



บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน)  
คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ  
สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 1/2569  
สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569



## สารบัญ

## หน้า

บทสรุปผู้บริหาร	03
เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 1/2569 และเหตุการณ์สำคัญภายหลังจากงวดรายงาน	04
ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสำหรับไตรมาส 1/2569	05
สรุปผลการดำเนินงานทางการเงินสำหรับไตรมาส 1/2569	07
ผลการดำเนินงานจำแนกตามประเภทธุรกิจ	10
ฐานะทางการเงิน	14
สรุปกระแสเงินทุน หนี้สินระยะยาวและหุ้นกู้คงเหลือ และอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	15
มุมมองของผู้บริหารและทิศทางการดำเนินงานธุรกิจ	16
การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน	19





**POWERING  
THAI LIVES:**

EVERYWHERE • EVERYDAY • EVERYONE



## บทสรุปผู้บริหาร

ข้อมูลด้านการดำเนินงานและการเงินที่สำคัญ	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 4/2568	ไตรมาส 1/2568	%QoQ	%YoY
ปริมาณการจำหน่ายน้ำมัน (ล้านลิตร)	1,753	1,728	1,667	1.5%	5.2%
รายได้จากการขายและการให้บริการ (ล้านบาท)	56,832	56,733	57,407	0.2%	-1.0%
กำไรขั้นต้น (ล้านบาท)	4,268	4,698	4,025	-9.1%	6.1%
EBITDA (ล้านบาท)	1,281	1,980	1,507	-35.3%	-15.0%
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	(174)	365	186	-147.8%	-194.0%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิส่วนที่เป็นของผู้เป็นเจ้าของบริษัทใหญ่	(205)	314	190	-165.3%	-208.1%
กำไร(ขาดทุน) ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาท)	(0.12)	0.19	0.11	-165.3%	-208.1%

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในไตรมาส 1/2569 พื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป จากแรงสนับสนุนของภาคการส่งออก การผลิตภาคอุตสาหกรรม และกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ขณะที่ช่วงเดือนมีนาคม เศรษฐกิจเริ่มเผชิญแรงกดดันจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบและราคาพลังงานในตลาดโลกปรับตัวผันผวนอย่างมีนัยสำคัญ กระทบต่อต้นทุนพลังงาน ต้นทุนการขนส่ง และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในหลายภาคส่วน ขณะที่ภาคธุรกิจและกำลังซื้อภายในประเทศยังฟื้นตัวได้อย่างจำกัดภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน

ผลการดำเนินงานในไตรมาส 1/2569 ของบริษัท พีทีที เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) สะท้อนแรงกดดันดังกล่าวอย่างชัดเจน โดยบริษัทฯ รายงานขาดทุนสุทธิส่วนที่เป็นของผู้เป็นเจ้าของบริษัทใหญ่จำนวน 205 ล้านบาท พลิกจากกำไรเป็นขาดทุน 208.1% YoY และ 165.3% QoQ มีสาเหตุหลักจากธุรกิจ Oil ที่มีกำไรขั้นต้นลดลง 15.9% YoY และ 19.2% QoQ เป็น 2,267 ล้านบาท จากความไม่สอดคล้องในเชิงเวลาระหว่างต้นทุนน้ำมันหน้าโรงกลั่นที่ปรับตัวสูงขึ้นตามราคาโลกจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางดังกล่าว กับการบริหารจัดการกองทุนน้ำมันในประเทศ ส่งผลให้กำไรขั้นต้นต่อลิตรลดลง 20.1% YoY และ 20.3% QoQ ขณะที่ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางเติบโต 5.2% YoY และ 1.5% QoQ สุรรดับ 1,753 ล้านลิตร จากความต้องการใช้น้ำมันที่เร่งตัวขึ้นกว่าปกติในช่วงเดือนมีนาคม

อย่างไรก็ดี ธุรกิจ Non-Oil ยังคงเติบโตแข็งแกร่ง โดยมีกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 50.6% YoY และ 5.7% QoQ สุรรดับ 2,001 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มอย่างกาแฟพันธุ์ไทย ที่มีการเติบโตของรายได้และกำไรขั้นต้นมากกว่า 80% YoY จากการขยายสาขาและการเพิ่มขึ้นของยอดขายจากสาขาเดิม (Same-Store-Sales Growth: SSSG) ส่งผลให้สัดส่วนกำไรขั้นต้นจาก Non-Oil ขยับขึ้นสุรรดับ 46.9% ของกำไรขั้นต้นรวม สะท้อนการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างที่ต่อเนื่องของบริษัทฯ สู่พอร์ตธุรกิจที่มีความสมดุลและยืดหยุ่นต่อความผันผวนของตลาดพลังงานมากยิ่งขึ้น

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) ปรับเพิ่มขึ้น 19.4% YoY และ 6.6% QoQ เป็น 4,363 ล้านบาท ตามการขยายตัวของธุรกิจ Non-Oil โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร ค่าเสื่อมราคา และกิจกรรมทางการตลาดเพื่อรองรับ

จำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในการร่วมค้าและบริษัทร่วม เติบโต 37.9% YoY และ 291.7% QoQ สะท้อนการฟื้นตัวของผลการดำเนินงานในบริษัทร่วมที่สำคัญ

ผลจากต้นทุนคงที่ที่สูงขึ้นตามการขยายสาขา ประกอบกับแรงกดดันต่อกำไรดำเนินงานจากความผันผวนของธุรกิจ Oil ส่งผลให้ กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) ลดลง 15.0% YoY และ 35.3% QoQ เป็น 1,281 ล้านบาท

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงดำเนินธุรกิจภายใต้โครงสร้างกลยุทธ์ "Powering Thai Lives: Everywhere · Everyday · Everyone" อย่างต่อเนื่อง ผ่านการเชื่อมโยงธุรกิจ Oil และ Non-Oil ภายใต้ฐานสมาชิก PT Max Card กว่า 25 ล้านราย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้บริการและมูลค่าต่อลูกค้าภายในระบบนิเวศ Max World พร้อมมุ่งเน้นการเติบโตเชิงคุณภาพและการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรท่ามกลางความไม่แน่นอนที่ยังคงดำเนินต่อไป บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยในทุกมิติของชีวิตประจำวัน ตั้งแต่การเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม ไปจนถึงบริการด้านยานยนต์และพลังงานสะอาด ภายใต้วิสัยทัศน์ "อยู่ดี มีสุข" ที่สะท้อนความตั้งใจของบริษัทฯ ในการเป็นส่วนหนึ่งของทุกช่วงเวลาในชีวิตของผู้บริโภคอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ ยังคงเป้าหมายการดำเนินงานและเป้าหมายทางการเงินสำหรับปี 2569 ตามเดิม พร้อมติดตามสถานการณ์ด้านราคาพลังงานและปัจจัยทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด เพื่อประเมินผลกระทบและแนวโน้มการดำเนินธุรกิจในระยะถัดไป

## เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 1/2569 และเหตุการณ์สำคัญภายหลังจากงวดรายงาน

### ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก S&P Global Sustainability Yearbook 2026

บริษัทฯ ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก Sustainability Yearbook 2026 ในกลุ่มอุตสาหกรรม Retailing จากการประเมิน Corporate Sustainability Assessment (CSA) โดย S&P Global นับเป็นปีแรกที่บริษัทฯ ได้รับการยอมรับในรายงานด้านความยั่งยืนระดับโลกดังกล่าว ซึ่งถือเป็นหนึ่งในกรอบอ้างอิงสำคัญที่นักลงทุนสถาบันทั่วโลกใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน

จากบริษัทกว่า 9,200 แห่งทั่วโลก มีเพียง 848 บริษัทที่ได้รับการจัดอันดับใน Sustainability Yearbook 2026 สะท้อนศักยภาพในการบริหารจัดการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ในระดับสากล โดยการได้รับการยอมรับครั้งนี้ช่วยเสริมความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ให้ความสำคัญกับ ESG และสะท้อนความสามารถในการแข่งขันระยะยาวของบริษัทฯ ภายใต้แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

### เปิดแผนขับเคลื่อน Max World Ecosystem เชื่อม 13 แบรินด์ กว่า 6,000 Touchpoints และสมาชิกกว่า 25 ล้านคนสู่ชีวิตประจำวันของคนไทย ผ่านโครงสร้างกลยุทธ์ "Powering Thai Lives: Everywhere · Everyday · Everyone"

บริษัทฯ เปิดธุรกิจปี 2569 ภายใต้โครงสร้างกลยุทธ์ "Powering Thai Lives: Everywhere · Everyday · Everyone" โดยมุ่งพัฒนา Max World Ecosystem ผ่านการเชื่อมโยงธุรกิจ Oil และ Non-Oil เข้ากับชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ผ่านเครือข่ายบริการกว่า 6,000 Touchpoints ทั่วประเทศ และฐานสมาชิก PT Max Card, PT Max Card Plus และ PT Max Card EV กว่า 25 ล้านราย เพื่อยกระดับบทบาทของบริษัทฯ จากผู้ให้บริการสถานีบริการน้ำมัน สู่ Ecosystem ด้านพลังงานและไลฟ์สไตล์ที่ครอบคลุมทุกมิติของการใช้ชีวิต

