

# CENTRALRETAIL

CRC IR 003/2567

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่

31 มีนาคม 2567

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

13 พฤษภาคม 2567

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอแจ้งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ จากงบการเงินรวมสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

-ลงนาม-

(นายปเนต มหรรษานุกัณเฑาะ)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายการเงิน

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

**ภาพรวมสถานการณ์ธุรกิจและผลการดำเนินงาน**

เศรษฐกิจไทยในไตรมาสแรกของปี 2567 ขยายตัวตามการบริโภคภาคเอกชนที่ขยายตัวจากแรงส่งของมาตรการกระตุ้นกำลังซื้อจากภาครัฐ ประกอบกับอานิสงส์จากการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเพิ่มขึ้นในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนอันเป็นผลมาจากนโยบายการยกเลิกวีซ่า ในไตรมาสนี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศประมาณ 9.4 ล้านคนเพิ่มขึ้นร้อยละ 44 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ส่งผลให้ธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวฟื้นตัวดีขึ้น ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นเป็นผลจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล เช่น โครงการ Easy E-Receipt ที่สนับสนุนช่วยเหลือประชาชน และร้านค้าที่เข้าร่วมออกใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax invoice) ขณะที่เศรษฐกิจเวียดนามในไตรมาส 1 มีแนวโน้มฟื้นตัวที่ดี สะท้อนจาก GDP ของเวียดนามเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 5.7 จากตัวเลขในภาคการส่งออก การผลิตและการบริการที่ปรับตัวดีขึ้น ทั้งนี้ รัฐบาลเวียดนามได้ออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการบริโภคภายในประเทศ อาทิ การขจัดความล่าช้าที่เกิดจากระเบียบขั้นตอนในการดำเนินงาน การพิจารณาขงเว้นวีซ่าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ โดยจะมีเริ่มผลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ปี 2567 เป็นต้นไป และการลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)

**สถานการณ์ธุรกิจในไตรมาส 1 ปี 2567**

ในปี 2567 นี้ บริษัทฯ มุ่งสร้างการเติบโตทางธุรกิจเพื่อการเป็นผู้นำและสร้างความเป็นเลิศในทุกมิติ ควบคู่ไปกับการต่อยอดความยั่งยืนในทุกภาคส่วน ทั้งบริษัทฯ คู่ค้า ลูกค้า ชุมชน และสังคม ภายใต้กลยุทธ์บนคอนเซ็ปต์ของ Leading Excellence and Advancing Sustainability และจะยังคงดำเนินธุรกิจตามหลักความระมัดระวังรอบคอบภายใต้ทิศทางเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอน และติดตามปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในประเทศที่ดำเนินการอย่างใกล้ชิด อาทิ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์โลกในภูมิภาคต่างๆ ผลกระทบจากธนาคารกลางของประเทศต่าง ๆ ที่ยังคงอัตราดอกเบี้ยไว้ในระดับสูงเพื่อควบคุมเงินเฟ้อ ปัจจัยภายในประเทศรวมถึงมาตรการอื่นๆ ของภาครัฐ

- **ประเทศไทย:** สถานการณ์ธุรกิจในประเทศไทยเติบโตต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนและปีก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งยอดขายในกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวและสาขาของห้างสรรพสินค้าที่ปรับปรุงแล้วปรับตัวดีขึ้นเทียบกับปีก่อน บริษัทฯ ได้ดำเนินงานตามแผนงานภายในไตรมาส 1 นี้ บริษัทฯ มีการเปิดห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลในจังหวัดนครสวรรค์และนครปฐม รวมถึงขยายสาขาใหม่ของธุรกิจค้าส่งในกลุ่มผู้ดูแลสินค้าแบรนด์ GO Wholesale (โก โฮลเซลส์) พร้อมทั้งปรับปรุงสาขาของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลและโรบินสัน อาทิ สาขาชิดลม เมกาบางนาและแพชั่น ไอส์แลนด์ และบริษัทฯ ยังคงเดินหน้าพัฒนาช่องทาง Omnichannel ที่หลากหลาย รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการทางช่องทาง โมบายล์ แอปพลิเคชัน เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภค ส่งผลให้ยอดขายในประเทศไทยในไตรมาส 1 เติบโตร้อยละ 6.4 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยสัดส่วนยอดขายจาก Omnichannel คิดเป็นร้อยละ 23 ต่อยอดขายรวมของส่วนงานในประเทศไทย
- **ประเทศเวียดนาม:** สำหรับยอดขายของประเทศเวียดนามในไตรมาส 1 ปี 2567 ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าและปีก่อนหน้า จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลปีใหม่และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ขยายสาขามีนิ go! และปรับปรุงศูนย์การค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ต GO! ทำให้ยอดขายในประเทศเวียดนามในไตรมาส 1 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยสัดส่วนยอดขายจาก Omnichannel คิดเป็นร้อยละ 10 ต่อยอดขายรวมของส่วนงานในประเทศเวียดนาม
- **ประเทศอิตาลี:** สถานการณ์ธุรกิจในอิตาลีฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 1 ยอดขายในประเทศอิตาลีปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้าจากการปรับปรุงสาขา Flagship และเพิ่มแบรนด์สินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้ยอดขายในประเทศอิตาลีในไตรมาส 1 เติบโตร้อยละ 14.5 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยสัดส่วนยอดขายจาก Omnichannel คิดเป็นร้อยละ 4 ต่อยอดขายรวมของส่วนงานในประเทศอิตาลี

บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนใน 3 มิติ คือ สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ตามกรอบ ESG (Environment, Social, Governance) สอดคล้องกับเจตนารมณ์ในการเป็น Green & Sustainable Retail **องค์กรค้าปลีกค้าส่งต้นแบบด้านความยั่งยืน** ที่มีเป้าหมายระยะยาวในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593

## พัฒนาการด้านความยั่งยืนที่สำคัญในไตรมาส 1 ปี 2567

- **มิติสิ่งแวดล้อม:** ศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ กำแพงเพชร ร่วมมือกับ Tesla เปิดตัวสถานี Supercharger จำนวน 8 หัวชาร์จ เพื่อส่งเสริมผู้ใช้งานรถไฟฟ้า มุ่งสู่การเป็นคอมมูนิตีสีเขียว ในส่วนของ เซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป (CMG) ได้เปิดตัว Guess Airwash นวัตกรรมที่ใช้ลมและบับเบิ้ลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ลดการใช้น้ำและพลังงาน ทดแทนการฟอกยีนส์ เสื้อ และแจ็กเก็ต กอล์ฟ ชูเปอร์มาร์เก็ตได้เปิดตัว Recycle หยอดขวดแลคคูปอง ส่งเสริมลูกค้าในการแยกขยะขวดพลาสติก รวมทั้งส่งเสริมการลดการใช้ถุงพลาสติก ด้วยแคมเปญ Bring Your Own Bag ต่อเนื่อง ร่วมกับทุกกลุ่มบริษัท เป็นต้น
- **มิติสังคม:** ห้างเซ็นทรัล ได้จัดแคมเปญ SHEPOSSIBLE ต่อเนื่องอีกปี เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและส่งต่อพลังให้กับผู้หญิง สำหรับ International Women's Day ผ่านมิติ Economic, Education, Health, Lifestyle เพื่อสนับสนุนมูลนิธิเพื่อนหญิง และกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา โครงการจริงใจ Farmers' Market ได้รวบรวมสินค้าคุณภาพจากชุมชนมากมาย อาทิ ไข่เป็ดสด จากสมาคมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการไทย กระจังและหอมแดง ศรีสะเกษ สินค้า GI วิชาห์กิจชุมชนสมุนไพร เครื่องเทศอินทรีย์ศรีสะเกษ เป็นต้น
- **มิติการบริหารจัดการภายใต้หลักธรรมาภิบาล:** บริษัทได้ทบทวนความเหมาะสมของการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน (CG Code) ของสำนักงาน ก.ล.ต. และได้นำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท อีกทั้งได้ดำเนินการสื่อสาร แนวปฏิบัติตามคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณองค์กร (Code of Conduct) และการดำเนินด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน อย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางต่างๆ ภายในบริษัทอีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับรางวัลด้านความเป็นเลิศทางธุรกิจระดับโลกในไตรมาสนี้ ได้แก่ รางวัล Best Luxury Retail CEO 2 ปีซ้อน (มอบให้คุณณัฐ โทศกรทรัพย์) จากเวที International Finance Awards ซึ่งจัดโดย International Finance Magazine (IFM) นิตยสารธุรกิจและการเงินชั้นนำแห่งประเทศอังกฤษที่คัดเลือกองค์กรและบุคลากรจากทั่วโลกที่สร้างความสำเร็จอย่างโดดเด่นในอุตสาหกรรมต่างๆ

