

# CENTRALRETAIL

CRC IR 002/2567

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับงวดสามเดือนและงวดปีสิ้นสุดวันที่  
31 ธันวาคม 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

28 กุมภาพันธ์ 2567

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอแจ้งคำอธิบายและวิเคราะห์ของ  
ฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ จากงบการเงินรวมสำหรับงวดสามเดือนและ  
งวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

-ลงนาม-

(นายปเนต มหรรษานุกัณเฐ)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายการเงิน

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

## ภาพรวมผลการดำเนินงาน

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2566 ยังคงขยายตัวแบบไม่สมดุลหรือ K-Shaped Recovery ซึ่งการเติบโตทางเศรษฐกิจเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน ปัจจัยที่สนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยมาจากภาคการท่องเที่ยวเป็นหลัก ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2566 มากกว่า 28 ล้านคนเทียบกับ 11 ล้านคนในปีก่อน แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะได้โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน แต่ยังช่วยหนุนการจ้างงานและการบริโภคภาคเอกชนให้ขยายตัว โดยทางรัฐบาลไทยออกมาตรการพีวีวีซ่าแก่นักท่องเที่ยวจีนและนักท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ เพื่อกระตุ้นจำนวนนักท่องเที่ยวช่วงไฮซีซั่น ในขณะที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจในส่วนอื่นยังเผชิญแรงกดดันจากการปรับขึ้นของต้นทุน การระเหิดและค่าครองชีพของครัวเรือนและการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกประกอบกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่ยังคงมีความไม่แน่นอน ซึ่งส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคอ่อนตัวลง ในขณะที่เศรษฐกิจเวียดนามยังเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไปถึงแม้ว่าได้รับผลกระทบจากภาวะส่งออกหดตัวและผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอย ทั้งนี้รัฐบาลเวียดนามได้ออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการบริโภคภายในประเทศ อาทิ การลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ปี 2566 จนถึงกลางปี 2567 การปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย และการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ โดยจะมีเริ่มผลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ปี 2567 เป็นต้นไป

สำหรับในปี 2567 บริษัทฯ จะยังคงดำเนินธุรกิจตามหลักความระมัดระวังรอบคอบภายใต้ทิศทางเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอน และติดตามปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในประเทศที่ดำเนินการอย่างใกล้ชิด อาทิ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์โลกในภูมิภาคต่างๆ ปัจจัยภายในประเทศรวมถึงมาตรการสนับสนุนเศรษฐกิจของภาครัฐด้วยเช่นกัน

## สถานการณ์ธุรกิจไตรมาส 4 ปี 2566

ไตรมาส 4 เป็นช่วงไฮซีซั่นของธุรกิจค้าปลีก ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในไตรมาส 4 ปี 2566 ในส่วนประเทศไทยและเวียดนามเติบโตได้ดีจากไตรมาสก่อนหน้าและปีก่อนหน้า ส่วนเวียดนามชะลอตัวเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนหน้าจากภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป บริษัทฯ ยังคงดำเนินการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างรอบคอบ อาทิ การบริหารจัดการสินค้าและรายการส่งเสริมการขายให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม การใช้นวัตกรรมด้านการประหยัดพลังงาน เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ หรือการใช้รถบรรทุกพลังงานไฟฟ้า (EV) สำหรับการขนส่งสินค้าในหลายหน่วยธุรกิจเพื่อช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงการปรับโครงสร้างต้นทุนทางการเงินให้เหมาะสมท่ามกลางภาวะดอกเบี้ยขาขึ้น

- **ประเทศไทย:** สถานการณ์ธุรกิจในประเทศไทยเติบโตต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนหน้าและปีก่อนหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งยอดขายในกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวและสาขาของห้างสรรพสินค้าที่ปรับปรุงแล้วปรับตัวดีขึ้นเทียบกับปีก่อนหน้า บริษัทฯ ได้ดำเนินงานตามแผนงานโดยในไตรมาส 4 นี้ บริษัทฯ มีการเปิดห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวสต์วิลล์และสาขาใหม่ในกลุ่มฮาร์ดไลน์และฟู้ด รวมถึงการเปิดสาขารัฐกิจค้าส่ง B2B ในกลุ่มฟู้ดภายใต้แบรนด์ GO Wholesale (โก โฮลเซลส์) พร้อมทั้งปรับปรุงสาขาของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลและโรบินสัน อาทิ สาขาชิดลม เมกาบางนาและแพชั่น ไอส์แลนด์ และบริษัทฯ ยังคงเดินหน้าพัฒนาช่องทาง Omnichannel ที่หลากหลาย รวมถึงปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการทางช่องทาง โมบายล์ แอปพลิเคชัน เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภค ส่งผลให้ยอดขายในประเทศไทยในไตรมาส 4 เติบโตร้อยละ 3.9 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้าและสัดส่วนยอดขายจาก Omnichannel คิดเป็นร้อยละ 24 ต่อยอดขายรวมของส่วนงานในประเทศไทย
- **ประเทศเวียดนาม:** ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศเวียดนามยังชะลอตัวโดยได้รับผลกระทบจากอุปสงค์ในตลาดโลกชะลอตัว โดยในไตรมาส 4 ปี 2566 บริษัทฯ ได้ขยายสาขาซูเปอร์มาร์เก็ต ทีโอพีและบีบี โก! และเน้นปรับปรุงศูนย์การค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ต GO! ยอดขายในประเทศเวียดนามในไตรมาส 4 ลดลงร้อยละ 11.7 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้าจากภาวะเศรษฐกิจเวียดนามที่ชะลอตัว โดยสัดส่วนยอดขายจาก Omnichannel คิดเป็นร้อยละ 10 ต่อยอดขายรวมของส่วนงานในประเทศเวียดนาม

- **ประเทศอิตาลี:** สถานการณ์ธุรกิจอิตาลีมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างดีต่อเนื่องจากการเปิดประเทศที่ช่วยกระตุ้นการจับจ่ายจากลูกค้าในประเทศและจากนักท่องเที่ยว โดยในไตรมาส 4 ยอดขายในประเทศอิตาลีปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าและจากช่วงเดียวกันของปีก่อนและเติบโตได้สูงสุดจากการปรับปรุงสาขา Flagship และเพิ่มแบรนด์สินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้ยอดขายในประเทศอิตาลีไตรมาส 4 เติบโตร้อยละ 11.8 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้าและสัดส่วนยอดขายจาก Omnichannel คิดเป็นร้อยละ 3 ต่อยอดขายรวมของส่วนงานในประเทศอิตาลี