บริษัทฯ กำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจปี 2569 ผ่าน 3 แกนกลยุทธ์ เพื่อขับเคลื่อน Max World Ecosystem ให้เชื่อมโยงธุรกิจพลังงาน อาหาร เครื่องดื่ม และบริการด้านไลฟ์สไตล์เข้ากับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคอย่างไร้รอยต่อ ดังนี้

- **Everywhere:** บริษัทฯ เดินหน้าขยาย Max World Ecosystem ผ่านเครือข่ายบริการมากกว่า 7,000 จุดทั่วประเทศ ภายในปี 2569 เพื่อสร้างเครือข่ายบริการที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และเชื่อมโยงธุรกิจ Oil และ Non-Oil เข้าด้วยกัน พร้อมพัฒนา MaxMe Application ให้เป็นศูนย์กลางดิจิทัลในการเชื่อมต่อสินค้า บริการ และสิทธิประโยชน์ภายใน Ecosystem ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงลูกค้า และเพิ่มศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจ
- **Everyday:** บริษัทฯ มุ่งยกระดับบริษัทฯ จาก “จุดแวะเติมน้ำมัน” สู่อการเป็น “จุดหมายในชีวิตประจำวัน” ผ่านแนวคิด Everyday Recharge • Everyday Rewards • Everyday Return โดย Everyday Recharge มุ่งให้บริการของบริษัทฯ เข้าไปอยู่ในทุกช่วงเวลาของผู้บริโภค ขณะที่ Everyday Rewards เชื่อมโยงสิทธิประโยชน์ระหว่างธุรกิจภายใน Ecosystem ผ่านฐานสมาชิกกว่า 25 ล้านราย และ Everyday Return ใช้ข้อมูลและแพลตฟอร์มดิจิทัลในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อพัฒนาประสบการณ์และบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้าเฉพาะบุคคล เพื่อเพิ่มการใช้บริการซ้ำ เสริมความภักดีของลูกค้า และสนับสนุนการเติบโตร่วมกันของธุรกิจภายใน Ecosystem ผ่านการทำงานร่วมกันของทุกธุรกิจภายใต้แนวคิด “One PTG” ที่เชื่อมโยงบริการของบริษัทฯ เข้ากับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคอย่างไร้รอยต่อ
- **Everyone:** บริษัทฯ มุ่งสร้างการเติบโตร่วมกันภายใน Ecosystem ผ่านการเชื่อมโยงผู้บริโภค พันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ประกอบการท้องถิ่น และชุมชน เพื่อสร้างคุณค่าร่วมให้กับทุกภาคส่วนควบคู่กับการเติบโตของธุรกิจ และเสริมความแข็งแกร่งของ Ecosystem อย่างยั่งยืน กลยุทธ์นี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างระบบนิเวศที่เชื่อมทุกไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค และเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว

โครงสร้างกลยุทธ์ดังกล่าวสะท้อนการต่อยอดธุรกิจของบริษัทฯ จากการขยายเครือข่ายบริการ สู่อการสร้าง Ecosystem ที่เชื่อมโยงธุรกิจ ผู้บริโภค และพันธมิตรเข้าด้วยกัน ผ่านโครงสร้างพื้นฐาน ฐานสมาชิก และแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อเพิ่มศักยภาพการเติบโตของธุรกิจ สร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และยกระดับบทบาทของบริษัทฯ ในการเชื่อมโยงผู้คน เศรษฐกิจ และสังคมไทย สู่อคุณภาพชีวิตที่ “อยู่ดี มีสุข” อย่างยั่งยืน

## เหตุการณ์สำคัญภายหลังจากงบไตรมาส

### อนุมัติจ่ายเงินปันผลสำหรับปี 2568

ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 บริษัทฯ ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2569 ที่ประชุมมีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานสำหรับปี 2568 ในอัตราหุ้นละ 0.35 บาท สำหรับหุ้นสามัญจำนวน 1,670,000,000 หุ้น รวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 584,500,000 บาท

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนด วันกำหนดรายชื้อผู้มีสิทธิได้รับเงินปันผล (Record Date) ในวันที่ 11 มีนาคม 2569 และ วันไม่ได้รับสิทธิปันผล (XD) ในวันที่ 10 มีนาคม 2569 โดยกำหนดจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 15 พฤษภาคม 2569

### ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสำหรับไตรมาส 1/2569

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในไตรมาส 1/2569 ฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป จากแรงสนับสนุนของการส่งออกสินค้า การผลิตภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับปัจจัยบวกจากความผ่อนคลายชั่วคราวของมาตรการกักพวงภาษีสหรัฐฯ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศ ทั้งการลงทุนภาคเอกชน การใช้จ่ายภาครัฐ และการบริโภคภาคเอกชน โดยเฉพาะการใช้จ่ายในหมวดน้ำมันเชื้อเพลิงที่เร่งตัวขึ้นจากความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางที่ส่งผลให้เกิดการปรับขึ้นราคาในช่วง

เดือนมีนาคม อย่างไรก็ตาม ภาคการท่องเที่ยวเริ่มได้รับแรงกดดันจากสถานการณ์ดังกล่าว ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมในไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 9,316,909 คน ลดลง 232,095 คนจากช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้เพิ่มขึ้น 457,916 คนจากไตรมาสก่อนหน้า ขณะที่เศรษฐกิจในช่วงเดือนมีนาคมเผชิญแรงกดดันเพิ่มเติมจากต้นทุนพลังงานและค่าขนส่งที่สูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค กิจกรรมในภาคบริการ และภาคการท่องเที่ยวบางส่วน ด้านอัตราเงินเฟ้อทั่วไปยังอยู่ในระดับต่ำ แม้เริ่มปรับสูงขึ้นจากราคาพลังงานที่เพิ่มขึ้นตามสถานการณ์ความขัดแย้งดังกล่าว

สำหรับในไตรมาส 1/2569 ภาพรวมปริมาณการใช้น้ำมันของประเทศ เพิ่มขึ้น 5.9% YoY และ 6.7% QoQ โดยน้ำมันกลุ่มดีเซลมีปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้น 5.7% YoY และ 9.3% QoQ ในขณะที่กลุ่มเบนซินมีปริมาณการใช้งานเพิ่มขึ้น 6.3% YoY และ 1.4% QoQ

ในส่วนของปริมาณการใช้น้ำมันผ่านสถานีบริการของประเทศในไตรมาส 1/2569 มีปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้น 10.8% YoY และ 7.2% QoQ ตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยเมื่อพิจารณาตามรายผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มน้ำมันดีเซลเพิ่มขึ้น 11.6% YoY และ 9.9% QoQ ขณะที่ปริมาณการใช้น้ำมันกลุ่มเบนซินเพิ่มขึ้น 9.4% YoY และ 2.4% QoQ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (“กบน.”) ได้ดำเนินมาตรการดูแลราคาพลังงานอย่างต่อเนื่อง โดยขอความร่วมมือผู้ประกอบการตรึงราคาน้ำมันดีเซลไม่ให้เกิน 33.00 บาทต่อลิตร พร้อมทยอยปรับลดราคาน้ำมันขายปลีกภายใต้นโยบาย “Quick Big Win” ผ่านการปรับลดราคาน้ำมันดีเซลและเบนซิน 0.50 บาทต่อลิตร เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2569 และปรับลดราคาน้ำมันเบนซินและแก๊สโซฮอล์เพิ่มเติมอีก 0.30 บาทต่อลิตร เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2569 เพื่อให้ราคาน้ำมันเบนซินอยู่ภายใต้กรอบ 30 บาทต่อลิตร และบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน ท่ามกลางความผันผวนของราคาพลังงานในตลาดโลกและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางปะทุขึ้นตั้งแต่วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2569 และทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2569 ช่องแคบฮอร์มุซถูกปิดในทางปฏิบัติต่อการเดินเรือระหว่างประเทศ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในเส้นทางขนส่งน้ำมันที่สำคัญของโลก และเป็นเส้นทางหลักในการนำเข้าน้ำมันดิบจากตะวันออกกลางของประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของการนำเข้าน้ำมันดิบทั้งหมดของประเทศ ส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และก่อให้เกิดความกังวลด้านเสถียรภาพพลังงานภายในประเทศ ปัจจุบันดังกล่าวส่งผลให้ความต้องการใช้น้ำมันภายในประเทศเร่งตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว จากความกังวลของผู้บริโภคต่อแนวโน้มราคา น้ำมันและความเสี่ยงด้านอุปทาน ขณะเดียวกัน ลูกค้านักค้าที่เคยซื้อผ่านกลุ่มผู้ค้าน้ำมัน (Jobber) บางส่วนได้เปลี่ยนพฤติกรรมมาซื้อผ่านสถานีบริการเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ปริมาณจำหน่ายน้ำมันผ่านสถานีบริการในบางช่วงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของความต้องการใช้น้ำมันในระยะเวลานี้สั้น ส่งผลให้ระบบขนส่งและการบริหารจัดการน้ำมันในบางช่วงเผชิญข้อจำกัดด้านโลจิสติกส์และคอขวดของโรงกลั่น จึงเกิดภาวะน้ำมันขาดชั่วคราวในพื้นที่จากความไม่สมดุลระหว่างอุปสงค์และการเติมอุปทานในระยะสั้น มากกว่าการขาดแคลนน้ำมันในระบบโดยรวม ภายใต้อาณัติดังกล่าว ภาครัฐได้ทยอยปรับเพิ่มราคาน้ำมันขายปลีกหลายครั้งในช่วงเดือนมีนาคม 2569 เพื่อสะท้อนต้นทุนพลังงานที่สูงขึ้น และบริหารเสถียรภาพกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง รวมถึงบรรเทาความต้องการใช้น้ำมันที่เร่งตัวขึ้นในระยะสั้น ตลอดจนรองรับความไม่แน่นอนจากสถานการณ์ความขัดแย้งดังกล่าวที่ยังคงยืดเยื้อ อย่างไรก็ตาม การปรับเพิ่มราคาดังกล่าวยังไม่เพียงพอสำหรับกำไรขั้นต้นของสถานีบริการในการครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง โดยมีรายละเอียดดังนี้