**พัฒนาการด้านธุรกิจที่สำคัญในไตรมาส 1 ปี 2567****1) การขยายและการปรับปรุงสาขา**

ในไตรมาส 1 ปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการขยายสาขาและปรับปรุงพื้นที่อย่างต่อเนื่องในทั้ง 3 ประเทศที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจ: ในส่วนของประเทศไทย บริษัทฯ มีการเปิดสาขาใหม่ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลนครสวรรค์และนครปฐม ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต 3 สาขา และ GO Wholesale (โก โฮลเซลส์) 1 สาขา ส่วนของประเทศไทยได้เปิดมีมิ go! Thanh Binh 1 สาขา นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ได้เปิดร้านค้าเฉพาะทาง (Specialty Store) รวมถึง Brandshop ต่างๆ ทั้งในประเทศไทยและเวียดนามอย่างต่อเนื่อง

ด้านการปรับปรุงสาขาหรือปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์แบรนด์ (Renovation & Rebranding): ในส่วนของประเทศไทย บริษัทฯ ได้ปรับปรุงห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาชิดลม The Store of Bangkok เพื่อยกระดับเป็นห้างสรรพสินค้าลักซ์ชวรี พร้อมเปิดโซนลักซ์ชวรี ปีวดีและแพชั่นในเดือนเมษายน และเผยโฉมเต็มรูปแบบในไตรมาส 4 ปีนี้ อีกทั้งได้ปรับปรุงร้านค้าขนาดเล็กอื่นๆ ด้วย สำหรับประเทศไทย บริษัทฯ ได้ปรับปรุงห้างสรรพสินค้าริณาเซนต์ สาขามีลา

ณ 31 มีนาคม 2567 บริษัทฯ มีเครือข่ายร้านค้าภายใต้แบรนด์ค้าปลีกและค้าส่งทั้งหมด 3,762 ร้านค้ารวมเป็นพื้นที่ขาย 3,565,909 ตารางเมตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีศูนย์การค้าทั้งหมด 72 สาขา รวมเป็นพื้นที่เช่า 743,962 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 3 เดือน ยอดขายผ่านช่องทาง Omnichannel มีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นร้อยละ 19 ต่อยอดขายรวมของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เสริมความแข็งแกร่งให้กับ Omnichannel และปรับปรุงประสิทธิภาพของโมบายล์แอปพลิเคชันในแต่ละส่วนงานอย่างต่อเนื่อง

**3) แผนงานด้าน Synergy**

บริษัทฯ ได้ดำเนินแผนงานด้าน Synergy เพื่อสร้างผลประโยชน์ทั้งในด้านรายได้และการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งโครงการต่างๆ มีความคืบหน้าเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ได้แก่

- การสร้างยอดขายส่วนเพิ่มด้วยการนำเสนอสินค้าระหว่างหน่วยธุรกิจ (Product cross listing) ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละแพลตฟอร์มของหน่วยธุรกิจ โดยได้เริ่มดำเนินการไปแล้วในบางหน่วยธุรกิจ
- การเพิ่มอัตราการกำกับไว้ในระยะยาว โดยการเพิ่มอัตรากำกับขึ้นต้นและบริหารค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพ ในทุกหน่วยงานของบริษัทฯ เช่น ได้มีการบริหารต้นทุนการจัดซื้อสินค้า การซื้อสินค้าร่วมกัน (Pool purchasing) ให้ได้ต้นทุนที่เหมาะสม ซึ่งช่วยเพิ่มอัตรากำกับขึ้นต้น 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 พร้อมทั้งธุรกิจค้าส่ง B2B ในกลุ่มผู้ค้ารายใหญ่ GO Wholesale (โก โฮลเซลส์) ศูนย์ค้าส่งสินค้าระบบสมาชิกให้กับลูกค้าผู้ประกอบการ ทั้ง กลุ่มโฮเรกา (โรงแรม, ร้านอาหาร, ธุรกิจจัดเลี้ยง) ผู้ให้บริการอาหารในโรงงาน โรงพยาบาลและหน่วยงานอื่นๆ ร้านค้าปลีก ร้านโชห่วย ในไตรมาส 1 บริษัทฯ ได้เปิด GO Wholesale จำนวน 1 สาขา คือ สาขาพระราม 2 กรุงเทพฯ

