ต้นทุนทางการเงิน	(282)	(279)	(284)	0.9%	-1.0%
กำไรสุทธิ	3	181	(80)	-98.6%	103.1%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	5.9%	6.9%	5.5%		
อัตรากำไร EBITDA (%)	2.4%	3.0%	2.6%		
อัตรากำไรสุทธิ (%)	0.0%	0.4%	-0.2%		
กำไรสุทธิต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาท)	(0.00)	0.11	(0.05)		

รายได้จากการขายและการให้บริการ ในไตรมาส 4/2565 มีจำนวน 48,975 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 30.3% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 8.4% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมเป็นผลมาจากธุรกิจ Oil มีจำนวน 46,027 ล้านบาท เติบโต 28.6% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 8.0% จากไตรมาสก่อนหน้า หรือ 3,412 ล้านบาท และมีสัดส่วนรายได้จากธุรกิจ Oil อยู่ที่ 94.0%

ต้นทุนการขายและการให้บริการ ในไตรมาส 4/2565 จำนวน 46,096 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.8% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 9.6% จากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของรายได้ ส่งผลให้ **กำไรขั้นต้น** ของบริษัทฯ มีจำนวน 2,879 ล้านบาท เติบโต 38.7% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 7.8% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยเป็นผลมาจากกำไรขั้นต้นในธุรกิจ Oil ที่เติบโต 37.4% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 12.4% จากไตรมาสก่อนหน้า เป็น 2,228 ล้านบาท โดยการลดลงจากไตรมาสก่อนหน้ามีปัจจัยหลักมาจาก โครงสร้างต้นทุนน้ำมันในไตรมาส 4/2565 ได้รับผลกระทบจากการที่ภาครัฐบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงไม่สอดคล้องกับช่วงเวลาการเปลี่ยนแปลงของราคาหน้าโรงกลั่น จึงส่งผลให้ภาพรวมค่าการตลาดน้ำมันปรับตัวลดลง 20.4% จากไตรมาสก่อนหน้า

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร เท่ากับ 2,582 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.8% หรือจำนวน 545 ล้านบาท จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และค่อนข้างคงที่จากไตรมาสก่อนหน้า โดยบริษัทฯ ยังคงนโยบายควบคุมค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารที่เพิ่มขึ้นมาจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สิน ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขาย และค่าบริการ

- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน เท่ากับ 897 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 8.5% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานเป็นไปตามการขยายธุรกิจที่มีจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้น และการปรับประมาณการค่าใช้จ่ายของพนักงานให้สอดคล้องกับผลประกอบการของบริษัทฯ
- ค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สิน เท่ากับ 804 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.9% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 2.5% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยการเติบโตของค่าเสื่อมราคานั้น ยังคงมาจากการขยายสาขาในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงอย่างต่อเนื่อง เช่น ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล รวมถึงหัวเมืองใหญ่ต่าง ๆ เพื่อต่อยอดการเป็นสถานีบริการในรูปแบบครบวงจร โดยในไตรมาสที่ 4/2565 นี้ บริษัทฯ ได้มีการเปิดสาขาใหม่ของสถานีบริการน้ำมันและก๊าซ LPG ที่บริษัทฯ เป็นผู้บริหารงานเองรวมทั้งสิ้น 8 สถานี

- ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขาย และค่าบริการ เท่ากับ 435 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 46.9% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 15.1% จากไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลมาจากการที่บริษัทฯ มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการสินค้าและบริการที่ตรงใจลูกค้า และการสร้างความรับรู้ในแบรนด์ของกลุ่มธุรกิจ Non-Oil ให้มากยิ่งขึ้น

EBITDA และกำไรสุทธิ บริษัทฯ มี EBITDA เท่ากับ 1,167 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.5% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 14.4% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยการลดลงจากไตรมาสก่อนหน้าเป็นผลมาจากกำไรขั้นต้นของธุรกิจ Oil ที่ปรับตัวลดลง จากค่าการตลาดที่ลดลงจากโครงสร้างต้นทุนน้ำมันดังกล่าว ประกอบกับการรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้าจากผลกระทบราคาน้ำมันปาล์มดิบ (CPO) ในตลาดที่ปรับตัวลดลง จึงส่งผลให้กำไรสุทธิ เท่ากับ 3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 103.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 98.6% จากไตรมาสก่อนหน้า

ข้อมูลสรุปของธุรกิจ Oil

จำนวนสถานีบริการน้ำมัน PT และตัวเลขที่สำคัญของธุรกิจ Oil	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 3/2565	ไตรมาส 4/2564	% เทียบไตรมาสก่อน	% เทียบไตรมาสเดียวกันกับปีก่อน
จำนวนสถานีบริการน้ำมัน PT					
สถานีบริการน้ำมันประเภท COCO ¹	1,809	1,801	1,779	0.4%	1.7%
สถานีบริการน้ำมันประเภท DODO	340	330	308	3.0%	10.4%
รวม	2,149	2,131	2,087	0.8%	3.0%
ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทาง (ล้านลิตร)					
ค้าปลีกผ่านสถานีบริการ PT	1,378	1,231	1,247	11.9%	10.5%
ค้าส่งผ่านอุตสาหกรรม	29	47	40	-37.5%	-26.6%
รวม	1,407	1,278	1,287	10.1%	9.4%
สัดส่วนการจำหน่ายน้ำมันในแต่ละช่องทาง					
ค้าปลีกผ่านสถานีบริการ PT	97.9%	96.3%	96.9%		
ค้าส่งผ่านอุตสาหกรรม	2.1%	3.7%	3.1%		
รวม	100.0%	100.0%	100.0%		
สัดส่วนการจำหน่ายน้ำมันจำแนกตามผลิตภัณฑ์					
กลุ่มน้ำมันดีเซล	73.1%	70.5%	73.5%		
กลุ่มน้ำมัน Mogas	26.9%	29.5%	26.5%		
รวม	100.0%	100.0%	100.0%		

หมายเหตุ: ¹ สถานีบริการที่จำหน่ายทั้งน้ำมันและก๊าซ LPG (Mixed เดิม) จะถูกรวมทั้งในจำนวนสถานีบริการน้ำมันและสถานีบริการก๊าซ LPG

สำหรับ **รายได้จากการขายและการให้บริการธุรกิจ Oil** ไตรมาส 4/2565 มีจำนวน 46,027 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.6% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 8.0% จากไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลมาจาก

- 1) ราคาขายปลีกหน้าสถานีบริการเฉลี่ยอยู่ที่ 32.69 บาทต่อลิตร เพิ่มขึ้น 17.6% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 1.9% จากไตรมาสก่อนหน้า
- 2) ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางเพิ่มขึ้น 9.4% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 10.1% จากไตรมาสก่อนหน้า เป็น 1,407 ล้านลิตร ซึ่งนับเป็นการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางที่สูงที่สุดเป็นประวัติการณ์อีกครั้งนับจากไตรมาส 2/2565 โดยมาจากช่องทางค้าปลีกผ่านทางสถานีบริการ PT จำนวน 1,378 ล้านลิตร เติบโต 10.5% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 11.9% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยบริษัทฯ ยังคงครองส่วนแบ่งการตลาดผ่านสถานีบริการได้เป็นอันดับ 2 ที่ 17.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้าที่ 17.5% โดยการเติบโตจากปีก่อนหน้าเป็นผลมาจากภาพรวมการผ่อนคลายของมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่เริ่มฟื้นตัวดีขึ้น ประกอบกับมีการขยายสถานีบริการน้ำมัน PT เพิ่มขึ้น 3.0% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 0.8% จากไตรมาสก่อนหน้า เป็น 2,149 สถานี และเติบโตจากไตรมาสก่อนหน้าจากการกลับมาของฤดูกาลเพาะปลูกในภาคการเกษตรภายหลังจากฤดูมรสุม

ทั้งนี้ รายได้จากการขายและการบริการจากธุรกิจ Oil คิดเป็นสัดส่วน 94.0% ของรายได้จากการขายและการบริการทั้งหมด

ต้นทุนการขายและการให้บริการ เท่ากับ 43,800 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 9.3% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยสาเหตุหลักมาจาก 1) ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนและไตรมาสก่อนหน้า 2) โครงสร้างต้นทุนน้ำมัน จากการที่ภาครัฐบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงไม่สอดคล้องกับช่วงเวลาการเปลี่ยนแปลงของราคาหน้าโรงกลั่น และ 3) ราคาต้นทุนน้ำมันต่อลิตรที่เพิ่มขึ้น เห็นได้จากราคาเฉลี่ยน้ำมันดิบ WTI ในไตรมาสที่ 4/2565 เท่ากับ 82.44 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้น 6.9% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 10.3% จากไตรมาสก่อนหน้า

กำไรขั้นต้น เท่ากับ 2,228 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37.4% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 12.4% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นจากปีก่อน เป็นผลมาจากปริมาณการจำหน่ายน้ำมันที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว ประกอบกับการปรับราคาขายปลีกให้สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของราคาต้นทุนน้ำมันที่สูงขึ้น แต่อย่างไรก็ดี กำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Oil ลดลงจากไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลมาจากโครงสร้างต้นทุนน้ำมันในไตรมาส 4/2565 ได้รับผลกระทบจากการที่ภาครัฐบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงไม่สอดคล้องกับช่วงเวลาการเปลี่ยนแปลงของราคาหน้าโรงกลั่น จึงส่งผลให้ภาพรวมค่าการตลาดน้ำมันปรับตัวลดลง 20.4% จากไตรมาสก่อนหน้า ทั้งนี้ กำไรขั้นต้นในธุรกิจ Oil ยังคงมีสัดส่วนมากที่สุด โดยอยู่ที่ 77.4% ในไตรมาสนี้

ข้อมูลสรุปของธุรกิจ Non-Oil

จำนวนสาขาและตัวเลขที่สำคัญ ของธุรกิจ Non-Oil	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 3/2565	ไตรมาส 4/2564	% เทียบ ไตรมาสก่อน	% เทียบไตรมาส เดียวกันปีก่อน
ธุรกิจก๊าซ LPG					
จำนวนสถานีบริการ Auto LPG ¹	231	225	222	2.7%	4.1%
ร้านจำหน่ายก๊าซ LPG บรรจุกัง (Gas Shop)	253	206	171	22.8%	48.0%
ช่องทางการขาย LPG (ล้านลิตร)					
สถานีบริการ Auto LPG	102	98	69	4.5%	49.4%
ครัวเรือนและอุตสาหกรรม	36	34	34	7.8%	8.5%
รวม	139	132	102	5.4%	36.0%
สัดส่วนการขาย LPG (%)					
สถานีบริการ Auto LPG	73.8%	74.4%	67.1%		
ครัวเรือนและอุตสาหกรรม	26.2%	25.6%	32.9%		
รวม	100.0%	100.0%	100.0%		
จำนวนสาขาในธุรกิจ Non-Oil อื่น ๆ					
ร้านกาแฟพันธุ์ไทย	511	461	318	10.8%	60.7%
ร้านคอฟฟี่ เวิลด์	26	26	28	0.0%	-7.1%
ร้านสะดวกซื้อ Max Mart	309	298	267	3.7%	15.7%
ศูนย์บริการซ่อมแซมและบำรุงรักษารถยนต์ Autobacs	45	39	26	15.4%	73.1%
ศูนย์เปลี่ยนถ่ายน้ำมัน Maxnitron Lube Change	52	48	43	8.3%	20.9%
จุดพักรถ Max Camp	64	60	41	6.7%	56.1%
สถานีอัดประจุไฟฟ้า (EV Charging)	35	35	5	0.0%	600.0%
รวมจำนวนสาขาธุรกิจ Non-Oil	1,526	1,398	1,121	9.2%	36.1%

หมายเหตุ: ¹ สถานีบริการที่จำหน่ายทั้งน้ำมันและก๊าซ LPG (Mixed เดิม) จะถูกรวมทั้งในจำนวนสถานีบริการน้ำมันและสถานีบริการก๊าซ LPG

รายได้จากการขายและการให้บริการธุรกิจ Non-Oil ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 4/2565 เท่ากับ 2,948 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 64.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 15.3% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยปัจจัยหลักของการเพิ่มขึ้นมาจาก

- 1) ธุรกิจก๊าซ LPG ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท แอตลาส เอ็นเนอจี จำกัด (มหาชน) (“ATL”) มีรายได้เพิ่มขึ้น 79.8% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 10.2% จากไตรมาสก่อนหน้า เป็น 1,773 ล้านบาท มาจากราคาขายเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น 32.3% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 4.5% จากไตรมาสก่อนหน้า ประกอบกับในไตรมาสนี้มีปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG เพิ่มขึ้น 36.0% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 5.4% จากไตรมาสก่อนหน้า เป็น 139 ล้านลิตร โดยยังคงเป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางสถานีบริการ Auto LPG มากที่สุด ซึ่งเติบโต 49.4% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 4.5% จากไตรมาสก่อนหน้า เป็น 102 ล้านลิตร อันเนื่องมาจากในช่วงที่ผ่านมา ธุรกิจก๊าซ LPG ยังคงดำเนินโครงการ “Taxi Transform” และ “Auto Transform” ด้วยเป้าหมายในการสร้างความ “อยู่ดี มีสุข” ให้กับลูกค้าในทุกช่วงของชีวิตและได้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีและตอบสนอง

ความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ประกอบกับมีการขยายสถานีบริการก๊าซ LPG เป็น 231 สถานี ซึ่งคิดเป็นการเพิ่มขึ้น 4.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 2.7% จากไตรมาสก่อนหน้า ส่งผลให้บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดของปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ผ่านสถานีบริการเป็นอันดับที่ 1 ในไตรมาส 4/2565 ด้วยส่วนแบ่งการตลาด 25.7% เพิ่มขึ้นจาก 20.8% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน

- 2) ธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทยมีรายได้จากการขายและการบริการเท่ากับ 251 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 101.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 10.3% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยเป็นผลมาจากการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 4/2565 บริษัทฯ มีจำนวนสาขาร้านกาแฟพันธุ์ไทยทั้งสิ้น 511 สาขา เพิ่มขึ้น 60.7% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 10.8% จากไตรมาสก่อนหน้า ประกอบกับการที่กาแฟพันธุ์ไทยได้ออกโปรโมชันส่งเสริมการขายเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ในแคมเปญต่าง ๆ อีกทั้ง จากการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าเดิมและจากกลุ่มลูกค้าผู้ถือบัตรสมาชิก PT Max Card

ในไตรมาส 4/2565 บริษัทฯ มีสาขาของธุรกิจ Non-Oil รวมทั้งสิ้น 1,526 สาขา เพิ่มขึ้น 405 สาขา หรือเติบโต 36.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 128 สาขา หรือคิดเป็นการเติบโต 9.2% จากไตรมาสก่อนหน้า ทั้งนี้ รายได้จากธุรกิจ Non-Oil คิดเป็นสัดส่วน 6.0% ของรายได้ทั้งหมด ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 4.8% ในไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้นจากในไตรมาสที่แล้วที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 5.7%

ต้นทุนการขายและการให้บริการ จำนวน 2,296 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 71.2% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 16.3% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของราคาพลังงาน ส่งผลทำให้ราคาต้นทุนของก๊าซ LPG ปรับตัวสูงขึ้น และในไตรมาส 4/2565 บริษัทฯ มี **กำไรขั้นต้น** ในธุรกิจ Non-Oil เท่ากับ 651 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43.0% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และ 11.9% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยกำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Non-Oil คิดเป็นสัดส่วน 22.6% ของกำไรขั้นต้นทั้งหมด แบ่งเป็นธุรกิจก๊าซ LPG 9.6% ธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทย 4.8% และธุรกิจอื่น ๆ 8.2% ได้แก่ ธุรกิจร้านสะดวกซื้อ Max Mart ธุรกิจน้ำมันเครื่อง Maxnitron และธุรกิจศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ Autobacs เป็นต้น

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงินประจำปี 2565

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงิน (ล้านบาท)	ปี 2565	ปี 2564	% เทียบปีก่อน
รายได้จากการขายและการให้บริการ	179,422	133,759	34.1%
รายได้จากธุรกิจ Oil	169,944	128,135	32.6%
รายได้จากธุรกิจ Non-Oil	9,478	5,624	68.5%
ต้นทุนการขายและการให้บริการ	(167,415)	(123,627)	35.4%
ต้นทุนจากธุรกิจ Oil	(160,158)	(119,483)	34.0%
ต้นทุนจากธุรกิจ Non-Oil	(7,257)	(4,144)	75.1%
กำไรขั้นต้น	12,008	10,132	18.5%
กำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Oil	9,786	8,652	13.1%
กำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Non-Oil	2,222	1,480	50.1%
สัดส่วนกำไรขั้นต้น (%)			
ธุรกิจ Oil	81.5%	85.4%	

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงิน (ล้านบาท)	ปี 2565	ปี 2564	% เทียบปีก่อน
ธุรกิจ Non-Oil	18.5%	14.6%	
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	(9,765)	(8,271)	18.1%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(8,281)	(7,063)	17.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(1,484)	(1,208)	22.8%
EBITDA	5,623	5,419	3.8%
ต้นทุนทางการเงิน	(1,123)	(1,118)	0.5%
กำไรสุทธิ	953	1,017	-6.3%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	6.7%	7.6%	
อัตรากำไร EBITDA (%)	3.1%	4.1%	
อัตรากำไรสุทธิ (%)	0.5%	0.8%	
กำไรสุทธิต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาท)	0.56	0.60	

ในปี 2565 รายได้จากการขายและการให้บริการ มีจำนวน 179,422 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 34.1% จากปีก่อน โดยการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมเป็นผลมาจากธุรกิจ Oil มีจำนวน 169,944 ล้านบาท เดบโต 32.6% หรือ 41,809 ล้านบาท จากปีก่อน และมีสัดส่วนรายได้จากธุรกิจ Oil อยู่ที่ 94.7%

ต้นทุนการขายและการให้บริการ มีจำนวน 167,415 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 35.4% จากปีก่อน สอดคล้องกับการเดบโตของรายได้ ส่งผลให้ **กำไรขั้นต้น** ของบริษัทฯ มีจำนวน 12,008 ล้านบาท เดบโต 18.5% จากปีก่อน การเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นเป็นผลมาจากธุรกิจ Oil ที่เดบโต 13.1% จากปีก่อน หรือ 1,134 ล้านบาท ซึ่งมาจากปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางที่เดบโต 5.9% จากปีก่อน เป็น 5,316 ล้านลิตร ประกอบกับมีการบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างเหมาะสม จึงส่งผลให้ค่าการตลาดอยู่ในระดับที่เหมาะสมที่ 1.8-1.9 บาทต่อลิตร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร เท่ากับ 9,765 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.1% จากปีก่อน การเพิ่มขึ้นหลัก ๆ มาจากการสร้างมาตรฐานการบริการและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของบริษัทฯ อีกทั้งมีการขยายสาขาในธุรกิจ Oil และธุรกิจ Non-Oil เป็น 3,675 สาขา จาก 3,208 สาขา ในปีก่อนหน้า จึงส่งผลให้ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าเสื่อมราคา และค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขาย และค่าบริการเพิ่มขึ้น เพื่อสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจ

EBITDA และกำไรสุทธิ บริษัทฯ มี EBITDA เท่ากับ 5,623 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.8% จากปีก่อน ในขณะที่ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของสถานีบริการและสาขาของธุรกิจ Non-Oil อีกทั้ง บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันปาล์มดิบ ประกอบกับการปรับลดสัดส่วนไบโอดีเซล (B100) จาก B7 เป็น B5 ในช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนตุลาคม ปี 2565 และปรับเป็น B7 ตั้งแต่เดือนตุลาคม ปี 2565 จนถึง เดือนมีนาคม ปี 2566 เพื่อเป็นการบรรเทาภาระค่าครองชีพที่สูงจากวิกฤตราคาพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้นทั่วโลก จึงส่งผลให้บริษัทฯ ยังคงรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากกิจการร่วมค้าของบริษัทฯ ส่งผลให้กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีจำนวน 953 ล้านบาท ลดลง 6.3% จากปีก่อนหน้า