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเพื่อพัฒนาศักยภาพของเซ็นทรัล รีเทล ในการเป็น Green & Sustainable Retail องค์กรค้าปลีกค้าส่งต้นแบบด้านความยั่งยืนแห่งเอเชียที่ดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในทุกมิติ

- **มิติสิ่งแวดล้อม** บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานสะอาดและพลังงานหมุนเวียน โดยได้ขยายการติดตั้งโซลาร์เซลล์ในแต่ ละกลุ่มธุรกิจทั้งในประเทศไทยและเวียดนามทั้งสิ้น 142 สาขา สามารถผลิตไฟฟ้าได้รวม 101,872 เมกะวัตต์ชั่วโมง นอกจากนี้ บริษัท ยังได้สร้างความร่วมมือกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ในการส่งเสริมการใช้รถบรรทุกไฟฟ้า โดยท็อปส์ ร่วมกับ ดีเอชแอล ซีพี พลายนะ ประเทศไทย เปิดตัวรถขนส่งพลังงานไฟฟ้า 4 ล้อ ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า 100% เริ่มต้นนำร่อง รถขนส่ง พลังงานไฟฟ้ารวม 10 คัน เพื่อขนส่งกระจายสินค้า ไปยังร้าน ท็อปส์ เดลี่ ทั่วกรุงเทพฯ นอกจากนี้ ท็อปส์ ยังวางแผนเพิ่ม จำนวนรถขนส่งพลังงานไฟฟ้าในระบบขนส่งของท็อปส์อีกเพิ่มเติม รวม 29 คันในปี 2567
- **มิติสังคม** บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก โดยได้เปิดตัว CRC Women Series ซึ่ง มุ่งเป้าไปที่การเพิ่มขีดความสามารถของผู้หญิงในสถานที่ทำงาน รวมทั้งบริษัทยังได้มีการสนับสนุนสังคมสูงวัยด้วยการจ้าง งานผู้สูงอายุ เพื่อมอบโอกาสการทำงานให้กับผู้สูงอายุได้พิสูจน์ถึงคุณค่าและความสามารถของบุคคลในทุกช่วงของชีวิต นอกจากนี้เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและสร้างเสริมสุขภาพของพนักงาน บริษัทได้จัดกิจกรรม Central Group ICARE Games 2023
- **มิติด้านการบริหารจัดการภายใต้หลักธรรมาภิบาล** บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ ดี โดยในไตรมาส 4 ปี 2566 บริษัทฯ ได้ทบทวนปรับปรุงวิสัยทัศน์และพันธกิจให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ทบทวน ตารางองค์ประกอบความรู้ความชำนาญของกรรมการ (Board skills matrix) ปรับปรุงกฎบัตรของคณะกรรมการบริษัท นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี กฎบัตรและแนวปฏิบัติอื่นๆ ที่สมควรได้รับการแก้ไข รวมถึงปรับปรุงคู่มือด้านการกำกับดูแล กิจการที่ดีโดยได้สื่อสารและเน้นย้ำให้บุคลากรของบริษัทฯ และบริษัทย่อยนำไปใช้อ้างอิงและเป็นแนวยึดถือปฏิบัติผ่านสื่อ ประชาสัมพันธ์และการอบรมผ่านช่องทางต่างๆ ภายในบริษัทฯ

นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน โดยการสื่อสารและจัดการฝึกอบรมด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน อย่างต่อเนื่องให้กับพนักงาน และได้ขยายขอบเขตครอบคลุมบริษัทฯ และบริษัทย่อยทั้งหมด รวมถึงบริษัทฯ ได้สื่อสารนโยบายต่อต้าน การทุจริตคอร์รัปชันไปยังคู่ค้าทุกราย เพื่อแจ้งให้คู่ค้าทราบและปฏิบัติตามที่บริษัทฯ กำหนดเพื่อเน้นย้ำถึงการดำเนินงานด้วยความ โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีมาตรการการต่อต้านและบทลงโทษผู้กระทำผิดทุจริตคอร์รัปชันอย่างเข้มข้นของบริษัทฯ ในไตรมาส 4 บริษัทฯ ยังดำเนินงานอย่างเข้มข้นในการเชิญชวนบริษัท SME มาประกาศเจตนารมณ์เพื่อเข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชน ไทย (CAC) ต่อเนื่อง รวมถึงย้ำเรื่องการรับมอบของขวัญในช่วงเทศกาล

**รางวัลที่ได้รับในไตรมาส 4/2566**

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับรางวัลอันทรงเกียรติจากหลากหลายสถาบันและองค์กรทั้งในและต่างประเทศ ทั้งด้านความเป็นเลิศทางธุรกิจ นวัตกรรมสัมพันธ และความยั่งยืนและการกำกับดูแลกิจการที่ดี