โดย ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2567 บริษัทฯ มีสาขา GO Wholesale 5 สาขา Tops Vita 94 สาขา Tops Care 28 สาขา และ Pet 'N Me 8 สาขา

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

บริษัทฯ เดินหน้าสร้างการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด Inclusive Growth สร้างความสำเร็จร่วมกับพาร์ทเนอร์ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับ Ecosystem ของบริษัทฯ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกไลฟ์สไตล์

ทั้งนี้ บริษัทฯ สร้างฐานการเงินที่แข็งแกร่ง บนหลักบริหารจัดการ 3C ให้มีประสิทธิภาพ คือ 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 1 ปี 2567

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) รายงานผลการประกอบการไตรมาส 1 ประจำปี 2567 มีรายได้รวม 67,255 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4 จากปีก่อน กำไรสุทธิ 2,318 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 จากปีก่อนและกำไรสุทธิหลังรายการปรับปรุงส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ 2,524 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.7 จากปีก่อน บริษัทฯ มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นเนื่องมาจากการเพิ่มแบรนด์สินค้าให้ตอบสนองความต้องการ ผลจากการขยายสาขาและปรับปรุงสาขา ผลตอบรับที่ดีของธุรกิจใหม่ รวมถึงโครงการ Easy E-Receipt ของรัฐบาล อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีรายได้จากการให้บริการเช่าและการให้บริการที่เพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่ให้เช่าและจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารได้เพิ่มขึ้น อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น การขยายสาขา รวมถึงต้นทุนทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่เพิ่มขึ้นด้วย

สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับไตรมาส 1 ปี 2567

	งวดสามเดือนสิ้นสุด 31 มีนาคม 2566	งวดสามเดือนสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2566	งวดสามเดือนสิ้นสุด 31 มีนาคม 2567	เพิ่มขึ้น (ลดลง) จากปีก่อน	เพิ่มขึ้น (ลดลง) จากไตรมาสก่อน
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ร้อยละ	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	56,712	58,530	60,347	6.4%	3.1%
- รายได้จากขายจากส่วนงานแฟชั่น	14,994	18,260	16,265	8.5%	(10.9%)
- รายได้จากขายจากส่วนงานฮาร์ดไลน์	18,723	18,686	19,487	4.1%	4.3%
- รายได้จากขายจากส่วนงานฟู้ด	22,995	21,584	24,595	7.0%	14.0%
รายได้การให้บริการเช่า	1,852	2,089	1,977	6.8%	(5.4%)
รายได้จากการให้บริการ	397	484	439	10.8%	(9.3%)
รายได้จากการลงทุน	69	90	52	(24.3%)	(42.2%)
รายได้อื่น	4,176	4,711	4,440	6.3%	(5.8%)
<b>รวมรายได้</b>	<b>63,206</b>	<b>65,905</b>	<b>67,255</b>	<b>6.4%</b>	<b>2.0%</b>
ต้นทุนขาย	42,006	42,340	44,849	6.8%	5.9%
กำไรขั้นต้นจากการขาย	14,706	16,190	15,498	5.4%	(4.3%)
ต้นทุนการให้เช่าและการให้บริการ	568	612	611	7.5%	(0.2%)
กำไรขั้นต้นจากการให้เช่าและการให้บริการ	1,680	1,961	1,805	7.5%	(7.9%)
กำไรขั้นต้น	16,386	18,150	17,303	5.6%	(4.7%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	12,041	13,081	12,529	4.1%	(4.2%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	4,958	5,256	5,442	9.8%	3.5%
<b>กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b>3,632</b>	<b>4,615</b>	<b>3,825</b>	<b>5.3%</b>	<b>(17.1%)</b>
ต้นทุนทางการเงิน	1,031	1,278	1,140	10.6%	(10.8%)
ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้า	299	86	306	2.1%	257.4%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	2,901	3,422	2,990	3.1%	(12.6%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	589	156	672	14.1%	330.5%
<b>กำไรสำหรับงวด</b>	<b>2,312</b>	<b>3,266</b>	<b>2,318</b>	<b>0.3%</b>	<b>(29.0%)</b>
กำไรสำหรับงวดส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	2,168	3,138	2,171	0.1%	(30.8%)
<b>ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ*</b>					
EBITDA	8,179	9,297	8,629	5.5%	(7.2%)
EBITDA หลังรายการปรับปรุง	8,242	9,016	9,070	10.0%	0.6%
กำไรสุทธิหลังรายการปรับปรุง	2,363	3,041	2,671	13.1%	(12.2%)
กำไรสุทธิหลังรายการปรับปรุงส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	2,219	2,911	2,524	13.7%	(13.3%)
<b>ฐานะการเงิน</b>					
		31 ธันวาคม 2566	31 มีนาคม 2567		
สินทรัพย์รวม		287,097	285,564	(0.5%)	
หนี้สินรวม		216,837	209,951	(3.2%)	
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม		70,260	75,613	7.6%	