ข้อมูลสรุปของธุรกิจ Oil

จำนวนสถานีบริการน้ำมัน PT และตัวเลขที่สำคัญของธุรกิจ Oil	ปี 2565	ปี 2564	% เทียบปีก่อน
จำนวนสถานีบริการน้ำมัน PT			
สถานีบริการประเภท COCO ¹	1,809	1,779	1.7%
สถานีบริการน้ำมันประเภท DODO	340	308	10.4%
รวม	2,149	2,087	3.0%
ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทาง (ล้านลิตร)			
ค้าปลีกผ่านสถานีบริการ PT	5,120	4,806	6.5%
ค้าส่งผ่านอุตสาหกรรม	196	214	-8.4%
รวม	5,316	5,020	5.9%
สัดส่วนการจำหน่ายน้ำมันในแต่ละช่องทาง			
ค้าปลีกผ่านสถานีบริการ PT	96.3%	95.7%	
ค้าส่งผ่านอุตสาหกรรม	3.7%	4.3%	
รวม	100.0%	100.0%	
สัดส่วนการจำหน่ายน้ำมันจำแนกตามผลิตภัณฑ์			
กลุ่มน้ำมันดีเซล	73.3%	73.6%	
กลุ่มน้ำมัน Mogas	26.7%	26.4%	
รวม	100.0%	100.0%	

หมายเหตุ: ¹ สถานีบริการที่จำหน่ายทั้งน้ำมันและก๊าซ LPG (Mixed เดิม) จะถูกรวมทั้งในจำนวนสถานีบริการน้ำมันและสถานีบริการก๊าซ LPG

รายได้จากการขายและการให้บริการธุรกิจ Oil ในปี 2565 จำนวน 169,944 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจาก

- 1) ราคาขายปลีกหน้าสถานีบริการเฉลี่ยอยู่ที่ 31.94 บาทต่อลิตร เพิ่มขึ้น 25.2% จากปีก่อนหน้า
- 2) มีปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางเพิ่มขึ้น 5.9% จากปีก่อนหน้า เป็น 5,316 ล้านลิตร ซึ่งใกล้เคียงกับปริมาณการที่บริษัทฯ มองไว้ที่ระดับ 6-10% โดยการเติบโตจากปีก่อนหน้าเป็นผลมาจากภาพรวมการผ่อนคลายของมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่เริ่มฟื้นตัวดีขึ้น จึงส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจในภาพรวมปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งเห็นได้จากปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านสถานีบริการที่เติบโต 6.5% จากปีก่อนหน้า เป็น 5,120 ล้านลิตร โดยบริษัทฯ ยังคงครองส่วนแบ่งการตลาดจากการค้าปลีกน้ำมันผ่านสถานีบริการได้เป็นอันดับ 2 ที่ 17.5%

ทั้งนี้ รายได้จากการขายและการบริการจากธุรกิจ Oil คิดเป็นสัดส่วน 94.7% ของรายได้จากการขายและการบริการทั้งหมด

ต้นทุนการขายและการให้บริการ เท่ากับ 160,158 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 34.0% จากปีก่อน โดยสาเหตุหลักมาจาก

- 1) ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และ 2) ราคาต้นทุนน้ำมันเฉลี่ยต่อลิตรที่เพิ่มขึ้นจากราคาเฉลี่ยน้ำมันดิบ WTI ในปี 2565 ที่ 94.37 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล ซึ่งคิดเป็นการเพิ่มขึ้น 38.7% จากปีก่อน

กำไรขั้นต้น เท่ากับ 9,786 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.1% จากปีก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลมาจากปริมาณการจำหน่ายน้ำมันที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว ประกอบกับการปรับราคาขายปลีกให้สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของราคาต้นทุนน้ำมันที่สูงขึ้น และมีการบริหารต้นทุนได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้ค่าการตลาดเป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทฯ วางไว้ที่ระดับ 1.8-1.9 บาทต่อลิตร โดยกำไรขั้นต้นในธุรกิจ Oil ยังคงครองสัดส่วนมากที่สุด โดยอยู่ที่ 81.5% ในปีนี้

ข้อมูลสรุปธุรกิจ Non-Oil

จำนวนสาขาและ ตัวเลขที่สำคัญของ ธุรกิจ Non-Oil	ปี 2565	ปี 2564	% เทียบปีก่อน
ธุรกิจก๊าซ LPG			
จำนวนสถานีบริการ Auto LPG ¹	231	222	4.1%
ร้านจำหน่ายก๊าซ LPG บรรจุกัง (Gas Shop)	253	171	48.0%
ช่องทางการขาย LPG (ล้านลิตร)			
สถานีบริการ Auto LPG	365	213	70.9%
ครัวเรือนและอุตสาหกรรม	132	92	42.7%
รวม	497	306	62.4%
สัดส่วนการขาย LPG (%)			
สถานีบริการ Auto LPG	73.5%	69.8%	
ครัวเรือนและอุตสาหกรรม	26.5%	30.2%	
รวม	100.0%	100.0%	
จำนวนสาขาในธุรกิจ Non-Oil อื่น ๆ			
ร้านกาแฟพันธุ์ไทย	511	318	60.7%
ร้านคอฟฟี่ เวิลด์	26	28	-7.1%
ร้านสะดวกซื้อ Max Mart	309	267	15.7%
ศูนย์บริการซ่อมแซมและบำรุงรักษารถยนต์ Autobacs	45	26	73.1%
ศูนย์เปลี่ยนถ่ายน้ำมัน Maxnitron Lube Change	52	43	20.9%
จุดพักรถ Max Camp	64	41	56.1%
สถานีอัดประจุไฟฟ้า (EV Charging)	35	5	600.0%
รวมจำนวนสาขาธุรกิจ Non-Oil	1,526	1,121	36.1%

หมายเหตุ: ¹ สถานีบริการที่จำหน่ายทั้งน้ำมันและก๊าซ LPG (Mixed เดิม) จะถูกรวมทั้งในจำนวนสถานีบริการน้ำมันและสถานีบริการก๊าซ LPG

รายได้จากการขายและการให้บริการธุรกิจ Non-Oil ในปี 2565 จำนวน 9,478 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 68.5% จากปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักมาจากธุรกิจก๊าซ LPG ที่มีรายได้จำนวน 5,707 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 91.4% จากปีก่อนหน้า จากปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ที่เติบโตสูงกว่าเป้าหมายที่บริษัทฯ มองไว้ที่ระดับ 50-60% โดยในปี 2565 มีปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ผ่านทุกช่องทางที่ 497 ล้านลิตร เดิมโต 62.4% จากปีก่อนหน้า นับเป็นปริมาณการจำหน่ายที่สูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ โดยมีปัจจัยหลักมาจากปริมาณการจำหน่ายผ่านสถานีบริการ Auto LPG ที่เพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวจากการแพร่ระบาดของเชื้อ