วันที่	รายละเอียดการปรับราคาน้ำมัน	การปรับราคา
10 มีนาคม 2569	ปรับเพิ่มราคาน้ำมันกลุ่มเบนซิน	เบนซิน +0.50 บาท/ลิตร
21 มีนาคม 2569	ปรับเพิ่มราคาน้ำมันกลุ่มดีเซล และเบนซิน	ดีเซล +0.50 บาท/ลิตร เบนซิน +1.00 บาท/ลิตร
24 มีนาคม 2569	ปรับเพิ่มราคาน้ำมันกลุ่มดีเซล และเบนซิน	ดีเซล +0.70 บาท/ลิตร เบนซิน +1.00 บาท/ลิตร
26 มีนาคม 2569	ปรับเพิ่มราคาน้ำมันกลุ่มดีเซล และเบนซิน	ดีเซล +6.00 บาท/ลิตร เบนซิน +6.00 บาท/ลิตร
31 มีนาคม 2569	ปรับเพิ่มราคาน้ำมันกลุ่มดีเซล และเบนซิน	ดีเซล +1.80 บาท/ลิตร เบนซิน +1.00 บาท/ลิตร

สำหรับภาพรวมปริมาณการใช้ก๊าซ LPG ในไตรมาส 1/2569 ผ่านทุกช่องทางเพิ่มขึ้น 0.3% YoY โดยได้รับแรงหนุนหลักจากความต้องการใช้ในภาคครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1.7% YoY ขณะที่ภาคยานยนต์และภาคอุตสาหกรรมลดลง 3.8% YoY และ 1.8% YoY ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ลดลง 1.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยได้รับผลกระทบจากภาคครัวเรือนที่หดตัว 2.3% QoQ สอดคล้องกับการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจบางส่วน ขณะที่ภาคยานยนต์ลดลง 2.4% QoQ ตามทิศทางการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยว ในส่วนของภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น 1.2% QoQ สะท้อนการฟื้นตัวของภาคการผลิตบางกลุ่มที่ยังอยู่ในวงจำกัด โดยภาคครัวเรือนยังคงครองสัดส่วนมากที่สุดที่ 57.5% เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าที่สัดส่วน 58.1%

### สรุปผลการดำเนินงานทางการเงินสำหรับไตรมาส 1/2569

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงิน (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 4/2568	ไตรมาส 1/2568	%QoQ	%YoY
<b>รายได้จากการขายและการให้บริการ</b>	<b>56,832</b>	<b>56,733</b>	<b>57,407</b>	<b>0.2%</b>	<b>-1.0%</b>
รายได้จากธุรกิจ Oil	50,312	50,153	52,067	0.3%	-3.4%
รายได้จากธุรกิจ Non-Oil	6,520	6,580	5,340	-0.9%	22.1%
<b>ต้นทุนขายและการให้บริการ</b>	<b>(52,564)</b>	<b>(52,035)</b>	<b>(53,382)</b>	<b>1.0%</b>	<b>-1.5%</b>
ต้นทุนจากธุรกิจ Oil	(48,045)	(47,349)	(49,371)	1.5%	-2.7%
ต้นทุนจากธุรกิจ Non-Oil	(4,519)	(4,686)	(4,011)	-3.6%	12.7%
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>4,268</b>	<b>4,698</b>	<b>4,025</b>	<b>-9.1%</b>	<b>6.1%</b>
กำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Oil	2,267	2,804	2,696	-19.2%	-15.9%
กำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Non-Oil	2,001	1,894	1,329	5.7%	50.6%
<b>สัดส่วนกำไรขั้นต้น (%)</b>					
ธุรกิจ Oil	53.1%	59.7%	67.0%		
ธุรกิจ Non-Oil	46.9%	40.3%	33.0%		
<b>รายได้อื่น</b>	<b>124</b>	<b>158</b>	<b>127</b>	<b>-21.1%</b>	<b>-2.2%</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร</b>	<b>(4,363)</b>	<b>(4,091)</b>	<b>(3,655)</b>	<b>6.6%</b>	<b>19.4%</b>
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(3,654)	(3,373)	(2,995)	8.3%	22.0%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(709)	(718)	(660)	-1.2%	7.4%

สรุปผลการดำเนินงานทางการเงิน (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 4/2568	ไตรมาส 1/2568	%QoQ	%YoY
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน) สุทธิจากเงินลงทุนในการร่วมค้า และบริษัทร่วม	38	10	28	291.7%	37.9%
รายการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน (สุทธิ)	2	3	-8	-20.7%	-126.4%
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	1,281	1,980	1,507	-35.3%	-15.0%
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	(1,211)	(1,204)	(990)	0.6%	22.4%
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	70	777	517	-91.0%	-86.4%
ต้นทุนทางการเงิน	(276)	(284)	(283)	-3.0%	-2.5%
ภาษีเงินได้	31	(128)	(49)	-124.2%	-162.7%
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	(174)	365	186	-147.8%	-194.0%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิส่วนที่เป็นของผู้เป็นเจ้าของบริษัทใหญ่	(205)	314	190	-165.3%	-208.1%
กำไร(ขาดทุน) ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาท)	(0.12)	0.19	0.11	-165.3%	-210.6%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	7.5%	8.3%	7.0%		
อัตร่า EBITDA (%)	2.3%	3.5%	2.6%		
อัตรากำไรสุทธิ (%)	-0.3%	0.6%	0.3%		

## ผลการดำเนินงานไตรมาส 1/2569

รายได้จากการขายและการให้บริการในไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 56,832 ล้านบาท ลดลง 1.0% YoY แต่เพิ่มขึ้น 0.2% QoQ การลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนมีสาเหตุหลักมาจากรายได้ธุรกิจ Oil ที่ปรับลดลง 3.4% YoY เป็นผลจากราคาค่าปลีกน้ำมันเฉลี่ยหน้าสถานีบริการที่ปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม รายได้ธุรกิจ Oil พื้นตัวได้ 0.3% QoQ จากปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางที่เพิ่มขึ้น 1.5% QoQ

ในขณะเดียวกัน ธุรกิจ Non-Oil ยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนการเติบโตที่สำคัญของบริษัทฯ โดยมีรายได้เติบโต 22.1% YoY แม้จะปรับลดลงเล็กน้อย 0.9% QoQ ปัจจัยขับเคลื่อนหลักมาจากธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทย ซึ่งรายได้เติบโตโดดเด่นที่ 84.1% YoY และ 8.8% QoQ สะท้อนถึงการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องและการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ทั้งนี้ ในด้านโครงสร้างรายได้ ธุรกิจ Oil ยังคงมีส่วนสูงที่สุดที่ 88.5% ของรายได้รวม ในขณะที่สัดส่วนรายได้จากธุรกิจ Non-Oil ขยับขึ้นเป็น 11.5%

**ต้นทุนการขายและการให้บริการ** ต้นทุนการขายและการให้บริการในไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 52,564 ล้านบาท ปรับลดลง 1.5% YoY และเพิ่มขึ้น 1.0% QoQ เคลื่อนไหวสอดคล้องกับทิศทางของรายได้ในช่วงเดียวกัน ส่งผลให้กำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ 4,268 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.1% YoY แต่ลดลง 9.1% QoQ

โดยการลดลง QoQ ของกำไรขั้นต้นมีสาเหตุหลักมาจากธุรกิจ Oil ซึ่งมีกำไรขั้นต้นลดลง 15.9% YoY และ 19.2% QoQ สู่ระดับ 2,267 ล้านบาท จากแรงกดดันของต้นทุนน้ำมันหน้าโรงกลั่นที่ปรับตัวสูงขึ้นตามราคาน้ำมันโลก ภายใต้สถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางในช่วงเดือนมีนาคม ส่งผลให้เกิดความไม่สอดคล้องระหว่างต้นทุนน้ำมันและการบริหารจัดการกองทุนน้ำมันในประเทศ