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

**ผลประกอบการในไตรมาส 1 ปี 2567 มีดังต่อไปนี้**

1. **รายได้จากการขาย** เท่ากับ 60,347 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 จากไตรมาสก่อน) โดยรายได้จากการขายสามารถจำแนกได้ตามส่วนงานธุรกิจของบริษัทฯ ดังนี้
  - I. **ส่วนงานแฟชั่น** เท่ากับ 16,265 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (ลดลงร้อยละ 10.9 จากไตรมาสก่อนเนื่องมาจากปัจจัยฤดูกาล) จากการเพิ่มขึ้นของยอดขายของส่วนงานในประเทศไทยและอิตาลี โดยส่วนงานในประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากธุรกิจจัดจำหน่ายแบรนด์แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ชั้นนำ ที่ได้เพิ่มแบรนด์สินค้าให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โครงการ Easy E-Receipt ของรัฐบาล การเปิดสาขาใหม่ 2 สาขา ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลนครสวรรค์และนครปฐม ในไตรมาสนี้ และผลจากการปรับปรุงสาขาอย่างต่อเนื่อง สำหรับส่วนงานในประเศอิตาลี ยอดขายเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น สำหรับยอดขายผ่าน Omnichannel ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากปีก่อน
  - II. **ส่วนงานฮาร์ดไลน์** เท่ากับ 19,487 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 จากไตรมาสก่อน) ยอดขายของส่วนงานในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นจากการเปิดสาขาใหม่และการปรับปรุงสาขาเดิมอย่างต่อเนื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โครงการ Easy E-Receipt ของรัฐบาล รวมถึงการจัดหาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพียงพอ สำหรับยอดขายจากส่วนงานในประเทศเวียดนามได้ลดลง เนื่องจากผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอย ตามเศรษฐกิจของประเทศที่ชะลอตัว สำหรับยอดขายผ่าน Omnichannel ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 จากปีก่อน
  - III. **ส่วนงานฟู้ด** เท่ากับ 24,595 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.0 จากไตรมาสก่อน) โดยยอดขายจากส่วนงานในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้น จากผลตอบรับที่ดีของ GO Wholesale จากการเปิด 4 สาขาในไตรมาสก่อน และจากการเปิดสาขาใหม่ 1 สาขา ที่พระราม 2 จังหวัดกรุงเทพฯ ในไตรมาสนี้ และโครงการ Easy E-Receipt ของรัฐบาล และในไตรมาสนี้ก็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ได้เปิดสาขาใหม่ 3 สาขา ได้แก่ สาขาสาเตนค้อโลน ที่ราชนครพัฒนา จังหวัดกรุงเทพฯ สาขาในศูนย์การค้าเซ็นทรัล นครสวรรค์ และนครปฐม ส่วนยอดขายจากส่วนงานในประเทศเวียดนามเพิ่มขึ้นจากเทศกาลตรุษจีนในประเทศเวียดนาม โดยส่วนงานในประเทศเวียดนามได้เปิดสาขาใหม่ของมีนี่ go! 1 สาขา ที่ Thanh Binh สำหรับยอดขายผ่าน Omnichannel ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 21 จากปีก่อน
2. **รายได้จากการให้บริการเช่า** เท่ากับ 1,977 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (ลดลงร้อยละ 5.4 จากไตรมาสก่อน) เป็นผลมาจากจำนวนผู้ใช้บริการที่มากขึ้น ทำให้จัดเก็บรายได้จากผู้เช่าได้เพิ่มขึ้น และการขยายพื้นที่ให้เช่าของส่วนงานในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม
3. **รายได้จากการให้บริการ** เท่ากับ 439 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (ลดลงร้อยละ 9.3 จากไตรมาสก่อน) เนื่องจากมีผู้ใช้บริการศูนย์อาหารมากขึ้น
4. **กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 17,303 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (ลดลงร้อยละ 4.7 จากไตรมาสก่อน) โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญมีดังนี้
  - **กำไรขั้นต้นจากการขาย** เท่ากับ 15,498 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 จากปีก่อนหน้า (ลดลงร้อยละ 4.3 จากไตรมาสก่อน) โดยกำไรขั้นต้นจากการขายได้เพิ่มขึ้นในทุกส่วนงานตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นคิดเป็นร้อยละ 25.7 ลดลงจากร้อยละ 25.9 ของปีก่อน ปัจจัยหลักมาจากสภาพเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปทำให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าในช่วงโปรโมชันมากขึ้น และผลตอบรับที่ดีของโครงการ Easy E-Receipt ที่มีการใช้จ่ายใช้สอยในกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นน้อยกว่า
  - **กำไรขั้นต้นจากการให้บริการเช่าและการให้บริการ** เท่ากับ 1,805 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (ลดลงร้อยละ 7.9 จากไตรมาสก่อน) โดยอัตรากำไรขั้นต้นคิดเป็นร้อยละ 74.7 คงที่เทียบกับปีก่อน