ไวรัส COVID-19 และการปรับราคาค่าปลีกสูงขึ้นของน้ำมัน ส่งผลให้ผู้บริโภคกลับมาใช้ก๊าซ LPG ทดแทนน้ำมันที่มีราคาสูง รวมถึงการจัดทำโปรโมชั่นในโครงการ “Taxi Transform” และ “Auto Transform” ประกอบกับมีราคาขายเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น 17.9% จากปีก่อนหน้า

สำหรับธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทยมีรายได้จำนวน 805 ล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้า 76.3% จากการขยายสาขา การออกโปรโมชั่นส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มการรับรู้ในแบรนด์ผ่านแคมเปญต่าง ๆ การกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าเดิมและจากกลุ่มลูกค้าผู้ถือบัตรสมาชิก PT Max Card ประกอบกับการเติบโตของการจำหน่ายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่

นอกจากนี้ ในปี 2565 บริษัทฯ มีสาขาในธุรกิจ Non-Oil ทั้งสิ้น 1,526 สาขา เพิ่มขึ้น 36.1% จากปีก่อนหน้า

ต้นทุนการขายและการให้บริการ เท่ากับ 7,257 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 75.1% จากปีก่อนหน้า และ **กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 2,222 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50.1% จากปีก่อน โดยเป็นผลมาจากการเติบโตของธุรกิจก๊าซ LPG และธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทยดังที่กล่าวข้างต้น โดยสัดส่วนกำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Non-Oil คิดเป็น 18.5% เพิ่มขึ้นจาก 14.6% ในปีที่แล้ว แบ่งเป็น ธุรกิจก๊าซ LPG 8.6% ธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทย 3.9% ธุรกิจร้านสะดวกซื้อ Max Mart และธุรกิจอื่น ๆ 6.0%

สรุปงบแสดงฐานะทางการเงินสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565

สรุปฐานะทางการเงิน (ล้านบาท)	31-ธ.ค.-65		31-ธ.ค.-64		เปลี่ยนแปลง	% เปลี่ยนแปลง
		%		%		
เงินสด และรายการเทียบเท่าเงินสด	2,071	4.6%	1,701	3.8%	369	21.7%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	899	2.0%	722	1.6%	178	24.6%
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	0	0.0%	196	0.5%	-196	-100.0%
สินค้าคงเหลือ	2,154	4.8%	2,239	5.0%	-85	-3.8%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	5,125	11.4%	4,859	10.9%	266	5.5%
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	546	1.2%	409	0.9%	137	33.6%
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	12,356	27.3%	11,505	25.9%	851	7.4%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	23,186	51.4%	23,866	53.8%	-680	-2.8%
เงินฝากธนาคารที่ติดภาระค่าประกัน	5	0.0%	5	0.0%	0	1.0%
เงินลงทุนในการร่วมค้า	952	2.1%	1,184	2.7%	-232	-19.6%
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	978	2.2%	859	2.0%	119	13.8%
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม ผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น (เงินลงทุนทั่วไป)	582	1.3%	725	1.6%	-142	-19.8%
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	355	0.8%	283	0.7%	72	25.5%
ค่าความนิยม	53	0.1%	53	0.1%	0	0.0%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น ๆ	997	2.2%	636	1.4%	361	56.7%
รวมสินทรัพย์	45,135	100.0%	44,384	100.0%	751	1.7%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	6,961	15.4%	6,000	13.5%	962	16.0%
เงินกู้ยืมระยะสั้นและส่วนของหนี้สินกำหนดชำระ ใน 1 ปี	5,798	12.8%	5,751	13.0%	46	0.8%
หนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	629	1.4%	603	1.4%	26	4.4%

สรุปฐานะทางการเงิน (ล้านบาท)	31-ธ.ค.-65	%	31-ธ.ค.-64	%	เปลี่ยนแปลง	% เปลี่ยนแปลง
อื่น ๆ	211	0.5%	96	0.2%	115	119.9%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	13,599	30.1%	12,450	28.1%	1,150	9.2%
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	19,496	43.2%	19,394	43.7%	102	0.5%
เงินกู้ยืมระยะยาว	3,086	6.8%	3,844	8.7%	-758	-19.7%
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	56	0.1%	56	0.1%	0	-0.6%
อื่น ๆ	623	1.4%	441	1.0%	182	41.3%
รวมหนี้สิน	36,860	81.6%	36,184	81.6%	675	1.9%
กำไรสะสมยังไม่ได้จัดสรร	5,263	11.7%	5,081	11.4%	181	3.6%
อื่น ๆ	3,013	6.7%	3,118	7.0%	-106	-3.4%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	8,275	18.4%	8,200	18.4%	75	0.9%
รวมหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น	45,135	100.0%	44,384	100.0%	751	1.7%

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 45,135 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 751 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 1.7% จากสิ้นปีที่แล้ว โดยสินทรัพย์หลักที่เพิ่มขึ้นมาจาก 1) ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เพิ่มขึ้น 851 ล้านบาท หรือ 7.4% จากปีก่อนหน้าเป็น 12,356 ล้านบาท จากการขยายและปรับปรุงพื้นที่ของสถานีบริการ และการขยายสาขาของธุรกิจ Non-Oil ให้ครอบคลุมพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง แต่ชดเชยกับการลดลงของ 2) สินทรัพย์สิทธิการใช้ จำนวน 680 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากการครบกำหนดสัญญาเช่าของสินทรัพย์ตามสัญญาเช่าการเงินและโอนเป็นกรรมสิทธิ์ของ บริษัทฯ จึงนำมาบันทึกในรายการ ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ตามมาตรฐานบัญชี TFRS 16

ในขณะที่หนี้สินรวมเท่ากับ 36,860 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 675 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 1.9% จากสิ้นปี 2564 โดยปัจจัยหลักมาจาก 1) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ๆ เพิ่มขึ้น 962 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 16.0% เป็นผลจากต้นทุนราคาน้ำมันในตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้น หักลบกับ 2) เงินกู้ยืมระยะยาว ลดลง 758 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้วางเป้าหมายในการปรับแผนการลงทุนให้สอดคล้องกับกระแสเงินสด เพื่อสร้างความมั่นคงและแข็งแกร่งทางการเงิน โดยบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 8,275 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 75 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 0.9% จากสิ้นปีที่แล้ว นอกจากนี้ การเคลื่อนไหวของกระแสเงินทุนของ บริษัทฯ เป็นไปตามตารางด้านล่าง

สรุปกระแสเงินสดสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 (ล้านบาท) และหนี้สินระยะยาวและหุ้นกู้คงเหลือ (ล้านบาท)