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ Non-Oil ของบริษัทฯ ยังคงสร้างการเติบโตของกำไรขั้นต้นได้อย่างแข็งแกร่ง โดยมีกำไรขั้นต้นอยู่ที่ 2,001 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50.6% YoY และ 5.7% QoQ จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทย รวมถึงโครงสร้างรายได้ของธุรกิจ Non-Oil ที่มีอัตรากำไรสูงกว่าธุรกิจ Oil ส่งผลให้สัดส่วนกำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Non-Oil เพิ่มขึ้นสู่ระดับ 46.9%

ในไตรมาสนี้ เทียบกับ 40.3% ในไตรมาส 4/2568 และ 33.0% ในไตรมาส 1/2568 สะท้อนถึงการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างของบริษัทฯ จากการพึ่งพาธุรกิจ Oil เป็นหลัก สู่โครงสร้างการสร้างมูลค่าที่มีความสมดุลมากยิ่งขึ้นระหว่างธุรกิจ Oil และ Non-Oil

**ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร** เท่ากับ 4,363 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19.4% YoY และ 6.6% QoQ โดยการเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้ามีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการขาย เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าเสื่อมราคา ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขาย และค่าบริการ และค่าสาธารณูปโภค ที่ปรับเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการขยายตัวของธุรกิจ Non-Oil อย่างต่อเนื่อง โดยสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้:

- **ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน** เท่ากับ 1,961 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 24.6% YoY และ 16.0% QoQ จากการเพิ่มจำนวนสาขาและการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ Non-Oil
- **ค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สิน** เท่ากับ 1,160 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.7% YoY และ 0.4% QoQ ตามการลงทุนและการขยายสาขาในทำเลศักยภาพ
- **ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขาย และค่าบริการ** เท่ากับ 634 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.7% YoY และ 5.2% QoQ จากการที่บริษัทฯ มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายด้วยสินค้าและบริการที่ตรงใจ พร้อมทั้งสร้างการรับรู้แบรนด์ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น เพื่อรองรับกลุ่มธุรกิจ Non-Oil ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าใช้จ่ายหลักที่เกี่ยวข้องกับการขยายเครือข่าย การพัฒนาศักยภาพการให้บริการ และกิจกรรมทางการตลาดเพื่อรองรับฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

สำหรับ **EBITDA** ในไตรมาส 1/2569 มีจำนวน 1,281 ล้านบาท ลดลง 15.0% YoY และ 35.3% QoQ และมี **ขาดทุนสุทธิ** เพิ่มขึ้น 194.0% YoY และ 147.8% QoQ เป็นจำนวน 174 ล้านบาท พลิกจากกำไรเป็นขาดทุนโดยสามารถอธิบายได้ดังตารางด้านล่าง:

การเปลี่ยนแปลงของขาดทุนสุทธิเมื่อเทียบ YoY:	การเปลี่ยนแปลงของขาดทุนสุทธิเมื่อเทียบ QoQ:
(-) การลดลงของ Operating EBITDA <sup>2</sup> ซึ่งเป็นผลจากการลดลงของกำไรขั้นต้นต่อลิตรในธุรกิจ Oil อันเนื่องมาจากความไม่สอดคล้องระหว่างการบริหารจัดการกองทุนน้ำมันและราคาน้ำมันหน้าโรงกลั่นดังกล่าวไว้ข้างต้น	(-) การลดลงของ Operating EBITDA <sup>2</sup> ซึ่งเป็นผลจากการลดลงของกำไรขั้นต้นต่อลิตรในธุรกิจ Oil อันเนื่องมาจากความไม่สอดคล้องระหว่างการบริหารจัดการกองทุนน้ำมันและราคาน้ำมันหน้าโรงกลั่นดังกล่าวไว้ข้างต้น
(+) การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า เป็นผลมาจากมีการรับรู้ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นของธุรกิจปาล์ม คอมเพล็กซ์ จากบริษัท พีทีพี กรีน เอ็นเนอจี จำกัด (มหาชน) (“PPPGC”) ที่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นผลมาจากการบริหารต้นทุนที่ดีขึ้น	(+) การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า เป็นผลมาจากมีการรับรู้ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นของบริษัท ไทศาล แคปิตอล จำกัด (“Paisan”) และบริษัท ไทยไฟฟูเอล อีควิเมนต์ จำกัด (“TPB”) เนื่องจากในไตรมาศก่อนมีรายการที่ไม่เกิดขึ้นเป็นประจำส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของทั้งสองบริษัท

หมายเหตุ:

- 1) สัญลักษณ์ “+” หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลให้กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น และสัญลักษณ์ “-” หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลให้กำไรสุทธิลดลง
- 2) Operating EBITDA คำนวณจาก กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT) ที่บวกกลับค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (Depreciation & Amortization) โดยไม่รวม กำไร/ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน, ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า, และรายการพิเศษอื่น ๆ เพื่อสะท้อนประสิทธิภาพของธุรกิจหลักของบริษัทฯ

## ผลการดำเนินงานจำแนกตามประเภทธุรกิจ

### ผลการดำเนินงานธุรกิจ Non-Oil ในไตรมาส 1/2569

จำนวนสาขาและ ตัวเลขที่สำคัญของธุรกิจ Non-Oil	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 4/2568	ไตรมาส 1/2568	%QoQ	%YoY
<b>ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม</b>					
<b>ธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทย</b>					
สาขาที่บริหารเอง (Equity)	1,708	1,591	1,154	7.4%	48.0%
สาขาแฟรนไชส์ (Franchise)	600	560	322	7.1%	86.3%
<b>รวม</b>	<b>2,308</b>	<b>2,151</b>	<b>1,476</b>	<b>7.3%</b>	<b>56.4%</b>
<b>ปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มกาแฟพันธุ์ไทย (ล้านแก้ว)</b>	<b>41.9</b>	<b>38.6</b>	<b>22.9</b>	<b>8.6%</b>	<b>82.7%</b>
<b>ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่มอื่น ๆ</b>					
ร้านซบเวย์	100	97	71	3.1%	40.8%
ร้านคอฟฟี่ เวิลด์	28	27	23	3.7%	21.7%
ร้านก๋วยเตี๋ยวเรือพันธุ์ไทย	2	2	0	0.0%	-
<b>รวม</b>	<b>130</b>	<b>126</b>	<b>94</b>	<b>3.2%</b>	<b>38.3%</b>
<b>ธุรกิจก๊าซ LPG</b>					
จำนวนสถานีบริการ LPG	246	245	245	0.4%	0.4%
ร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม	500	453	367	10.4%	36.2%
<b>รวม</b>	<b>746</b>	<b>698</b>	<b>612</b>	<b>6.9%</b>	<b>21.9%</b>
<b>ปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG (ล้านกิโลกรัม)</b>					
ภาคยานยนต์	74	74	74	-0.1%	-0.7%
ภาคครัวเรือน	26	25	23	2.0%	10.7%
ภาคอุตสาหกรรม	10	9	9	13.3%	11.9%
<b>รวม</b>	<b>109</b>	<b>108</b>	<b>106</b>	<b>1.5%</b>	<b>2.9%</b>
<b>สัดส่วนการขายก๊าซ LPG (%)</b>					
ภาคยานยนต์	67.2%	68.3%	69.6%		
ภาคครัวเรือน	23.5%	23.4%	21.9%		
ภาคอุตสาหกรรม	9.3%	8.3%	8.5%		
<b>รวม</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>		
<b>ธุรกิจ Non-Oil อื่น ๆ</b>					
ร้านสะดวกซื้อ Max Mart	396	387	376	2.3%	5.3%
สถานีอัดประจุไฟฟ้า EleX by EGAT PT	202	202	200	0.0%	1.0%
ศูนย์บริการซ่อมแซมและบำรุงรักษารถยนต์ Autobacs	127	127	123	0.0%	3.3%
ศูนย์เปลี่ยนถ่ายน้ำมัน Maxnitron	44	44	48	0.0%	-8.3%
จุดพักรถ Max Camp	128	124	108	3.2%	18.5%
<b>รวม</b>	<b>897</b>	<b>884</b>	<b>855</b>	<b>1.5%</b>	<b>4.9%</b>
<b>รวมจำนวนสาขาธุรกิจ Non-Oil ทั้งหมด</b>	<b>4,081</b>	<b>3,859</b>	<b>3,037</b>	<b>5.8%</b>	<b>34.4%</b>

ผลการดำเนินงานที่สำคัญในธุรกิจ Non-Oil (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 4/2568	ไตรมาส 1/2568	%QoQ	%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	6,520	6,580	5,340	-0.9%	22.1%
ต้นทุนขายและการให้บริการ	(4,519)	(4,686)	(4,011)	-3.6%	12.7%
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>2,001</b>	<b>1,894</b>	<b>1,329</b>	<b>5.7%</b>	<b>50.6%</b>
สัดส่วนกำไรขั้นต้น (%)	46.9%	40.3%	33.0%		
EBITDA (ก่อนปรับปรุงรายการระหว่างกัน)	768	1,523	499	-49.5%	53.9%

รายได้จากการขายและการให้บริการธุรกิจ Non-Oil ในไตรมาส 1/2569 มีจำนวน 6,520 ล้านบาท เติบโต 22.1% YoY แต่ลดลงเล็กน้อย 0.9% QoQ โดยการเปลี่ยนแปลงของรายได้ดังกล่าวสามารถอธิบายได้ดังนี้