- **ด้านความเป็นเลิศทางธุรกิจ** บริษัทฯ ได้รับรางวัลองค์กรยอดเยี่ยม (Corporate Excellence Awards) จาก Asia Pacific Enterprise Awards จัดขึ้นโดย Enterprise Asia เพื่อมอบรางวัลแก่บริษัทที่มีความเป็นเลิศรอบด้าน สามารถนำพาธุรกิจให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และรางวัล Thailand Digital Excellence Awards 2023 สาขา Digital Capability Builder จากงาน TMA Excellence Awards 2023 ตอกย้ำความสามารถในการพัฒนาแพลตฟอร์มออมมิเชแนลที่สมบูรณ์แบบ สามารถผนวกทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ได้อย่างไร้รอยต่อ และท็อปส์ เดลี ธุรกิจกลุ่มฟู้ด ได้รับรางวัลสุดยอดนายจ้างดีเด่นประจำปี 2566 หรือ Kincentric Best Employer Award in Thailand 2023 และ เกียรติบัตรผู้นำที่สร้างความผูกพัน หรือ Engaging Leaders Special Recognition จากคินเซนทริคบริษัทชั้นนำระดับโลกที่ให้คำปรึกษาด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล สะท้อนความเป็นเลิศด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ
- **ด้านนักลงทุนสัมพันธ์** บริษัทฯ ได้รับรางวัลชนะเลิศด้านนักลงทุนสัมพันธ์ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 และรางวัล Best Investor Relations Officer (mid-cap) จาก IR Magazine Awards – South East Asia 2023 โดยรางวัลดังกล่าวเป็นผลจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้จัดการกองทุนและนักวิเคราะห์หลักทรัพย์จากทุกประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- **ด้านความยั่งยืนและการกำกับดูแลกิจการที่ดี** บริษัทฯ ได้รับรางวัล Commended in Sustainability Awards จากเวที SET Awards 2023 พร้อมทั้งได้รับผลประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ประจำปี 2023 ที่ระดับ 'AAA' ซึ่งถือเป็นระดับที่สูงสุดของประเทศไทย และได้รับเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) ประจำปี 2023 ในกลุ่ม World เป็นปีแรก และในกลุ่ม Emerging Markets ต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 2 อีกทั้งยังได้รับคะแนน ESG เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง 3 ปีซ้อน และติดเป็นอันดับที่ 4 ของ DJSI ในกลุ่มค่าปสิคจาก 502 บริษัทค่าปสิคทั่วโลก จากการประเมินของ S&P Global อีกด้วย รางวัลดังกล่าวสะท้อนการเป็น Green & Sustainable Retail องค์กรค่าปสิคค่าส่งต้นแบบด้านความยั่งยืนแห่งเอเชียที่ดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในทุกมิติ และบริษัทฯ ยังได้รางวัลชนะเลิศด้านสิ่งแวดล้อมด้วยโครงการสมุยโมเดลและรางวัลสุดยอดองค์กรแห่งเอเชียที่ยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง ด้วยโปรเจกต์ เซ็นทรัล กำ และบริษัทฯ ยังได้รับรางวัลการยึดมั่นในบรรษัทภิบาลสูงสุด และนโยบายการจ่ายเงินปันผลที่สม่ำเสมอที่สุด (Strongest Adherence to Corporate Governance & Most Consistent Dividend Policy) จากเวที Alpha Southeast Asia 13<sup>th</sup> Institutional Investor Corporate Awards ที่จัดขึ้นเพื่อยกย่องบริษัททั่วทั้งภูมิภาคที่มีการบริหารจัดการที่ดีในด้านต่างๆ

นอกจากนี้ เซ็นทรัล รีเทล เวียดนามได้รับรางวัลอันดับ 1 จากรางวัล 10 บริษัทยอดเยี่ยมในอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม ค่าปสิค และบรรษัทภิบาลประจำปี 2566 เป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน ซึ่งจัดขึ้นโดย เวียดนาม รีพอร์ต (Vietnam Report - VNR) บริษัทชั้นนำด้านการรายงาน การประเมิน และการจัดอันดับธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และบริการในเวียดนาม จากรายงานสถานะทางการเงินของบริษัทที่มีความแข็งแกร่ง และชื่อเสียงของบริษัทที่ได้รับการยอมรับจากชาวเวียดนามมาอย่างยาวนาน สะท้อนการเป็น Platform of Trust ที่ผู้บริโภคและคู่ค้าทุกคนในเวียดนามให้ความเชื่อมั่นและไว้วางใจมาอย่างต่อเนื่อง

**พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯในปี 2566****1) การขยายและการปรับปรุงสาขา**

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้มีการขยายสาขาและปรับปรุงพื้นที่อย่างต่อเนื่องในทั้ง 3 ประเทศที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจ ในส่วนของประเทศไทย บริษัทฯ มีการเปิดสาขาใหม่ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เวสต์วิลล์ 1 สาขา ศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์และห้างสรรพสินค้าโรบินสัน 1 สาขาที่ฉะเชิงเทรา จังหวัดภูเก็ต ร้านโทว์สดและโทว์สด x BnB 14 สาขา ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต 9 สาขาและ GO Wholesale (โก โฮลเซลส์) 4 สาขา ส่วนของประเทศไทยได้เปิดซูเปอร์มาร์เก็ต ท็อปส์และมีโก! รวม 7 สาขา นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ได้เปิดร้านค้าเฉพาะทาง (Specialty Store) รวมทั้ง Brandshop ต่างๆ ทั้งในประเทศไทยและเวียดนามอย่างต่อเนื่อง

ด้านการปรับปรุงสาขาหรือปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์แบรนด์ (Renovation & Rebranding) ในส่วนของประเทศไทย บริษัทฯ ได้ปรับปรุงปรับปรุงสาขาของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลและโรบินสัน อาทิ สาขาชิดลม เมกบางนาและแฟชั่น ไอส์แลนด์ อีกทั้งได้ปรับปรุงร้านค้าขนาดเล็กรื่นๆ ด้วย สำหรับประเทศไทย บริษัทฯ ได้ Rebrand และปรับปรุงศูนย์การค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ต GO! 7 สาขา สำหรับประเทศอิตาลี บริษัทฯ ได้ปรับปรุงห้างสรรพสินค้า สาขา Milan Florence และ Cagliari

ณ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทฯ มีเครือข่ายร้านค้าภายใต้แบรนด์ค้าปลีกและค้าส่งทั้งหมด 3,809 ร้านค้ารวมเป็นพื้นที่ขาย 3,557,778 ตารางเมตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีศูนย์การค้าทั้งหมด 72 สาขา รวมเป็นพื้นที่เช่า 743,487 ตารางเมตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

**2) การพัฒนาด้าน Omnichannel**

บริษัทฯ ได้พัฒนา Next-Gen Omnichannel Platform เพื่อยกระดับประสบการณ์การช้อปปิ้งเฉพาะบุคคล (Ultra-Personalization) ให้เป็นทางเลือกเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่เชื่อมประสบการณ์ช้อปปิ้ง Offline และ Online เข้าด้วยกันอย่างไม่มีสะดุด ครอบคลุมทั้งเครือข่ายเซ็นทรัล รีเทล ในไทย เวียดนาม และอิตาลี โดยมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์การช้อปปิ้ง ที่สมบูรณ์แบบ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้าง Inclusive Growth ให้กับลูกค้า ทำให้แพลตฟอร์มนี้กลายเป็น 'Destination' สำหรับลูกค้า คู่ค้า และทุกๆ คน

สำหรับรอบ 12 เดือน ยอดขายผ่านช่องทาง Omnichannel มีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นร้อยละ 19 ต่อยอดขายรวมของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เสริมความแข็งแกร่งให้กับ Omnichannel และปรับปรุงประสิทธิภาพของโมบายส์ แอปพลิเคชันในแต่ละส่วนงานอย่างต่อเนื่อง