สรุปกระแสเงินสด ณ 31 ธันวาคม 2565 (ล้านบาท)			
แหล่งที่มาของเงินทุน		การใช้เงินทุน	
เงินสดรับจากการดำเนินงาน	6,585	เงินสดใช้จ่ายค่าดอกเบี้ย และภาษีเงินได้	1,463
เงินสดรับจากเงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน และจากการจำหน่ายอาคารและอุปกรณ์	197	เงินสดจ่ายซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ และอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	2,479
เงินปันผลรับ	19	เงินสดจ่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	264
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	2,200	เงินสดจ่ายเงินลงทุนในบริษัทร่วม และชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนในบริษัทร่วม	67
เงินสดรับจากการออกหุ้นกู้	1,200	เงินสดจ่ายจากการซื้อสินทรัพย์ทางการเงิน	31
		เงินสดจ่ายเงินกู้ยืมระยะยาวแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	1
		เงินสดจ่ายชำระหนี้ตามสัญญาเช่า	686
		เงินเบิกเกินบัญชีจากสถาบันการเงิน	242
		เงินสดจ่ายจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินและกิจการอื่น	193
		เงินสดจ่ายเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	1,550
		เงินสดจ่ายเพื่อไถ่ถอนหุ้นกู้และค่าธรรมเนียมในการจัดหาหุ้นกู้	2,104
		จ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นของกลุ่มกิจการ	752
		เงินสดเพิ่มขึ้น	369
รวม	10,201	รวม	10,201

การรับรอง	
จัดอันดับเครดิตเรทติ้ง (TRIS Rating)	BBB+
CG Score	ดีมาก: 5 ดาว
CAC	Certified CAC
ESG Index	THSI

หนี้สินระยะยาวและหุ้นกู้คงเหลือ (ล้านบาท)				
ปีที่	หุ้นกู้	ครบกำหนด	เงินกู้	ครบกำหนด
2566		2,000		1,822
2567		200		1,114
2568		1,000		470
2569				140
2570				128

มุมมองของผู้บริหารและทิศทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

เป้าหมายการดำเนินงานของปี 2566	
จำนวนสาขา / Touchpoints	
สถานีบริการน้ำมัน	2,206 สถานีบริการ
ธุรกิจ Non-Oil	2,748 สาขา
สถานีบริการก๊าซ LPG และ ร้านจำหน่ายก๊าซ LPG บรรจุก๊าซ (Gas Shop)	574 สาขา
สาขาร้านกาแฟพันธุ์ไทย	1,500 สาขา
Touchpoints อื่น ๆ ภายใต้ธุรกิจ Non-Oil	674 สาขา
อัตราการเติบโตของปริมาณการจำหน่ายน้ำมัน (% เติบโตจากปีก่อนหน้า)	8-12%
อัตราการเติบโตของปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG (% เติบโตจากปีก่อนหน้า)	40-60%
อัตราการเติบโตของยอดขายในธุรกิจ Non-Oil (% เติบโตจากปีก่อนหน้า)	80-90%
สัดส่วนกำไรขั้นต้นในธุรกิจ Non-Oil	20-30%
อัตราการเติบโตของ EBITDA (% เติบโตจากปีก่อนหน้า)	8-12%
งบลงทุน	5,000-6,000 ล้านบาท

บริษัทฯ มองเป้าการเติบโตของปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางในธุรกิจ Oil ที่ 8-12% ในปี 2566

ในช่วงปี 2565 ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางรวม 5,316 ล้านลิตร เติบโต 5.9% จากปีก่อนหน้า โดยการเติบโตหลักมาจากการเติบโตของช่องทางค้าปลีกผ่านสถานีบริการ เพิ่มขึ้น 6.5% จากปี 2564 จากภาพรวมมาตรการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ผ่อนคลายเป็นทิศทางที่ดีขึ้น เป็นผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจฟื้นตัว ไม่ว่าจะเป็นจากการที่หลายองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนเริ่มกลับมาทำงานที่สำนักงานตามปกติ การเปิดการเรียนการสอนที่สถานศึกษาตามปกติ รวมถึงการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวที่เริ่มเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2565 เป็นต้น และด้วยปัจจัยดังกล่าว จึงส่งผลให้ภาพรวมในปี 2566 ฟื้นตัวดีขึ้นตามลำดับ

โดยบริษัทฯ มองว่าปี 2566 จะมีปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางเติบโตที่ระดับ 8-12% จากปีก่อนหน้า จากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ประกอบกับสถานการณ์รัฐประชาชนจีนได้มีการสิ้นสุดมาตรการ Zero COVID-19 ตั้งแต่วันที่ 8 มกราคม 2566 ซึ่งมองว่าเป็นเรื่องดีต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศ อย่างไรก็ตาม ภัยคุกคามที่ยังคงมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นที่อาจส่งผลกระทบต่อเฉพาะสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศรัสเซียและยูเครน รวมทั้งเศรษฐกิจโลกที่ยังคงชะลอตัว

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงวางแผนขยายสถานีบริการน้ำมันอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 คาดว่าจะมีสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้นเป็น 2,206 สถานีบริการ โดยเน้นการขยายตามพื้นที่เส้นทางหลัก และเน้นการปรับปรุงสถานีบริการเพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น และยังคงมองค่าการตลาดทั้งปีของบริษัทฯ อยู่ในระดับที่เหมาะสม

บริษัทฯ เน้นการเติบโตในธุรกิจก๊าซ LPG ธุรกิจร้านกาแฟพันธุ์ไทย และอื่น ๆ ภายใต้ธุรกิจ Non-Oil เพื่อสร้างการเติบโตในปี 2566

สำหรับธุรกิจก๊าซ LPG ยังคงมองการเติบโตของปริมาณการจำหน่ายก๊าซไว้ที่ระดับ 40-60% ในปี 2566 โดยการเติบโตมาจาก 1) กลุ่ม Auto LPG ด้วยการยกระดับประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าด้วยงานบริการ ส่งเสริมยอดขาย และครองส่วนแบ่งการตลาด อันดับ 1 ด้วยโครงการ “Taxi Transform” และ “Auto Transform” รวมถึงการใช้กลยุทธ์ทางด้านการตลาดผ่านระบบสมาชิกบัตร PT Max Card เพื่อรักษาและขยายฐานลูกค้า 2) กลุ่มก๊าซครัวเรือนและอุตสาหกรรมด้วยการมุ่งรักษาลูกค้าหลักเดิม และหาฐานลูกค้าใหม่ รวมถึงการนำเสนอโปรโมชั่นการขาย และการรับรู้แบรนด์ PT แก่ลูกค้าและ 3) เน้นการขยายจำนวนสถานีบริการ Auto LPG และ Gas Shop เป็น 574 สาขา จากเดิมที่มีอยู่ 484 สาขาในปี 2565