การเพิ่มขึ้นของรายได้เมื่อเทียบกับ YoY มาจาก:

- 1) **ธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทย** โดยมีรายได้จากการขายและการให้บริการอยู่ที่ 1,766 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 84.1% YoY และ 8.8% QoQ โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนาแบรนด์ในเชิงคุณภาพโดยจำนวนสาขากาแฟพันธุ์ไทย ณ สิ้นไตรมาส มีจำนวนสาขาอยู่ที่ 2,308 สาขา เพิ่มขึ้น 56.4% YoY หรือคิดเป็น 832 สาขา เทียบเท่ากับอัตราการขยายมากกว่าสองสาขาต่อวัน และเพิ่มขึ้น 7.3% QoQ หรือ 157 สาขา โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเปิดสาขาในทำเลศักยภาพ พร้อมออกแบบร้านให้มีความทันสมัยเพื่อยกระดับภาพลักษณ์แบรนด์และประสบการณ์ของลูกค้า

ควบคู่กับการขยายเครือข่ายสาขา บริษัทฯ เดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างเมนูที่มีเอกลักษณ์และเพิ่มทางเลือกในการปรับแต่งเครื่องดื่ม (DIY) เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในชีวิตประจำวัน รวมถึงการนำวัตถุดิบท้องถิ่นของไทยมาสร้างสรรค์เป็นเมนูและแคมเปญต่าง ๆ อาทิ เมนู “สัมพันธ์” รับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้นที่ยังคงส่งผลให้ยอดขายจากสาขาเดิม (SSS) เติบโตที่ระดับ 20-30% YoY

- 2) **ธุรกิจก๊าซ LPG** มีรายได้ 2,683 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.3% YoY และ 1.3% QoQ โดยได้รับแรงสนับสนุนหลักจากปริมาณการจำหน่ายก๊าซ LPG ที่ยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเติบโต 2.9% YoY และ 1.5% QoQ เป็น 109 ล้านกิโลกรัม โดยเฉพาะกลุ่มก๊าซ LPG ภาคครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น 10.7% YoY และ 2.0% QoQ เป็น 26 ล้านกิโลกรัม ตามจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ราคาขายเฉลี่ยอยู่ที่ 24.51 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.4% YoY แต่ลดลง 0.2% QoQ

# 2,308

สาขากาแฟพันธุ์ไทย ในไตรมาส 1/2569  
+56.4% YoY หรือ เพิ่มขึ้นมากกว่า 2 สาขาต่อวัน



ที่มา: ข้อมูลของบริษัทฯ

### การลดลงของรายได้เมื่อเทียบกับ QoQ มาจาก:

การบันทึกรายได้จากธุรกิจโรงไฟฟ้าจากขยะจำนวน 38 ล้านบาท ลดลง 72.6% QoQ หรือ 102 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ตาม การบันทึกรายได้ดังกล่าวเป็นการบันทึกควบคู่ต้นทุนด้วยจำนวนที่เท่ากันตามมาตรฐานบัญชี TFRIC 12 อันเป็นผลจากสิทธิในการให้บริการภายใต้ข้อตกลงสัมปทานธุรกิจ โดยรับรู้สิ่งตอบแทนที่ได้รับสำหรับมูลค่าเริ่มแรกด้วยมูลค่ายุติธรรมในสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ตามเงื่อนไขของข้อตกลงของสัมปทาน ดังนั้น รายได้ส่วนนี้จึงมิใช่รายได้จากการดำเนินงาน

ทั้งนี้ การลดลงของรายได้ดังกล่าวได้รับการชดเชยบางส่วนจากการเติบโตของรายได้ธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทย ซึ่งเพิ่มขึ้น 8.8% QoQ หรือ 143 ล้านบาท และหากไม่รวมการรับรู้รายได้ตามสัญญาสัมปทานของธุรกิจโรงไฟฟ้าจากขยะ รายได้จากธุรกิจ Non-Oil จะเติบโต 24.7% YoY และ 0.7% QoQ มาอยู่ที่ 6,482 ล้านบาท

**ต้นทุนการขายและการให้บริการ**ของธุรกิจ Non-Oil ในไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 4,519 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.7% YoY แต่ลดลง 3.6% QoQ ขณะที่**กำไรขั้นต้น**ของธุรกิจ Non-Oil อยู่ที่ 2,001 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50.6% YoY และ 5.7% QoQ โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทย ซึ่งมีกำไรขั้นต้นเติบโต 83.9% YoY และ 14.4% QoQ สู่ระดับ 961 ล้านบาท สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้และการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี กำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Non-Oil คิดเป็นสัดส่วน 46.9% ของกำไรขั้นต้นรวม โดยแบ่งเป็น กำไรขั้นต้นจากธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทย 22.5% ธุรกิจก๊าซ LPG 9.5% และธุรกิจอื่น ๆ อีก 14.9% อาทิ ธุรกิจร้านสะดวกซื้อ Max Mart ธุรกิจศูนย์บริการซ่อมแซมและบำรุงรักษารถยนต์ Autobacs ธุรกิจร้านอาหารซบเวย์ และธุรกิจน้ำมันเครื่อง Maxnitron เป็นต้น

**EBITDA (ก่อนปรับปรุงรายการระหว่างกัน)** เท่ากับ 768 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 53.9% YoY โดยหลักมาจากธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทย ที่มีการเติบโตของรายได้และกำไรขั้นต้นดังที่กล่าวข้างต้น แต่ทั้งนี้ EBITDA ของธุรกิจ Non-Oil ปรับลดลง 49.5% QoQ มีสาเหตุหลักจากฐานเปรียบเทียบกับปีปัจจัยฤดูกาลปลายปี และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้น 6.6% QoQ ตามการเร่งขยายสาขาธุรกิจ Non-Oil ที่เพิ่มขึ้น 222 สาขา (หรือเพิ่มขึ้น 5.8% QoQ)

### ผลการดำเนินงานธุรกิจ Oil ในไตรมาส 1/2569

จำนวนสถานีบริการน้ำมัน PT และตัวเลขที่สำคัญของธุรกิจ Oil	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 4/2568	ไตรมาส 1/2568	%QoQ	%YoY
<b>จำนวนสถานีบริการน้ำมัน PT</b>					
สถานีบริการน้ำมันประเภท COCO	1,898	1,892	1,880	0.3%	1.0%
สถานีบริการน้ำมันประเภท DODO	378	377	368	0.3%	2.7%
<b>รวม</b>	<b>2,276</b>	<b>2,269</b>	<b>2,248</b>	<b>0.3%</b>	<b>1.2%</b>
<b>ปริมาณการจำหน่ายน้ำมัน (ล้านลิตร)</b>					
ค้าปลีกผ่านสถานีบริการ PT	1,733	1,701	1,634	1.8%	6.1%
ค้าส่งผ่านอุตสาหกรรม	20	27	33	-22.5%	-37.1%
<b>รวม</b>	<b>1,753</b>	<b>1,728</b>	<b>1,667</b>	<b>1.5%</b>	<b>5.2%</b>
<b>สัดส่วนการจำหน่ายน้ำมันในแต่ละช่องทาง (%)</b>					
ค้าปลีกผ่านสถานีบริการ PT	83.2%	98.5%	98.0%		
ค้าส่งผ่านอุตสาหกรรม	16.8%	1.5%	2.0%		
<b>รวม</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>		
<b>สัดส่วนการจำหน่ายน้ำมันจำแนกตามผลิตภัณฑ์ (%)</b>					

จำนวนสถานีบริการน้ำมัน PT และตัวเลขที่สำคัญของธุรกิจ Oil	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 4/2568	ไตรมาส 1/2568	%QoQ	%YoY
กลุ่มน้ำมันดีเซล	71.8%	70.8%	72.2%		
กลุ่มน้ำมัน Mogas	28.2%	29.2%	27.8%		
<b>รวม</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>		

ผลการดำเนินงานที่สำคัญในธุรกิจ Oil (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 4/2568	ไตรมาส 1/2568	%QoQ	%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	50,312	50,153	52,067	0.3%	-3.4%
ต้นทุนขายและการให้บริการ	(48,045)	(47,349)	(49,371)	1.5%	-2.7%
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>2,267</b>	<b>2,804</b>	<b>2,696</b>	<b>-19.2%</b>	<b>-15.9%</b>
สัดส่วนกำไรขั้นต้น (%)	53.1%	59.7%	67.0%		
กำไรขั้นต้นต่อลิตร (บาท/ลิตร)	1.29	1.62	1.62	-20.3%	-20.1%
EBITDA (ก่อนปรับปรุงรายการระหว่างกัน)	334	1,121	845	-70.2%	-60.4%

รายได้จากการขายและการให้บริการธุรกิจ Oil ในไตรมาส 1/2569 มีจำนวน 50,312 ล้านบาท ลดลง 3.4% YoY แต่เพิ่มขึ้น 0.3% QoQ โดยการเปลี่ยนแปลงของรายได้ดังกล่าว สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้:

- 1) ราคาขายปลีกหน้าสถานีบริการเฉลี่ยอยู่ที่ 28.70 บาทต่อลิตร ลดลง 8.1% YoY และ 1.1% QoQ
- 2) ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางรวมทั้งสิ้น 1,753 ล้านลิตร เพิ่มขึ้น 5.2% YoY และ 1.5% QoQ โดยมีปัจจัยหลักมาจากกลุ่มดีเซล (Diesel) ที่เติบโต 4.6% YoY และ 2.9% QoQ จากความต้องการใช้น้ำมันที่เร่งตัวขึ้นในช่วงเดือนมีนาคม ท่ามกลางสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางที่ส่งผลให้ราคาน้ำมันโลกและราคาพลังงานในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันกลุ่มเบนซิน (Mogas) มีปริมาณการจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น 6.9% YoY แต่ลดลง 2.0% QoQ จากการปรับเพิ่มขึ้นของราคาขายปลีกน้ำมันในประเทศตามทิศทางราคาน้ำมันโลก ซึ่งส่งผลต่อความต้องการใช้น้ำมันของผู้บริโภคบางส่วน

แม้จำนวนสถานีบริการจะเพิ่มขึ้นเพียง 1.2% YoY มาอยู่ที่ 2,276 สถานี บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการเติบโตเชิงคุณภาพ ผ่านการปรับปรุงสถานีบริการเดิมให้มีความทันสมัยและตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่มากยิ่งขึ้น

**ต้นทุนการขายและการให้บริการ** เท่ากับ 48,045 ล้านบาท ลดลง 2.7% YoY แต่เพิ่มขึ้น 1.5% QoQ ส่งผลให้มี **กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 2,267 ล้านบาท ลดลง 15.9% YoY และ 19.2% QoQ จากแรงกดดันของต้นทุนน้ำมันหน้าโรงกลั่นที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามราคาน้ำมันโลกจากความขัดแย้งดังกล่าว ขณะที่การปรับราคาขายปลีกในประเทศและการบริหารจัดการกองทุนน้ำมันไม่สามารถปรับตัวได้ทันในช่วงเวลาเดียวกัน ส่งผลให้กำไรขั้นต้นต่อลิตรลดลง 20.1% YoY และ 20.3% QoQ ทั้งนี้ กำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Oil ยังคงคิดเป็นสัดส่วน 53.1% ของกำไรขั้นต้นรวม

# 21.4%

ส่วนแบ่งการตลาดน้ำมัน ผ่านช่องทางค้าปลีก  
ในไตรมาส 1/2569



ที่มา: ข้อมูลของบริษัทฯ และกรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

EBITDA (ก่อนปรับปรุงรายการระหว่างกัน) อยู่ที่ 334 ล้านบาท ลดลง 60.4% YoY และ 70.2% QoQ ตามการลดลงของกำไรขั้นต้นของธุรกิจ Oil จากแรงกดดันด้านต้นทุนน้ำมันและกำไรขั้นต้นต่อลิตรที่อ่อนตัวลงอย่างมีนัยสำคัญในไตรมาสนี้

## ฐานะทางการเงิน

สรุปฐานะทางการเงิน (หน่วย: ล้านบาท)	31-มี.ค.-69	%	31-ธ.ค.-68	%	เปลี่ยนแปลง	% เปลี่ยนแปลง
เงินสด และรายการเทียบเท่าเงินสด	3,858	6.7%	3,111	5.5%	747	24.0%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	1,717	3.0%	1,640	2.9%	77	4.7%
สินค้าคงเหลือ	3,675	6.4%	3,654	6.4%	21	0.6%
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>9,250</b>	<b>16.0%</b>	<b>8,405</b>	<b>14.8%</b>	<b>845</b>	<b>10.0%</b>
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	594	1.0%	611	1.1%	-17	-2.7%
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	18,761	32.4%	18,465	32.6%	296	1.6%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	21,330	36.9%	21,581	38.1%	-251	-1.2%
เงินฝากธนาคารที่ติดภาระค้ำประกัน	57	0.1%	57	0.1%	0	0.1%
เงินลงทุนในการร่วมค้า	2,339	4.0%	2,308	4.1%	31	1.3%
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	1,078	1.9%	1,054	1.9%	24	2.3%
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม ผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	565	1.0%	565	1.0%	0	0.0%
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	1,640	2.8%	1,589	2.8%	51	3.2%
ค่าความนิยม	81	0.1%	81	0.1%	0	0.0%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น ๆ	2,180	3.8%	1,975	3.5%	205	10.5%
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>57,875</b>	<b>100.0%</b>	<b>56,691</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,184</b>	<b>2.1%</b>
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	13,891	24.0%	12,767	22.5%	1,124	8.8%
เงินกู้ยืมระยะสั้นและส่วนของหนี้สินกำหนดชำระภายใน 1 ปี	7,231	12.5%	7,088	12.5%	143	2.0%
หนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	1,401	2.4%	1,393	2.5%	8	0.6%
อื่น ๆ	229	0.4%	161	0.3%	68	42.5%
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>22,752</b>	<b>39.3%</b>	<b>21,409</b>	<b>37.8%</b>	<b>1,343</b>	<b>6.3%</b>
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	17,970	31.1%	18,188	32.1%	-218	-1.2%
เงินกู้ยืมระยะยาวและหุ้นกู้ระยะยาว	4,995	8.6%	4,842	8.5%	153	3.2%
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	57	0.1%	57	0.1%	0	0.0%
อื่น ๆ	1,162	2.0%	1,098	1.9%	64	5.8%
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>46,936</b>	<b>81.1%</b>	<b>45,594</b>	<b>80.4%</b>	<b>1,342</b>	<b>2.9%</b>
กำไรสะสมยังไม่ได้จัดสรร	6,598	11.4%	6,803	12.0%	-205	-3.0%
อื่น ๆ	4,341	7.5%	4,294	7.6%	47	1.1%
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>10,939</b>	<b>18.9%</b>	<b>11,097</b>	<b>19.6%</b>	<b>-158</b>	<b>-1.4%</b>
<b>รวมหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>57,875</b>	<b>100.0%</b>	<b>56,691</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,184</b>	<b>2.1%</b>

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มี**สินทรัพย์รวม**จำนวน 57,875 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,184 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 2.1% จากสิ้นปี 2568 โดยการเปลี่ยนแปลงหลักประกอบด้วย 1) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เพิ่มขึ้น 747 ล้านบาท โดยสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตารางสรุปกระแสเงินทุนด้านล่าง 2) ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เพิ่มขึ้น 296 ล้านบาท สอดคล้องกับการขยายสาขาธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

ในส่วนของโครงสร้างเงินทุน บริษัทฯ มี **หนี้สินรวม**จำนวน 46,936 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,342 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 2.9% จากสิ้นปี 2568 โดยมีปัจจัยหลักมาจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้น 1,124 ล้านบาท ตามปริมาณการซื้อน้ำมันเพื่อรองรับช่วงเทศกาลสงกรานต์ และการบริหารเครดิตเทอม

ขณะที่ **ส่วนของผู้ถือหุ้น** มีจำนวน 10,939 ล้านบาท ลดลง 158 ล้านบาท หรือ 1.4% จากผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นระหว่างปี

### สรุปกระแสเงินทุน หนี้สินระยะยาวและหุ้นกู้คงเหลือ และอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

สรุปกระแสเงินทุน ณ 31 มีนาคม 2569 (ล้านบาท)			
แหล่งที่มาของเงินทุน		การใช้เงินทุน	
เงินสดรับจากการดำเนินงาน	2,690	เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ย และภาษีเงินได้	357
เงินสดรับจากการขายที่อาคาร และอุปกรณ์	2	เงินสดจ่ายซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	1,442
เงินรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,017	เงินสดจ่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้	7
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	629	เงินสดจ่ายเพื่อไถ่ถอนหุ้นกู้ (สุทธิ)	650
		เงินสดจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า	426
		เงินสดจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะยาว	707
		เงินจ่ายชำระเงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลภายนอก	2
		เงินสดเพิ่มขึ้นสุทธิ	747
<b>รวม</b>	<b>4,338</b>	<b>รวม</b>	<b>4,338</b>

การจัดอันดับและการรับรอง		หนี้สินระยะยาวและหุ้นกู้คงเหลือ (ล้านบาท)				
อันดับเครดิต (TRIS Rating)	BBB+ (Stable)	ปีที่	หุ้นกู้	ครบกำหนด	เงินกู้	ครบกำหนด
การประเมิน SET ESG Ratings	AAA	เม.ย.-ธ.ค.69				1,990
CG Score	ดีเลิศ: 5 ดาว	2570	1,000			2,095
CAC	Certified CAC	2571				1,902
การเป็นหลักทรัพย์ในดัชนี	SET100/SET100FF /SETESG	2572				525
		2573				147

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	หน่วย	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส
		1/2569	4/2568	1/2568
<b>อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร</b>				
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น	%	7.5%	8.3%	7.7%
อัตราส่วน EBITDA	%	2.3%	3.5%	3.1%
อัตราส่วนกำไรสุทธิ	%	-0.3%	0.6%	0.6%
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) (Annualized)	%	6.6%	10.7%	10.4%
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) (Annualized)	%	3.7%	4.7%	4.9%