5. **รายได้อื่น** เท่ากับ 4,440 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการส่งเสริมการขาย และโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามยอดขายและกิจกรรมที่เพิ่มขึ้น
6. **ค่าใช้จ่ายในการขาย** เท่ากับ 12,529 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 จากปีก่อน ตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น และจากการขยายสาขาใหม่ ทำให้มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานขาย ค่าเสื่อมราคา และค่าเช่า เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายในการขายคิดเป็นร้อยละ 18.6 ของรายได้รวม ลดลงจากร้อยละ 19.1 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน
7. **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** เท่ากับ 5,442 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.8 จากปีก่อน โดยค่าใช้จ่ายในการบริหารประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าบริหารจัดการ การตั้งสำรองค่าใช้จ่ายสินค้าล้าสมัยและเสียหาย ผลขาดทุนจากตราสารอนุพันธ์และขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่เกิดขึ้น และอื่นๆ โดยค่าใช้จ่ายในการบริหารคิดเป็นร้อยละ 8.1 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.8 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน
8. **ต้นทุนทางการเงิน** ซึ่งประกอบด้วยดอกเบี้ยเงินกู้ยืมและดอกเบี้ยจ่ายของหนี้สินตามสัญญาเช่า เท่ากับ 1,140 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของทั้งอัตราดอกเบี้ยและเงินกู้ยืม
9. **ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้าที่ใช้วิธีส่วนได้เสีย** เท่ากับ 306 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากกำไรของบริษัทร่วมและการร่วมค้าที่เพิ่มขึ้น
10. **ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้** เท่ากับ 672 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากบริษัทฯ มีกำไรจากการดำเนินงานมากขึ้น

## งบฐานะการเงิน

1. **สินทรัพย์รวม** เท่ากับ 285,564 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 และเท่ากับ 287,097 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 ลดลง 1,533 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.5 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ 1,987 ล้านบาท ค่าความนิยม 1,341 ล้านบาท และเงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า 523 ล้านบาท ในขณะที่มีการลดลงของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 3,650 ล้านบาท ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น 1,075 ล้านบาท และสินค้าคงเหลือ 858 ล้านบาท
2. **หนี้สินรวม** เท่ากับ 209,951 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 และเท่ากับ 216,837 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 ลดลง 6,886 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.2 โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของเจ้าหนี้อาคาร 3,788 ล้านบาท เจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น 2,332 ล้านบาท เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 1,341 ล้านบาท
3. **ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม** เท่ากับ 75,613 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 และเท่ากับ 70,260 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 เพิ่มขึ้น 5,353 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.6 โดยมีสาเหตุหลักมาจากกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้นจากกำไรสำหรับงวด 2,171 ล้านบาท และองค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น 3,018 ล้านบาท สาเหตุหลักจากสำรองการแปลงค่างบการเงิน