ในส่วนของแผนการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟพันธุ์ไทยในปี 2566 ประกอบด้วย 1) การขยายสาขาทั้งในและนอกสถานีสถานีบริการน้ำมัน โดยตั้งเป้าขยายเป็น 1,500 สาขา ในปี 2566 จาก 511 สาขา ในปี 2565 โดยในปีนี้ บริษัทฯ จะเน้นการขยายสาขาในย่านใจกลางเมือง ย่านธุรกิจที่มีกำลังซื้อสูง ทั้งในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล เมืองท่องเที่ยว รวมไปถึงหัวเมืองตามจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนทำงาน ซึ่งกลยุทธ์ในการขยายสาขา ในอนาคตจะมุ่งเน้นการขยายสาขาโดยการขายแฟรนไชส์ ซึ่งประกอบด้วย 5 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบ Kiosk, Food Truck, Trailer, Build in และ Stand Alone โดยลงทุนเริ่มต้นเพียง 1.25 ล้านบาทต่อสาขา ซึ่งปัจจุบันได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากตลาด 2) วางแผนในการออกสินค้าที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง และนำเสนอด้วยวัตถุดิบท้องถิ่นของไทยที่มีรสชาติดีและหาทานได้ยาก มาทำเป็นเครื่องดื่มสำหรับจัดจำหน่ายในร้านกาแฟพันธุ์ไทย เช่น ส้มมะขี้จาก จ.จันทบุรี หรือตาลโตนดจาก อ.สทิงพระ จ.สงขลา เป็นต้น อีกทั้ง ยังเป็นการสนับสนุนชุมชน และเกษตรกรในการเพิ่มมูลค่าผลผลิต สร้างงาน สร้างอาชีพให้ชุมชนและเกษตรกรได้ “อยู่ดี มีสุข” สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนในมิติสังคมและชุมชนของบริษัทฯ 3) วางกลยุทธ์ทางการตลาดและการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางดิจิทัล โดยหัวใจหลักที่ทางแบรนด์ให้ความสำคัญ คือ ต้องเข้าถึงได้ง่ายทั้งด้านการบริการและการรับรู้ถึงแบรนด์ ดังนั้น จึงเน้นไปที่ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) ของลูกค้า ควบคู่ไปกับการเพิ่มการรับรู้ของแบรนด์ (Awareness) และการมองเห็นของแบรนด์ (Visibility) ให้มากขึ้น 4) การนำข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าผู้ถือบัตรสมาชิก PT Max Card ที่มีฐานสมาชิกกว่า 19 ล้านสมาชิก มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและความถี่ของการเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทยอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับธุรกิจอื่น ๆ ภายใต้ธุรกิจ Non-Oil บริษัทฯ ยังคงวางแผนขยายสาขาและ Touchpoints อย่างต่อเนื่อง โดยมองว่าในปี 2566 จะสามารถขยายเป็น 674 สาขา จาก 531 สาขาในปี 2565 โดยการเพิ่มขึ้นหลัก ๆ จะมาจากธุรกิจร้านสะดวกซื้อ Max Mart ศูนย์บริการและซ่อมบำรุงรถยนต์ Autobacs และสถานีอัดประจุไฟฟ้า Elex by EGAT Max

บริษัทฯ มุ่งขยายธุรกิจกลุ่มพลังงานทดแทนอย่างต่อเนื่อง ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อมและสังคม

บริษัทฯ ตระหนักถึงการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมว่าเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายสำคัญที่บริษัทฯ ต้องเร่งดำเนินการพัฒนา เนื่องจากสิ่งแวดล้อมมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ ซึ่งทางบริษัทฯ ได้มีโครงการภายใต้กลุ่มธุรกิจพลังงานทดแทน อาทิ 1) โครงการกำจัดขยะมูลฝอยเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากชุมชน ขนาด 4.5 เมกะวัตต์ ณ เทศบาลเมืองบ้านพรุ จังหวัดสงขลา ซึ่งได้ลงนามสัญญาก่อสร้างและบริหารกับทางเทศบาลเมืองบ้านพรุไปในปี 2565 ซึ่งคาดว่าจะเริ่มก่อสร้างได้ภายในไตรมาส 3/2566 และคาดว่าจะเปิดจ่ายไฟฟ้าเข้าระบบเชิงพาณิชย์ (COD) ได้ภายในปี 2568 ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคและคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานจะแจ้งให้เข้าป้อนนามสัญญาซื้อขายไฟต่อไป 2) โครงการโซลาร์รูฟท็อปสถานีสถานีบริการน้ำมัน

ที่ได้มีการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปไปแล้วทั้งหมด 33 สถานี ในปี 2565 ซึ่งมีกำลังไฟทั้งหมด 601,037 kWh และสามารถประหยัดค่าไฟได้กว่า 2.4 ล้านบาท โดยมองว่าจะสามารถขยายการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปในพื้นที่สถานีบริการน้ำมัน PT ที่มีการใช้พลังงานไฟฟ้าสูงเพิ่มเติมอีก 250-300 สถานีภายในปี 2566 และคาดว่าจะสามารถลดปริมาณการใช้ไฟในปี 2567 ได้เพิ่มเติมประมาณ 9,125,000-10,950,000 kWh หรือ ประมาณ 40-60 ล้านบาท (ขึ้นกับค่า ft ที่อาจมีเปลี่ยนแปลง) และ 3) โครงการติดตั้งสถานีอัดประจุไฟฟ้า Elex by EGAT Max ซึ่งปัจจุบันได้ติดตั้งไปแล้ว 35 สถานี ครอบคลุมเส้นทางหลักทั่วประเทศ และมองว่าจะสามารถขยายการติดตั้งเพิ่มทั้งสิ้นเป็น 65 สถานี ได้ภายในปี 2566

การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

ด้วยวิสัยทัศน์ในการเชื่อมโยงให้ทุกคนได้มีโอกาสเข้าถึงชีวิตที่ “อยู่ดี มีสุข” ในทุกด้านของช่วงชีวิต บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการกำหนดทิศทางการทำงานของบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ ด้วยจุดประสงค์ในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยในปี 2565 บริษัทฯ ได้มีพัฒนาการสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนในมิติต่าง ๆ ดังนี้

มิติสิ่งแวดล้อม

- ได้รับการขึ้นทะเบียนโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (T-VER) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (อบก.) สำหรับโครงการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปในสถานีบริการน้ำมันและก๊าซ PT จำนวน 29 สถานี ในปี 2565 ณ สิ้นปี 2565 บริษัทฯ มีสถานีบริการที่มีการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปไปแล้ว 33 สถานี ซึ่งสามารถประหยัดค่าไฟได้กว่า 2.4 ล้านบาท และสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 43.89 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และบริษัทฯ มีแผนติดตั้งเพิ่มอีก 250-300 สถานีในปี 2566
- ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO14001:2015) ภายใต้ขอบข่ายการรับ การเก็บ และการจ่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงภายในคลังน้ำมันแม่กลอง