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	หน่วย	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส
		1/2569 มี.ค.-26	4/2568 ธ.ค.-25	1/2568 มี.ค.-25
<b>อัตราส่วนสภาพคล่องและประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์</b>				
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	0.41	0.39	0.36
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	1.54	1.51	1.36
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	วัน	6.23	7.01	6.11
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย	วัน	17.53	15.83	14.85
วงจรเงินสด	วัน	(9.76)	(7.31)	(7.37)
<b>อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้</b>				
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	4.29	4.11	4.63
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.76	0.79	0.88

**สูตรการคำนวณอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ:**

- อัตราส่วนกำไรขั้นต้น = กำไรขั้นต้น / รายได้จากการขายและการให้บริการ × 100
- อัตราส่วน EBITDA = กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) / รายได้จากการขายและการให้บริการ × 100
- อัตราส่วนกำไรสุทธิ = กำไร (ขาดทุน) สุทธิ / รายได้จากการขายและการให้บริการ × 100
- อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) = กำไร (ขาดทุน) ส่วนที่เป็นของผู้เป็นเจ้าของบริษัทใหญ่ / รวมส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่ (เฉลี่ย) × 100
  1. ตัวเศษ คำนวณจาก กำไร (ขาดทุน) ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่ จะต้องถูกปรับเป็นตัวเลขเต็มปี (Annualized) โดยใช้ตัวเลขในไตรมาสปัจจุบัน บวกด้วยตัวเลขย้อนหลังอีก 3 ไตรมาส
  2. ตัวส่วน คำนวณจาก รวมส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่ (ยอดสิ้นสุดไตรมาสในปีก่อนหน้า + ยอดสิ้นสุดไตรมาสในปีปัจจุบัน) / 2
- อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) = กำไร (ขาดทุน) ก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ (EBIT) / รวมสินทรัพย์ (เฉลี่ย) × 100
  1. ตัวเศษ คำนวณจาก กำไร (ขาดทุน) ก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ จะต้องถูกปรับเป็นตัวเลขเต็มปี (Annualized) โดยใช้ตัวเลขในไตรมาสปัจจุบัน บวกด้วยตัวเลขย้อนหลังอีก 3 ไตรมาส
  2. ตัวส่วน คำนวณจาก รวมสินทรัพย์รายไตรมาส (ยอดสิ้นสุดไตรมาสในปีก่อนหน้า + ยอดสิ้นสุดไตรมาสในปีปัจจุบัน) / 2
- ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย = 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า
- ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย = 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ
- ระยะเวลาชำระหนี้ = 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า
- วงจรเงินสด = ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย + ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย - ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย
- อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = หนี้สินรวม / รวมส่วนของผู้ถือหุ้น
- อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย - เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด / ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

**มุมมองของผู้บริหารและทิศทางการดำเนินธุรกิจ**

เป้าหมายด้านการดำเนินงานและการเงินของปี 2569 <sup>1</sup> (คงเดิม)		
เป้าหมายจำนวนสาขาธุรกิจภายใต้ Max World		
1) ธุรกิจ Oil:		
สถานีบริการน้ำมัน	2,309	สถานีบริการ
2) ธุรกิจ Non-Oil:	4,981	สาขา / จุดให้บริการ
2.1) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม		
สาขาร้านกาแฟพันธุ์ไทย	2,951	สาขา
สาขาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มอื่น ๆ <sup>2</sup>	214	สาขา
2.2) ธุรกิจก๊าซ LPG		
สถานีบริการก๊าซ LPG	253	สถานีบริการ
จุดจำหน่ายก๊าซหุงต้ม	583	สาขา
2.3) จุดให้บริการอื่น ๆ ภายใต้ธุรกิจ Non-Oil <sup>3</sup>	980	สาขา / จุดให้บริการ

## เป้าหมายด้านการดำเนินงานและการเงินของปี 2569<sup>1</sup> (คงเดิม)

### เป้าหมายการดำเนินงาน<sup>1</sup>

1) ธุรกิจ Oil:			
อัตราการเติบโตของปริมาณการจำหน่ายน้ำมัน	3-5%	%	เติบโตจากปีก่อนหน้า
2) ธุรกิจ Non-Oil:			
อัตราการเติบโตของยอดขายในธุรกิจ Non-Oil	30-40%	%	เติบโตจากปีก่อนหน้า
สัดส่วนกำไรขั้นต้นในธุรกิจ Non-Oil	40-45%		
3) อัตราการเติบโตของ EBITDA	8-12%	%	เติบโตจากปีก่อนหน้า
4) งบลงทุน	3,500-4,500		ล้านบาท

#### หมายเหตุ:

- 1) ข้อมูลและการวิเคราะห์ในรายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของสถานการณ์และสมมติฐาน ณ วันที่จัดทำรายงานเท่านั้น โดยบริษัทฯ ยังคงติดตามสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางและผลกระทบต่อราคาพลังงานโลกอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานและตัวเลขที่ปรากฏอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ หากมีปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยอื่นใดที่อยู่เหนือการควบคุมของบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในอนาคต
- 2) จุดให้บริการภายใต้ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่มของบริษัทฯ ประกอบด้วย ร้านกาแฟ Coffee World, ร้านอาหาร Subway และร้านก๋วยเตี๋ยวเรือพันธุ์ไทย
- 3) จุดให้บริการภายใต้ Non-Oil อื่น ๆ ของบริษัทฯ ประกอบด้วย ศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์และศูนย์บริการ Autobacs, จุดพักรถ Max Camp, ศูนย์เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง Maxnitron และสถานีอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ไฟฟ้า EleX by EGAT PT และ PT GIGA EV

### ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

ในไตรมาส 1/2569 ธุรกิจพลังงานยังคงเผชิญกับความผันผวนของราคาน้ำมันโลก อันเป็นผลจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ประกอบกับสถานะการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกน้ำมันที่ยังคงเข้มข้น และกำลังซื้อภายในประเทศที่ยังฟื้นตัวได้อย่างจำกัดภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน โดยบริษัทฯ ยังคงติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด และดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวัง โดยให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรและสร้างความยืดหยุ่นทางธุรกิจ

บริษัทฯ ยังคงเป้าหมายการดำเนินงานและเป้าหมายทางการเงินสำหรับปี 2569 ตามเดิมในทุกกลุ่มธุรกิจ พร้อมเดินหน้าโครงสร้างกลยุทธ์ “Powering Thai Lives: Everywhere · Everyday · Everyone” ผ่านการเชื่อมโยงธุรกิจ Oil และ Non-Oil ภายใต้แนวคิด “One PTG” เพื่อสนับสนุนการเติบโตร่วมกันของธุรกิจภายใน Ecosystem และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ใช้ฐานสมาชิก PT Max Card กว่า 25 ล้านราย เพื่อสนับสนุนการออกแบบแคมเปญทางการตลาด การพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้บริการระหว่างธุรกิจภายในกลุ่ม ซึ่งช่วยเสริมประสิทธิภาพในการบริหาร Ecosystem และสร้างโอกาสในการเติบโตร่วมกันของธุรกิจภายในเครือ

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างธุรกิจ Oil และ Non-Oil อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมความแข็งแกร่งของโครงสร้างธุรกิจและลดความผันผวนจากปัจจัยด้านพลังงานในระยะยาว โดยการเติบโตของธุรกิจ Non-Oil และการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนกำไรจากธุรกิจดังกล่าว สะท้อนถึงความคืบหน้าของการปรับโครงสร้างพอร์ตธุรกิจให้มีความหลากหลายและยืดหยุ่นมากยิ่งขึ้น พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมในอนาคต

### ธุรกิจ Non-Oil: ขยายการเติบโตผ่านธุรกิจเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคในชีวิตประจำวัน

ธุรกิจ Non-Oil ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องในไตรมาส 1/2569 แม้ภาพรวมเศรษฐกิจและกำลังซื้อภายในประเทศยังอยู่ในช่วงฟื้นตัวได้อย่างจำกัด โดยในไตรมาสนี้ สัดส่วนกำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Non-Oil ปรับเพิ่มขึ้นสู่ระดับ 46.9% ของกำไร

ขั้นต้นรวม สะท้อนบทบาทที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในโครงสร้างกำไรของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม ความผันผวนของธุรกิจพลังงาน บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการเติบโตเชิงคุณภาพ ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการ การบริหาร Product Mix ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค และการควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรและสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

ธุรกิจกาแฟพันธุ์ไทยยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของธุรกิจ Non-Oil โดยบริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์ควบคู่กันทั้งการขยายสาขาในพื้นที่ศักยภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และกิจกรรมทางการตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังต่อยอดพอร์ตธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มผ่าน “ก๊วยเตี๋ยวเรือพันธุ์ไทย” และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มอื่น ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของพอร์ตธุรกิจและสนับสนุนความถี่ในการใช้บริการภายใน Ecosystem