**3) แผนงานด้าน Synergy**

บริษัทฯ ได้ดำเนินแผนงานด้าน Synergy เพื่อสร้างผลประโยชน์ทั้งในด้านรายได้และการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งโครงการต่างๆ มีความคืบหน้าเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ได้แก่

- การสร้างยอดขายส่วนเพิ่มด้วยการนำเสนอสินค้าระหว่างหน่วยธุรกิจ (Product cross listing) ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละแพลตฟอร์มของหน่วยธุรกิจ โดยได้เริ่มดำเนินการไปแล้วในบางหน่วยธุรกิจ
- การเพิ่มอัตราการกำกับกำไรในระยะยาว โดยการเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นและบริหารค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพ ในทุกหน่วยงานของบริษัทฯ เช่น ได้มีการบริหารต้นทุนการจัดซื้อสินค้า การซื้อสินค้านร่วมกัน (Pool purchasing) ให้ได้ต้นทุนที่เหมาะสม ซึ่งช่วยเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้น โดยได้เริ่มดำเนินการไปแล้วในบางหน่วยธุรกิจ

**4) การขยายร้านค้ารูปแบบใหม่ และการสร้างธุรกิจใหม่เพื่อการเติบโต (New Formats and New Growth Pillar)**

บริษัทฯ ได้พัฒนาโมเดลร้านค้าใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้า อาทิ กลุ่มธุรกิจ Health and Wellness ตอบโจทย์สุขภาพของคนและสัตว์เลี้ยงผ่าน Tops Vita (ร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพ โดยเน้นวิตามิน และอาหารเสริม), Tops Care (ร้านจำหน่ายยา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ที่พร้อมบริการให้คำปรึกษาโดยเภสัชกร Omni-pharmacy) และ Pet 'N Me นอกจากนี้ในเดือนกันยายน 2566 บริษัทฯ ได้เปิดตัวธุรกิจค้าส่ง B2B ในกลุ่มผู้ดูแลสัตว์เลี้ยง GO Wholesale (โก โฮลเซลส์) ศูนย์ค้าส่งสินค้าระบบสมาชิกให้กับลูกค้าผู้ประกอบการทั้ง กลุ่มโฮเรกา (โรงแรม, ร้านอาหาร, ธุรกิจจัดเลี้ยง) ผู้ให้บริการอาหารในโรงงาน โรงพยาบาลและหน่วยงานอื่นๆ ร้านค้าปลีก ร้านโชห่วย ในปี 2566 บริษัทฯ ได้เปิด GO Wholesale จำนวน 4 สาขาได้แก่ ศรีนครินทร์ จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดเชียงใหม่ อมตะ และพญา จังหวัดชลบุรี

โดย ณ สิ้นไตรมาส 4 ปี 2566 บริษัทฯ มีสาขา GO Wholesale 4 สาขา go!WOW 20 สาขา go!Power 11 สาขา Tops Vita 90 สาขา Tops Care 24 สาขา และ Pet 'N Me 8 สาขา

**5) การร่วมมือกับพันธมิตร และซื้อกิจการเพื่อสร้างการเติบโตจากภายนอก (Partnership and Acquisition)**

บริษัทฯ เดินหน้าสร้างการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด Inclusive Growth สร้างความสำเร็จร่วมกับพาร์ทเนอร์ผ่านการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยกลยุทธ์ CRC Retailelligence ภายใต้การขยายธุรกิจใหม่เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับ Ecosystem ของบริษัทฯ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกไลฟ์สไตล์

ทั้งนี้ บริษัทฯ สร้างฐานการเงินที่แข็งแกร่ง บนกลยุทธ์ 3C ที่มีประสิทธิภาพคือ Cost บริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด, Capex เน้นการลงทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุดใน Strategic Business และเร่งขยาย Proven Format และ Cash Flow ขยายขีดความสามารถในการจัดการเงินทุนหมุนเวียนให้มีความรวดเร็ว คล่องตัว และเพิ่มกระแสเงินสดให้มากขึ้น สำหรับสร้างการเติบโตทางธุรกิจต่อไป และในส่วนค่าใช้จ่าย บริษัทฯ เน้นการลดและการบริหารค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพจากหลายๆ โครงการ อาทิ การลดค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในส่วนงานที่ซ้ำซ้อน การติดตั้งแผงโซลาร์และการใช้รถบรรทุกพลังงานไฟฟ้า (EV) เพื่อช่วยประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การปรับเปลี่ยนการทำโฆษณาผ่านช่องทาง Online หรือ Social Commerce เพื่อลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด รวมถึงการบริหารจัดการสินค้าล้าสมัยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

**ผลประกอบการประจำไตรมาส 4 ปี 2566**

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ”) รายงานผลการประกอบการไตรมาส 4 ประจำปี 2566 มีรายได้รวม 65,905 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 จากปีก่อน และกำไรสุทธิ 3,266 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.4 จากปีก่อน บริษัทฯ มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น เนื่องมาจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว จากการปรับปรุงสาขาเดิม การขยายสาขาใหม่ และการเพิ่มธุรกิจใหม่ อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีรายได้จากการให้บริการเช่าที่เพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่ให้เช่า อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายในการขายได้เพิ่มขึ้นอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น การขยายสาขาใหม่และสาขารูปแบบใหม่ รวมถึงต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้นด้วย

สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับไตรมาส 4 ปี 2566

	งวดสามเดือนสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2565 ล้านบาท	งวดสามเดือนสิ้นสุด 30 กันยายน 2566 ล้านบาท	งวดสามเดือนสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2566 ล้านบาท	เพิ่มขึ้น (ลดลง) จากปีก่อน ร้อยละ	เพิ่มขึ้น (ลดลง) จากไตรมาสก่อน ร้อยละ
รายได้จากการขาย	57,885	53,162	58,530	1.1%	10.1%
- รายได้จากการขายจากส่วนงานแฟชั่น	17,601	14,692	18,260	3.7%	24.3%
- รายได้จากการขายจากส่วนงานฮาร์ดไลน์	18,318	17,945	18,686	2.0%	4.1%
- รายได้จากการขายจากส่วนงานฟู้ด	21,967	20,526	21,584	(1.7%)	5.2%
รายได้การให้บริการเช่า	1,783	1,949	2,089	17.1%	7.2%
รายได้จากการให้บริการ	417	411	484	16.2%	17.7%
รายได้จากการลงทุน	55	54	90	64.6%	65.5%
รายได้อื่น	5,007	3,999	4,711	(5.9%)	17.8%
<b>รวมรายได้</b>	<b>65,147</b>	<b>59,576</b>	<b>65,905</b>	<b>1.2%</b>	<b>10.6%</b>
ต้นทุนขาย	41,882	38,947	42,340	1.1%	8.7%
กำไรขั้นต้นจากการขาย	16,003	14,215	16,190	1.2%	13.9%
ต้นทุนการให้เช่าและการให้บริการ	579	590	612	5.7%	3.8%
กำไรขั้นต้นจากการให้เช่าและการให้บริการ	1,621	1,770	1,961	21.0%	10.8%
กำไรขั้นต้น	17,624	15,985	18,150	3.0%	13.5%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	12,599	12,319	13,081	3.8%	6.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	5,291	5,110	5,256	(0.7%)	2.8%
<b>กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b>4,796</b>	<b>2,610</b>	<b>4,615</b>	<b>(3.8%)</b>	<b>76.8%</b>
ต้นทุนทางการเงิน	1,007	1,215	1,278	26.9%	5.2%
ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้า	309	283	86	(72.4%)	(69.8%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	4,098	1,678	3,422	(16.5%)	103.9%
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	680	424	156	(77.1%)	(63.2%)
<b>กำไรสำหรับปี</b>	<b>3,417</b>	<b>1,254</b>	<b>3,266</b>	<b>(4.4%)</b>	<b>160.4%</b>
กำไรสำหรับปีส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	3,311	1,143	3,138	(5.2%)	174.7%
<b>ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ*</b>					
EBITDA	9,497	7,415	9,297	(2.1%)	25.4%
EBITDA หลังรายการปรับปรุงกำไร	8,563	7,635	9,016	5.3%	18.1%
กำไรสุทธิหลังรายการปรับปรุงกำไร	2,670	1,430	3,041	13.9%	112.7%
กำไรสุทธิหลังรายการปรับปรุงกำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	2,564	1,321	2,911	13.5%	120.4%
<b>ฐานะทางการเงิน</b>					
31 ธันวาคม 2565		31 ธันวาคม 2566			
สินทรัพย์รวม		275,984	287,097	4.0%	
หนี้สินรวม		211,099	216,837	2.7%	
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม		64,885	70,260	8.3%	

\*รายการปรับปรุง ได้แก่ กำไร/ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน กำไร/ขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์และเงินลงทุน และกำไร/ขาดทุนจากตราสารอนุพันธ์ (รายการกำไร/ขาดทุนจากตราสารอนุพันธ์นี้ได้รวมเป็นรายการปรับปรุงครั้งแรกในไตรมาส 2 ปี 2566 และได้ปรับปรุงปีก่อนเพื่อการเปรียบเทียบ)

ผลประกอบการในไตรมาส 4 ปี 2566 มีดังต่อไปนี้

1. **รายได้จากการขาย** เท่ากับ 58,530 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.1 จากไตรมาสก่อน) โดยรายได้จากการขายสามารถจำแนกได้ตามส่วนงานธุรกิจของบริษัทฯ ดังนี้
  1. **ส่วนงานแฟชั่น** เท่ากับ 18,260 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.3 จากไตรมาสก่อน) จากการเพิ่มขึ้นของยอดขายของส่วนงานในประเทศอิตาลี โดยยอดขายเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น และจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สำหรับยอดขายของส่วนงานในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากธุรกิจจัดจำหน่ายแบรนด์แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ชั้นนำ และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ในไตรมาสนี้ส่วน



งานได้เปิดห้างสรรพสินค้าใหม่ 1 สาขา ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวสต์วิลล์ จังหวัดกรุงเทพฯ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี สำหรับยอดขาย Omnichannel เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปีก่อน

- II. **ส่วนงานอาร์ตไลน์** เท่ากับ 18,686 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 จากไตรมาสก่อน) ยอดขายของส่วนงานในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะสาขาที่อยู่ในจังหวัดท่องเที่ยว และจากการปรับปรุงสาขาเดิมและการเปิดสาขาใหม่ โดยส่วนงานได้เปิดร้านโทว์สด 4 สาขา ที่จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดยโสธร เปิดโทว์สดรูปแบบไฮบริด ที่นครอินทร์ จังหวัดนนทบุรี รวมถึงการจัดหาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพียงพอเนื่องจากได้รับการจัดสรรจากผู้จัดจำหน่ายมากขึ้น จากการขายตรงสินค้า B2B สำหรับยอดขายจากส่วนงานในประเทศไทยเวียดนามได้ลดลงเนื่องจากผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ตามเศรษฐกิจของประเทศที่ชะลอตัว สำหรับยอดขายผ่าน Omnichannel ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาสนี้ ยอดขาย Omnichannel เพิ่มขึ้นร้อยละ 19 จากปีก่อน
  - III. **ส่วนงานฟู้ด** เท่ากับ 21,584 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 1.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 จากไตรมาสก่อน) โดยยอดขายจากส่วนงานในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้น โดยในไตรมาสนี้ส่วนงานได้เปิด GO Wholesale 4 สาขา ที่ศรีนครินทร์ จังหวัดกรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ อมตะและพิทยาใต้ จังหวัดชลบุรี นอกจากนี้ได้เปิดท็อปส์ 3 สาขา ที่บางบัวทอง ฟู้ดดีพาร์ตเมนท์ บางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี และสาขาราวายานา จังหวัดภูเก็ต อย่างไรก็ตามยอดขายจากส่วนงานในประเทศไทยเวียดนามได้ลดลงเนื่องจากผู้บริโภคระมัดระวังการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ตามเศรษฐกิจของประเทศที่ชะลอตัว ในไตรมาสนี้ส่วนงานในเวียดนามได้เปิดซูเปอร์มาร์เก็ต ท็อปส์ 1 สาขาที่ฮานอยและซูเปอร์มาร์เก็ต มินิ go! 3 สาขา ที่ Ninh Hao Thanh, Rach Gia และ Hong Ngu สำหรับยอดขายผ่าน Omnichannel ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 จากปีก่อน
2. **รายได้จากการให้บริการเช่า** เท่ากับ 2,089 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากจำนวนผู้ใช้บริการที่มากขึ้น ทำให้จัดเก็บรายได้จากผู้เช่าได้เพิ่มขึ้น และการขยายพื้นที่ให้เช่าของส่วนงานในประเทศไทย
  3. **รายได้จากการให้บริการ** เท่ากับ 484 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากมีผู้ใช้บริการศูนย์อาหารมากขึ้น
  4. **กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 18,150 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญมีดังนี้
    - **กำไรขั้นต้นจากการขาย** เท่ากับ 16,190 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 จากปีก่อนหน้า (เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.9 จากไตรมาสก่อน) คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 27.6 ใกล้เคียงกับปีก่อน
    - **กำไรขั้นต้นจากการให้บริการเช่าและการให้บริการ** เท่ากับ 1,961 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.8 จากไตรมาสก่อน) อัตรากำไรขั้นต้นคิดเป็นร้อยละ 76.2 เปรียบเทียบกับร้อยละ 73.7 ของปีก่อน เนื่องจากการให้ส่วนลดค่าเช่าลดลง โดยให้ส่วนลดเฉพาะพื้นที่ปิดปรับปรุง และจากจำนวนผู้ใช้บริการที่มากขึ้น
  5. **รายได้อื่น** เท่ากับ 4,711 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากปีก่อนมีรายได้จากการจำหน่ายแบรนด์ในประเทศมาเลเซียที่ได้หยุดดำเนินการแล้ว
  6. **ค่าใช้จ่ายในการขาย** เท่ากับ 13,081 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 จากปีก่อน ตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น และจากการขยายสาขาใหม่ ทำให้มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานขาย ค่าเสื่อมราคา ค่านายหน้า เพิ่มขึ้น โดยค่าใช้จ่ายในการขายคิดเป็นร้อยละ 19.8 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.3 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน
  7. **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** เท่ากับ 5,256 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.7 จากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าบริการด้านเทคโนโลยีลดลง และการตั้งสำรองค่าใช้จ่ายสินค้าล้าสมัยและเสียหายลดลง โดยค่าใช้จ่ายในการบริหารคิดเป็นร้อยละ 8.0 ของรายได้รวม ลดลงจากร้อยละ 8.1 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน
  8. **ต้นทุนทางการเงิน** ซึ่งประกอบด้วยดอกเบี้ยเงินกู้ยืมและดอกเบี้ยจ่ายของหนี้สินตามสัญญาเช่า เท่ากับ 1,278 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของทั้งอัตราดอกเบี้ยและเงินกู้ยืม