มิติชุมชนและสังคม

- ผลสำรวจความพึงพอใจของชุมชนคิดเป็น 94.63%
- ไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชนรอบสถานประกอบการ
- ส่งเสริมวัตถุดิบท้องถิ่นและสร้างรายได้ให้เกษตรกรจากการรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจำนวน 72 ล้านบาท
- มูลค่าการจ้างงานให้กับผู้พิการ 3 ล้านบาท และผู้สูงอายุ 15.2 ล้านบาท

มติเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ

- ได้รับรางวัล ASEAN Corporate Governance Award ประเภท ASEAN Asset Class Publicly Listed Companies เป็นปีแรก
- ค่าใช้จ่ายที่ลดได้จากโครงการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน จำนวน 15 ล้านบาท
- ผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการ 83 % และลูกค้ากลุ่มผู้บริโภค (End user) 93%



บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้าน ESG ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ใน 2 ประเด็น ดังนี้

ความเสี่ยงจากกฎหมายการเรียกเก็บภาษีคาร์บอนจากภาครัฐของประเทศไทย (Carbon Tax)

ปัจจุบันกระทรวงพลังงานสนับสนุนให้ประเทศไทยมุ่งสู่การใช้พลังงานสะอาด และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ โดยมีการตั้งเป้าหมายตามแผนพลังงานชาติในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งอุตสาหกรรมภาคพลังงานเป็นอุตสาหกรรมที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มากที่สุด ดังนั้น จึงต้องมีการกำหนดมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมดูแลการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อย่างเข้มงวด เนื่องจากอุตสาหกรรมภาคพลังงานอาจเป็นอุตสาหกรรมแรกที่จะโดนเรียกเก็บภาษีคาร์บอน (Carbon Tax) ก่อน ทั้งนี้ ภาครัฐจะมีการกำหนดปริมาณที่อนุญาตให้ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศในปริมาณจำกัด ซึ่งหากบริษัทฯ มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เกินกว่าที่ภาครัฐกำหนด บริษัทฯ จะต้องชำระภาษีคาร์บอน (Carbon Tax) ตามที่ภาครัฐกำหนด ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อเงินทุนและค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการเพิ่มเติมและอาจกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร รวมถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ จึงมีมาตรการดำเนินการเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นดังนี้

- บริษัทฯ มีเจตนารมณ์ในการร่วมลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกเพื่อบรรเทาปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายตามแผนพลังงานชาติ ซึ่งสนับสนุนให้ประเทศไทยมุ่งสู่การใช้พลังงานสะอาด และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี พ.ศ. 2608-2613
- บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้เป็นไปตามกรอบการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD) และมีการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับการบริหารความเสี่ยงขององค์กร
- บริษัทฯ จัดทำรายงานการวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตามหลักการของ Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) เพื่อจัดทำข้อมูลความเสี่ยงและโอกาส รวมถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และกำหนดมาตรการบรรเทาผลกระทบเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
- บริษัทฯ มีการเตรียมความพร้อมในการตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยมองหาโอกาสลงทุนในธุรกิจใหม่ที่เป็นการบรรเทาผลกระทบจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น โครงการโซลาร์รูฟท็อป โครงการติดตั้งสถานีอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ไฟฟ้าร่วมกับภพ. และโครงการปาล์มคอมเพล็กซ์ เป็นต้น

ความเสี่ยงด้านการปรับตัวของธุรกิจเพื่อรองรับเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นใหม่ และภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Disruptive Technology & Cybersecurity)

ในปัจจุบัน เรื่องของการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Disruptive Technology) กำลังเข้ามามีอิทธิพลมากขึ้น เพราะทุกธุรกิจต่างก็ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงด้านการตลาด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งนี้ หากการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นไปอย่างรวดเร็ว อาจทำให้บริษัทฯ ปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและเตรียมการรองรับด้านเทคโนโลยีและการพัฒนานวัตกรรมไม่ทัน รวมถึงตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้ ปัจจัยเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Attack) ที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน และส่งผลกระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศของบริษัทฯ ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นอย่างมาก หากเกิดภัยคุกคามทางไซเบอร์ขึ้นโดยที่บริษัทฯ ไม่มีมาตรการรองรับหรือมาตรการในการจัดการที่ดี อาจสร้างความเสียหายให้แก่บริษัทฯ ทั้งนี้ ทางบริษัทฯ จึงได้ดำเนินมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยง ดังนี้

- มีการเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมยุคดิจิทัลที่เน้นความรวดเร็ว สะดวกสบาย ทันสมัย และลดการสัมผัสให้สอดคล้องกับการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กรที่เน้นธุรกิจ Non-Oil และเน้นการเชื่อมโยงกับ Digital Platform มากขึ้น บริษัทฯ จึงพัฒนาระบบการให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ และผู้ให้บริการรับชำระแทน โดยจะให้บริการด้าน e-wallet ผ่านแอปพลิเคชัน Max Me ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการเชื่อมต่อระหว่างออนไลน์และออฟไลน์ (O2O) เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปที่เน้นการทำธุรกรรมดิจิทัลมากขึ้น
- บริษัทฯ มีการบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ โดยจัดให้มีมาตรการต่าง ๆ ในการป้องกันการเกิดเหตุภัยคุกคามทางไซเบอร์ และเพิ่มการตรวจสอบความปลอดภัยด้าน IT Security ของระบบงานต่าง ๆ รวมถึงสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องภัยคุกคามทางไซเบอร์ให้กับพนักงานทุกระดับ
- บริษัทฯ มีการทดสอบการเจาะระบบ (Penetration Testing) ในระบบสำคัญของบริษัทฯ เพื่อป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์ (Cyber Attack) ซึ่งเป็นวิธีการประเมินความเสี่ยงของการพัฒนาระบบ ในการค้นหาจุดอ่อนหรือการตรวจหาช่องโหว่ในการเข้าถึงระบบช่วยให้สามารถประเมินความเสี่ยงของระบบได้ว่ามีความเสี่ยงตรงจุดใด เพื่อดำเนินการปิดช่องโหว่ที่มีอยู่ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในมาตรการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่บริษัทฯ ดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ
- การจัดทำแผนฉุกเฉินและกู้คืนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Disaster Recovery Plan) และมีการทดสอบแผนอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในด้าน Cybersecurity เพื่อให้การดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นไปได้อย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงักเมื่อมีภัยคุกคามเกิดขึ้น และมีการทบทวนแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันด้วย