ขณะที่ธุรกิจ Non-Oil อื่น ๆ อาทิ ธุรกิจก๊าซ LPG ร้านสะดวกซื้อ Max Mart และศูนย์บริการและซ่อมบำรุงรถยนต์ Autobacs ยังคงขยายเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความครอบคลุมในการให้บริการและรองรับความต้องการของผู้บริโภค ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าขยายเครือข่ายสถานีอัดประจุไฟฟ้า EleX by EGAT PT เพื่อรองรับแนวโน้มการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน

นอกจากนี้ โครงการโรงไฟฟ้าขยะชุมชน “บ้านพรุ” ของบริษัท พลังงาน พัฒนา 5 จำกัด (“PP5”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัทฯ กำลังอยู่ระหว่างเตรียมเริ่มดำเนินการเชิงพาณิชย์ (SCOD) ภายในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งแหล่งรายได้ใหม่ในกลุ่มธุรกิจสาธารณูปโภคและพลังงาน และช่วยสนับสนุนการกระจายฐานรายได้ของบริษัทฯ ในระยะยาว ทั้งนี้ **บริษัทฯ ยังคงเป้าอัตราการเติบโตของรายได้ธุรกิจ Non-Oil ในระดับ 30-40% YoY และรักษาสัดส่วนกำไรขั้นต้นจากธุรกิจ Non-Oil ให้อยู่ในช่วง 40-45%** ผ่านการบริหารพอร์ตธุรกิจ การควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย และการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

### ธุรกิจ Oil: รักษาความแข็งแกร่งของธุรกิจหลักท่ามกลางความผันผวนของตลาดพลังงาน

ธุรกิจ Oil ยังคงมีบทบาทสำคัญในการสร้างกระแสเงินสดและเสถียรภาพให้แก่กลุ่มบริษัท แม้ในช่วงไตรมาส 1/2569 ธุรกิจพลังงานจะเผชิญกับความผันผวนของราคาน้ำมันโลกจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลกระทบต่อทิศทางราคาพลังงานในประเทศและสถานะการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกน้ำมัน โดย**บริษัทฯ ยังคงเป้าหมายปริมาณการจำหน่ายน้ำมันผ่านทุกช่องทางในปี 2569 ตามเดิมที่ระดับ 3%-5% YoY** แม้อยู่ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจและตลาดพลังงานที่ยังมีความผันผวน

บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์การเติบโตเชิงคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของสถานีบริการเดิม (Renovation) ควบคู่กับการขยายสถานีใหม่ในทำเลศักยภาพที่มีปริมาณการจราจรสูง พร้อมทั้งพัฒนารูปแบบการให้บริการภายในสถานีให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ ผ่านการผสมผสานธุรกิจ Oil และ Non-Oil เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้บริการและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจภายในกลุ่ม

ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงติดตามสถานการณ์ขัดแย้งดังกล่าว รวมถึงความผันผวนของราคาพลังงานโลกอย่างใกล้ชิด พร้อมให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายภายในอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไร เสริมสร้างความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ และรองรับความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในระยะต่อไป

## การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ยังคงดำเนินธุรกิจภายใต้วิสัยทัศน์ “อยู่ดีมีสุข” โดยมุ่งสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง และการดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ผ่านการผสมผสานแนวทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG) เข้ากับการดำเนินงานของบริษัทฯ ในทุกมิติ ท่ามกลางสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจและตลาดพลังงานโลก บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ ควบคู่กับการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ลูกค้า พนักงาน ชุมชน สังคม และผู้ถือหุ้น

### 1) มิติสิ่งแวดล้อม (Environment & Energy Resilience)

ท่ามกลางสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางที่ส่งผลให้ตลาดพลังงานโลกมีความผันผวนอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านพลังงาน ความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน และการรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถกระจายและส่งมอบผลิตภัณฑ์น้ำมันแก่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและต่อเนื่องในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ รวมถึงรองรับความไม่แน่นอนที่อาจส่งผลกระทบต่อทั้งภาคธุรกิจและผู้บริโภคในวงกว้าง โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- **การบริหารจัดการสถานการณ์ภายใต้ภาวะวิกฤต (Crisis & Risk Management):** บริษัทฯ ได้จัดตั้ง War Room เพื่อติดตาม วิเคราะห์ และประเมินผลกระทบจากสถานการณ์ด้านภูมิรัฐศาสตร์ ราคาพลังงาน และปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และบริหารจัดการสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงที ภายใต้สภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- **การเสริมสร้างความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Resilience):** บริษัทฯ ยังคงดำเนินมาตรการบริหารจัดการด้านอุปทานอย่างรอบคอบ ผ่านการกระจายแหล่งจัดหาผลิตภัณฑ์ (Supplier Diversification) การบริหารระดับสินค้าคงคลัง และการวางแผนด้านโลจิสติกส์และการขนส่ง เพื่อรักษาความต่อเนื่องในการกระจายสินค้า และให้สถานีบริการมีปริมาณน้ำมันเพียงพอต่อการจำหน่ายอย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ แม้ในช่วงที่ตลาดพลังงานมีความผันผวนสูง
- **การบริหารจัดการผลกระทบต่อผู้บริโภคและสังคม (Consumer Impact Mitigation):** ในช่วงที่อุปทานพลังงานมีความตึงตัว บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการบริหารจัดการปริมาณการจำหน่ายน้ำมันอย่างเหมาะสม เพื่อกระจายสินค้าให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง พร้อมทั้งดำเนินมาตรการดูแลสมาชิก PT Max Card ผ่านการขยายสิทธิประโยชน์และอายุบัตร เพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบด้านค่าครองชีพ รักษาความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคมในช่วงภาวะวิกฤตด้านพลังงาน
- **การเสริมสร้างความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ (Business Resilience):** บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ ผ่านการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การติดตามสถานการณ์ด้านพลังงานและเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อรักษาเสถียรภาพในการดำเนินธุรกิจและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มภายใต้สภาวะตลาดที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

## 2) มิติสังคม (People, Customer & Community)

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากร การดูแลลูกค้า และการสร้างคุณค่าให้แก่สังคมและชุมชน ควบคู่กับการเติบโตทางธุรกิจ โดยมุ่งสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พร้อมยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มภายใต้วิสัยทัศน์ “อยู่ดีมีสุข”

- **การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร:** ไนโตรมาส 1/2569 บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับให้อยู่ใน Top 50 Companies in Thailand 2026 โดยอยู่ในอันดับที่ 38 จากการสำรวจของ WorkVenture ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นของคนรุ่นใหม่ต่อองค์กรในด้านคุณภาพชีวิตการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน และโอกาสในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- **การส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรและนวัตกรรม:** กลุ่มบริษัทได้รับ 4 รางวัลจาก Future Trends Awards 2026 ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการขับเคลื่อนองค์กรผ่านนวัตกรรม เทคโนโลยี และการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง
- **การสนับสนุนศักยภาพคนรุ่นใหม่:** บริษัทฯ ได้สนับสนุน “โปรเจกต์” นักกอล์ฟระดับโลก ในฐานะ Brand Ambassador เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่เยาวชนและสังคม ผ่านการสะท้อนคุณค่าด้านความมุ่งมั่น วินัย และการพัฒนาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
- **การดูแลลูกค้าและผู้บริโภค:** บริษัทฯ ยังคงดำเนินกิจกรรม “ส่งพลังกลับบ้าน” ผ่านสถานีบริการ PT Station ในช่วงเทศกาลปีใหม่ เพื่อสนับสนุนความปลอดภัยในการเดินทางของประชาชน พร้อมยกระดับประสบการณ์การให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง
- **การสร้างคุณค่าให้แก่สังคมและชุมชน:** บริษัทฯ ยังคงดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง อาทิ การสนับสนุนอาหารและเครื่องนุ่งห่มแก่ผู้รับการสงเคราะห์ในสถานคุ้มครองคนไร้ที่พึ่ง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวนกว่า 3,000 ราย เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

## 3) มิติธรรมาภิบาล (Governance & Business Ethics)

บริษัทฯ ยังคงยึดมั่นในการกำกับดูแลกิจการที่ดี ภายใต้หลักความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมีการกำหนดกระบวนการกำกับดูแลและควบคุมภายในอย่างเหมาะสม เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล

- **การกำกับดูแลกิจการและการควบคุมภายใน:** บริษัทฯ ยังคงดำเนินงานภายใต้โครงสร้างคณะกรรมการที่มีความเป็นอิสระและมีบทบาทในการกำกับดูแลอย่างเหมาะสม พร้อมกำหนดกระบวนการควบคุมภายในที่ชัดเจน อาทิ การเปิดเผยรายการที่เกี่ยวข้องกัน การงดเว้นการมีส่วนร่วมในการพิจารณาในกรณีที่มีความเกี่ยวข้อง และการพิจารณารายการผ่านคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล
- **การบริหารความเสี่ยงและความยืดหยุ่นทางธุรกิจ:** ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจและตลาดพลังงานที่ยังมีความไม่แน่นอน บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ (Business Agility) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มว่า บริษัทฯ จะสามารถดำเนินธุรกิจและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในทุกสภาวะการณ์