9. **ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้าที่ใช้วิธีส่วนได้เสีย** เท่ากับ 86 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 72.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้าที่ลดลง
10. **ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้** เท่ากับ 156 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 77.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากส่วนงานในประเทศอิตาลีได้รับผลประโยชน์ทางภาษีจากรัฐบาล และส่วนงานในประเทศเวียดนาม มีการรับรัฐภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของปีก่อนในปีปัจจุบัน

สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับปี 2566

	สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2565 ล้านบาท	สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2566 ล้านบาท	เพิ่มขึ้น (ลดลง) ร้อยละ
รายได้จากการขาย	211,904	221,926	4.7%
- รายได้จากการขายจากส่วนงานแพชชั่น	55,496	62,579	12.8%
- รายได้จากการขายจากส่วนงานฮาร์ดไลน์	72,852	74,192	1.8%
- รายได้จากการขายจากส่วนงานฟู้ด	83,556	85,155	1.9%
รายได้การให้บริการเช่า	6,583	7,785	18.3%
รายได้จากการให้บริการ	1,411	1,727	22.4%
รายได้จากการลงทุน	214	298	39.3%
รายได้อื่น	16,133	16,952	5.1%
<b>รวมรายได้</b>	<b>236,245</b>	<b>248,688</b>	<b>5.3%</b>
ต้นทุนขาย	157,499	162,590	3.2%
กำไรขั้นต้นจากการขาย	54,405	59,336	9.1%
ต้นทุนการให้เช่าและการให้บริการ	2,148	2,351	9.5%
กำไรขั้นต้นจากการให้เช่าและการให้บริการ	5,847	7,161	22.5%
กำไรขั้นต้น	60,252	66,497	10.4%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	45,674	49,673	8.8%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	18,865	20,351	7.9%
<b>กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b>12,059</b>	<b>13,724</b>	<b>13.8%</b>
ต้นทุนทางการเงิน	3,479	4,642	33.4%
ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้า	820	990	20.7%
กำไรก่อนค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	9,400	10,072	7.1%
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	1,794	1,550	(13.6%)
<b>กำไรสำหรับปี</b>	<b>7,606</b>	<b>8,523</b>	<b>12.1%</b>
กำไรสำหรับปีส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	7,175	8,016	11.7%
<b>ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ*</b>			
EBITDA	30,049	32,436	7.9%
EBITDA หลังรายการปรับปรุงกำไร	29,602	32,626	10.2%
กำไรสุทธิหลังรายการปรับปรุงกำไร	7,248	8,674	19.7%
กำไรสุทธิหลังรายการปรับปรุงกำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	6,818	8,168	19.8%

\*รายการปรับปรุงได้แก่ กำไร/ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน กำไร/ขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์และเงินลงทุน และกำไร/ขาดทุนจากตราสารอนุพันธ์ (รายการกำไร/ขาดทุนจากตราสารอนุพันธ์นี้ได้รวมเป็นรายการปรับปรุงครั้งแรกในไตรมาส 2 ปี 2566 และได้ปรับปรุงปีก่อนเพื่อการเปรียบเทียบ)

ผลประกอบการสำหรับปี 2566 มีดังต่อไปนี้

1. **รายได้จากการขาย** เท่ากับ 221,926 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้จากการขายสามารถจำแนกได้ตามประเภทธุรกิจของบริษัทฯ ดังนี้
  1. **ส่วนงานแพชชั่น** เท่ากับ 62,579 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของยอดขายของส่วนงานในประเทศไทย โดยเฉพาะสาขาในจังหวัดท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างมากจากปีก่อน การเปิดห้างสรรพสินค้าใหม่ จำนวน 2 สาขาและผลจากการปรับปรุงสาขาอย่างต่อเนื่อง สำหรับส่วนงานในประเทศอิตาลี ยอดขายเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่

เพิ่มขึ้น และผลจากการปรับปรุงสาขา รวมถึงการเพิ่มแบรนด์สินค้าให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในขณะที่ปีก่อนมีการปิดประเทศจนกระทั่งเริ่มเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกครั้งในเดือนมีนาคม 2565 สำหรับยอดขาย Omnichannel เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 จากปีก่อน