## โครงสร้างเงินทุน

โครงสร้างเงินทุนของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 ประกอบด้วย หนี้สินรวมจำนวน 209,951 ล้านบาท ซึ่งเป็นส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจำนวน 82,784 ล้านบาท (ไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่า) และมีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 75,613 ล้านบาท โดยบริษัทฯ มีอัตราหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1.0 เท่า

## งบกระแสเงินสด



สำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567 กระแสเงินสดของบริษัทฯ มีดังนี้

- 1) **กระแสเงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากการดำเนินงาน** จำนวน 4,687 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 213 ล้านบาท จากปีก่อน มีสาเหตุหลักจากกำไรหลังปรับรายการที่กระทบเพื่อแสดงเป็นเงินสดเพิ่มขึ้น 843 ล้านบาท และจ่ายภาษีเงินได้ลดลง 66 ล้านบาท ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานทำให้กระแสเงินสดลดลง 696 ล้านบาท
- 2) **กระแสเงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมลงทุน** (3,970) ล้านบาท โดยกระแสเงินสดที่ใช้ไป เพิ่มขึ้น 521 ล้านบาท จากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากเงินสดจ่ายเพื่อซื้อที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิเพิ่มขึ้น 342 ล้านบาท เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนสุทธิเพิ่มขึ้น 101 ล้านบาท เงินสดรับชำระคืนจากเงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการอื่นสุทธิลดลง 73 ล้านบาท ในขณะที่มีเงินสดรับจากการขายเงินลงทุนในการร่วมค้า 83 ล้านบาท
- 3) **กระแสเงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมจัดหาเงิน** (4,723) ล้านบาท โดยกระแสเงินสดที่ใช้ไป เพิ่มขึ้น 1,499 ล้านบาท จากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากปีก่อนมีการเสนอขายหุ้นใหม่ของ MEB 1,765 ล้านบาท และการชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้น 127 ล้านบาท ในขณะที่เงินกู้ยืมธนาคารสุทธิเพิ่มขึ้น 343 ล้านบาท และเงินปันผลจ่ายลดลง 97 ล้านบาท

### **กลยุทธ์และแผนธุรกิจของบริษัทฯ ในระยะยาว**

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างการเติบโตและความเป็นเลิศทางธุรกิจอย่างยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ "CRC OMNI-Intelligence" ซึ่งประกอบไปด้วย 5 กลยุทธ์สำคัญ (5R) ดังต่อไปนี้

- 1) Revolutionise Core Strength คือ การยกระดับความแข็งแกร่งของธุรกิจหลักใน Multi-Format, Multi-Category และ Multi-Market โดยมุ่งเน้นธุรกิจที่มีการเติบโตสูง รวมถึงการยกระดับเรื่อง Synergy และการทำ M&A เพื่อเพิ่ม Value ในระยะยาวให้กับธุรกิจ
- 2) Reinforce Financial Resilience คือ การทำให้สถานะภาพทางการเงินมีความแข็งแกร่ง และมีการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ดีขึ้น และมีความยืดหยุ่นทางด้านการเงิน บนหลักการบริหาร 3C (Cash, Cost, Capex)
- 3) Reinvent Beyond Retail คือ การต่อยอดธุรกิจนอกเหนือจากธุรกิจค้าปลีก เช่น การเข้าไปเป็นส่วนสำคัญใน Community ต่างๆ ในแต่ละ Category เพื่อสร้าง Network และ Value ในระยะยาวให้กับธุรกิจของเซ็นทรัล รีเทล รวมถึงการขยายไอทีซิสเต็มจาก B2C สู่ B2B อย่างเต็มรูปแบบ พร้อมเดินหน้า Scale up อย่างต่อเนื่อง
- 4) Reimagine Human Capital คือ การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ด้วยการรวม Intelligence ของ AI และ HI เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อขยายขีดความสามารถในการทำงาน การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า และการเพิ่มประสิทธิภาพของแพลตฟอร์ม Omnichannel แบบทวิคูณ
- 5) Rally Green Impact คือ การยกระดับการทำ Green Transition ด้วยการผนึกกำลังทั้งภาครัฐ เอกชน ลูกค้า และพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ มาร่วมมือกันแก้ปัญหา Climate Change เพื่อไม่ให้ไปสู่ Climate Crisis โดยการลดการใช้พลังงาน ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างโลกสีเขียว เพื่อส่งต่อให้กับคนรุ่นหลัง