- II. **ส่วนงานฮาร์ดไลน์** เท่ากับ 74,192 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากส่วนงานในประเทศไทย ซึ่งยอดขายได้เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะสาขาที่อยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้น รวมถึงผลจากการปรับปรุงสาขาเดิมและการเปิดสาขาใหม่อย่างต่อเนื่องของร้านไอวีสุดและไอวีสุด x BnB จำนวน 14 สาขา และจากการจัดหาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพียงพอ สำหรับยอดขายจากส่วนงานในประเทศไทยเวียดนามได้ลดลง เนื่องจากผู้บริโภคกระแสวิ่งการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ตามเศรษฐกิจของประเทศที่ชะลอตัว โดยยอดขาย Omnichannel เพิ่มขึ้นร้อยละ 26 จากปีก่อน จากการส่งเสริมการขายผ่านช่องทาง e-ordering ของไอวีสุด และช่องทาง Omnichannel อื่นๆ
  - III. **ส่วนงานฟู้ด** เท่ากับ 85,155 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยยอดขายได้เพิ่มขึ้นจากส่วนงานในประเทศไทยแต่ปรับตัวลดลงในประเทศไทยเวียดนาม สำหรับประเทศไทยยอดขายเพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว ทำให้ยอดขายของสาขาในจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญเพิ่มขึ้น การเปิดสาขาใหม่ และการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์แบรนด์ (rebranding) Tops เพื่อให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย สำหรับยอดขายจากส่วนงานในประเทศไทยเวียดนามได้ลดลงซึ่งสืบเนื่องมาตั้งแต่ไตรมาส 2 เนื่องจากผู้บริโภคกระแสวิ่งการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ตามเศรษฐกิจของประเทศที่ชะลอตัว อย่างไรก็ตามส่วนงานได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าผ่านช่องทาง Omnichannel โดยยอดขายผ่าน Omnichannel ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากปีก่อน
2. **รายได้จากการให้บริการเช่า** เท่ากับ 7,785 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากจำนวนผู้ใช้บริการที่มากขึ้น ทำให้จัดเก็บรายได้จากผู้เช่าได้เพิ่มขึ้น และการขยายพื้นที่ให้เช่าของส่วนงานในประเทศไทยและประเทศไทยเวียดนาม
  3. **รายได้จากการให้บริการ** เท่ากับ 1,727 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากมีผู้ใช้บริการศูนย์อาหารมากขึ้นโดยเฉพาะสาขาที่อยู่ใกล้อาคารสำนักงาน
  4. **กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 66,497 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญมีดังนี้
    - **กำไรขั้นต้นจากการขาย** เท่ากับ 59,336 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.1 หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 26.7 เปรียบเทียบกับร้อยละ 25.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน นำโดยส่วนงานแพชั่น ซึ่งมีอัตรากำไรสูงกว่าส่วนงานอื่นและมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างมากทั้งในประเทศไทยและประเทศอิตาลี ประกอบกับการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงได้มากขึ้น และการปรับการให้ส่วนลดทางการค้าให้เหมาะสมมากขึ้น สำหรับส่วนงานฮาร์ดไลน์และส่วนงานฟู้ด มีอัตรากำไรเพิ่มขึ้นจากการปรับการให้ส่วนลดทางการค้าให้เหมาะสมมากขึ้น
    - **กำไรขั้นต้นจากการให้บริการเช่าและการให้บริการ** เท่ากับ 7,161 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อัตรากำไรขั้นต้นคิดเป็นร้อยละ 75.3 เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับร้อยละ 73.1 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการให้ส่วนลดค่าเช่าลดลง และจำนวนผู้ใช้บริการที่มากขึ้น
  5. **รายได้อื่น** เท่ากับ 16,952 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการส่งเสริมการขายและโฆษณาประชาสัมพันธ์ และรายได้จากการขนส่งและกระจายสินค้า ตามยอดขายและกิจกรรมที่เพิ่มขึ้น และจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ค่าสาธารณูปโภค
  6. **ค่าใช้จ่ายในการขาย** เท่ากับ 49,673 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น และจากการขยายสาขาใหม่และสาขารูปแบบใหม่ ทำให้มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานขาย ค่าสาธารณูปโภค ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคา และค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่เพิ่มสูงขึ้น โดยค่าใช้จ่ายในการขายคิดเป็นร้อยละ 20.0 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.3 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน

7. **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** เท่ากับ 20,351 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานที่เพิ่มขึ้น และการตั้งสำรองค่าใช้จ่ายสินค้าล้าสมัยและเสียหายเพิ่มขึ้น ในขณะที่ค่าบริการด้านเทคโนโลยีลดลง โดยค่าใช้จ่ายในการบริหารคิดเป็นร้อยละ 8.2 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.0 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน
8. **ต้นทุนทางการเงิน** ซึ่งประกอบด้วยดอกเบี้ยเงินกู้ยืมและดอกเบี้ยจ่ายของหนี้สินตามสัญญาเช่า เท่ากับ 4,642 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของทั้งอัตราดอกเบี้ยและเงินกู้ยืม
9. **ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้าที่ใช้วิธีส่วนได้เสีย** เท่ากับ 990 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้าที่เพิ่มขึ้น
10. **ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้** เท่ากับ 1,550 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 13.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากส่วนงานในประเทศอิตาลี ได้รับผลประโยชน์ทางภาษีจากรัฐบาล และส่วนงานในประเทศเวียดนาม มีการรับรู้ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของปีก่อนในปีปัจจุบัน

### ฐานะทางการเงิน

1. **สินทรัพย์รวม** เท่ากับ 287,097 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 และเท่ากับ 275,984 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เพิ่มขึ้น 11,113 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.0 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ 8,452 ล้านบาท สินค้าคงเหลือ 2,737 ล้านบาท ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น 1,423 ล้านบาท และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน 543 ล้านบาท ในขณะที่มีการลดลงของสินทรัพย์สิทธิการใช้ 1,555 ล้านบาท ค่าความนิยม 899 ล้านบาท และสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น 458 ล้านบาท
2. **หนี้สินรวม** เท่ากับ 216,837 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 และเท่ากับ 211,099 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เพิ่มขึ้น 5,738 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.7 โดยมีสาเหตุหลักจากการออกหุ้นกู้ 6,993 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้า 2,003 ล้านบาท และเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น 1,076 ล้านบาท ในขณะที่มีการลดลงของเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 4,164 ล้านบาท
3. **ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม** เท่ากับ 70,260 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 และเท่ากับ 64,885 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เพิ่มขึ้น 5,375 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.3 โดยมีสาเหตุหลักมาจากกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้นจากกำไรสำหรับงวด 8,016 ล้านบาท การจ่ายเงินปันผล 2,895 ล้านบาท ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมเพิ่มขึ้น 1,449 ล้านบาท องค์กรประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้นจากสำรองการแปลงค่างบการเงินลดลง 1,660 ล้านบาท และส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมเพิ่มขึ้น 438 ล้านบาท

### โครงสร้างเงินทุน

โครงสร้างเงินทุนของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 ประกอบด้วย หนี้สินรวมจำนวน 216,837 ล้านบาท ซึ่งเป็นส่วนหนี้สินที่มีการระดมเงินจำนวน 84,124 ล้านบาท (ไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่า) และมีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 70,260 ล้านบาท โดยบริษัทฯ มีอัตราหนี้สินที่มีการระดมเงินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1.0 เท่า

**งบกระแสเงินสด**

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 กระแสเงินสดของบริษัทฯ มีดังนี้

- 1) กระแสเงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากการดำเนินงาน จำนวน 27,483 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5,024 ล้านบาท จากปีก่อน มีสาเหตุหลักจากกำไรหลังปรับรายการที่กระทบเพื่อแสดงเป็นเงินสดเพิ่มขึ้น 3,756 ล้านบาท ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานที่ทำให้กระแสเงินสดเพิ่มขึ้น 2,136 ล้านบาท และจ่ายภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น 868 ล้านบาท
- 2) กระแสเงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมลงทุน (15,687) ล้านบาท โดยกระแสเงินสดที่ใช้ไป เพิ่มขึ้น 839 ล้านบาท จากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิเพิ่มขึ้น 1,917 ล้านบาท สินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิเพิ่มขึ้น 417 ล้านบาท ในขณะที่สินทรัพย์ทางการเงินสุทธิลดลง 304 ล้านบาท เงินสดจ่ายเพื่อซื้อบริษัทย่อยสุทธิลดลง 187 ล้านบาท อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนสุทธิลดลง 178 ล้านบาท ดอกเบี้ยรับ 80 ล้านบาท และเงินปันผลรับเพิ่มขึ้น 714 ล้านบาท
- 3) กระแสเงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมจัดหาเงิน (12,210) ล้านบาท โดยกระแสเงินสดที่ใช้ไป เพิ่มขึ้น 2,572 ล้านบาท จากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการชำระเงินกู้นาการ 8,645 ล้านบาท ดอกเบี้ยจ่ายเพิ่มขึ้น 1,212 ล้านบาท เงินปันผลจ่ายเพิ่มขึ้น 944 ล้านบาท และการชำระหนี้ตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้น 493 ล้านบาท ในขณะที่เงินสดรับจากการออกหุ้นกู้สุทธิ 6,993 ล้านบาท และจากการเสนอขายหุ้นใหม่ของ MEB 1,765 ล้านบาท

**แผนธุรกิจในระยะยาว**

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจ ตามแผนงาน 5 ปี ภายใต้ยุทธศาสตร์ CRC Retail Intelligence เพื่อก้าวขึ้นเป็นเบอร์ 1 Next-Gen Omni Retailer ของเอเชีย

4 กลยุทธ์หลัก ภายใต้ CRC Retail Intelligence ประกอบด้วย

- 1) Reinvent Next-Gen Omni Retail: ยกระดับแพลตฟอร์ม Omnichannel ผ่านการเชื่อมโลกจริงและโลกเสมือนจริง โดยใช้เทคโนโลยีและดิจิทัลใหม่ ๆ เพื่อมอบประสบการณ์การช้อปปิ้งเหนือระดับในทุกกลุ่มธุรกิจ ทั้งส่วนงานฟู้ด แพชั่น ฮาร์ดไลน์ และพรีเมียมเพอร์ตี รวมถึงกลุ่มธุรกิจใหม่ๆ ครอบคลุมทั่วประเทศทั้งในประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศอิตาลี
- 2) Accelerate Core Leadership: เร่งการขับเคลื่อนและสร้างการเติบโตในกลุ่มธุรกิจหลักของเซ็นทรัล รีเทล ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ระดับสากล
- 3) Build New Growth Pillars: เดินหน้าสร้างธุรกิจใหม่ โดยเริ่มจากกลุ่ม Health and Wellness รวมถึงส่วนงานอื่นๆ ที่เป็นไปตามเทรนด์ของโลกและความต้องการของผู้บริโภค
- 4) Drive Partnership, Acquisition and Spin-Off: ขยายธุรกิจภายใต้แนวคิด Inclusive Growth สร้างความสำเร็จร่วมกับพาร์ทเนอร์ อีกทั้งยังศึกษาโอกาสในการเข้าซื้อกิจการธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง เพื่อขยายช่องทางในการสร้างรายได้ใหม่และเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจและสอดคล้องกับแผนการเติบโตตามเป้าหมายในอนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามกรอบ ESG โดยกำหนดกลยุทธ์ภายใต้ CRC ReNEW เพื่อผลักดันองค์กรมุ่งสู่ Green & Sustainable Retail โดยตั้งเป้าหมายระยะยาวในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 ผ่านกลยุทธ์ ReNEW ดังนี้ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ (Reduce Greenhouse Gases) การสร้างสังคมให้น่าอยู่และสนับสนุนความหลากหลายในสังคม (Navigate Society Wellbeing) การจัดหาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly Product & Packaging) และ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและการจัดการขยะมูลฝอยอย่างถูกวิธี (Waste Management)

ทั้งนี้ เซ็นทรัล รีเทลมุ่งมั่นปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพในทุกหน่วยงาน พร้อมทั้งการบริหารจัดการความเสี่ยงให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป รวมถึงการบริหารต้นทุน และค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพ เพื่อการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจทั้งหมดไปในทิศทางที่จะขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่ความยั่งยืน ในกรณีที่บริษัทฯ ระบุเป้าหมายที่เป็นตัวเงินหรือตัวเลขการดำเนินงาน บริษัทฯ ได้พิจารณาแล้วว่าอยู่ในวิสัยที่เป็นไปได้โดยมีการระบุกลยุทธ์หรือมาตรการดำเนินงานรองรับ ตลอดจนแนวทางที่กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวไว้ด้วย