

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวดไตรมาสที่ 1 ของปี 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ซีพี อี็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 ซึ่งได้รับการสอบทานโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของบริษัทฯ แล้ว ดังนี้

1. ภาพรวมผลการดำเนินงานรวม

ข้อมูลทางการเงินรวม	(หน่วย: ล้านบาท)	Q1/69	Q1/68	YoY
รายได้จากการขายสินค้า		130,733	124,749	4.8%
กลุ่มธุรกิจค้าส่ง ⁽¹⁾		74,045	69,926	5.9%
กลุ่มธุรกิจค้าปลีก ⁽²⁾		56,688	54,823	3.4%
รายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้า		3,622	3,488	3.8%
รายได้รวม		136,050	129,950	4.7%
กำไรขั้นต้นจากการขาย		18,381	18,083	1.6%
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)		14.1	14.5	(0.4)
EBITDA ⁽³⁾		9,110	9,048	0.7%
EBIT ⁽⁴⁾		4,841	4,750	1.9%
ต้นทุนทางการเงิน		1,290	1,404	(8.1%)
กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่		2,793	2,643	5.7%
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)		0.27	0.25	5.7%

(1) ประกอบด้วย ธุรกิจแม่ค้าในประเทศไทย ธุรกิจแม่ค้าต่างประเทศ และธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส

(2) ประกอบด้วย ธุรกิจค้าปลีกภายใต้ชื่อ “Lotus’s” ในประเทศไทย และประเทศมาเลเซีย (Lotus’s Thailand และ Lotus’s Malaysia)

(3) กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (“EBITDA”)

(4) กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (“EBIT”)

1.1. ผลการดำเนินงานรวมสำหรับงวดไตรมาสที่ 1 ของปี 2569

รายได้

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้รวมทั้งสิ้น 136,050 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 6,100 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายได้จากการขายสินค้าจำนวน 130,733 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 5,984 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นผลจากการเติบโตของรายได้จากการขายของกลุ่มธุรกิจค้าส่งร้อยละ 5.9 โดยหลักมาจากสาขาใหม่และยอดขายนอกร้านพร้อมการส่งสินค้าถึงลูกค้า (“Omni Channel”) ซึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการเติบโตของยอดขายกลุ่มสินค้าอาหารสด กลุ่มสินค้าอาหารแห้ง และกลุ่มสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ (“Private label”)

ในขณะที่รายได้จากการขายของกลุ่มธุรกิจค้าปลีกเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 ขับเคลื่อนโดยการเติบโตการดำเนินกลยุทธ์ด้านสินค้า โดยมุ่งเน้นกลุ่มสินค้าอาหารสด รวมถึงสินค้าพร้อมทานและสินค้าพร้อมปรุง กลุ่มสินค้าอาหารแห้ง และกลุ่มสินค้า Private label

ทั้งนี้ สัดส่วน Omni Channel ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยคิดเป็นร้อยละ 22 ของรายได้จากการขายสินค้าในไตรมาส 1 ปี 2569 หนุนหลักจากยอดขายออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม Makro PRO และ Lotus's Smart App เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.6 โดยยังคงเติบโตเป็นไปตามแผน สะท้อนจากการขยายฐานลูกค้าสมาชิกที่มีการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการให้บริการและรายได้อื่นรวมจำนวน 1,695 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 1.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นผลหลักจากรายได้จากการให้บริการลดลงจากกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ลดลง

การให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้า

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้าจำนวน 3,622 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน มีปัจจัยหลักมาจากการขยายพื้นที่เช่าทั้งจากการเปิดสาขาใหม่และขยายพื้นที่เช่าเพิ่มเติมในสาขาเดิม อีกทั้ง อัตราการเติบโตของรายได้ดังกล่าวสูงกว่าอัตราการเติบโตของพื้นที่เช่าสะท้อนจากการปรับสัดส่วนผู้เช่า (tenant mix)

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้นจากการให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้าจำนวน 2,003 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 82 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.2 โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นจากการให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้าอยู่ที่ร้อยละ 55.3 ปรับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 55.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และมีอัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยในไตรมาส 1 ของปี 2569 (Average occupancy rate) ในประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 91.0 และในประเทศมาเลเซียอยู่ที่ร้อยละ 89.7

กำไรขั้นต้นจากการขาย

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้นจากการขายจำนวน 18,381 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 298 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงเป็นร้อยละ 14.1 ของยอดขายรวม จากร้อยละ 14.5 ในไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มสัดส่วนการขายในสินค้าโภคภัณฑ์ (Commoditized Products) ซึ่งปกติมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำจากความกังวลการปรับขึ้นราคาและการขาดแคลนสินค้า ท่ามกลางภาวะความตึงเครียดในตะวันออกกลางที่ยืดเยื้อ ประกอบกับค่าใช้จ่ายระยะสั้นจากการบริหารและระบายสินค้าคงเหลือที่มีอายุคงค้างนาน (Clearance Stock) ของกลุ่มธุรกิจค้าส่ง รวมถึงการรับรู้สินค้าสูญหายจากการตรวจนับสินค้าคงเหลือของกลุ่มธุรกิจค้าปลีก

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 12.8 ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่อยู่ที่ร้อยละ 13.1 โดยมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวม 17,418 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.0 ทั้งนี้ อัตราการเติบโตของต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารยังคงต่ำกว่าการเติบโตของรายได้รวม จากการที่บริษัทฯ ควบคุมค่าใช้จ่าย

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (“EBITDA”)

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมี EBITDA จำนวน 9,110 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นร้อยละ 6.7 ของรายได้รวม โดยได้รับแรงหนุนจากกลุ่มธุรกิจค้าส่งที่มี EBITDA ขยายตัวร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (“EBIT”)

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมี EBIT จำนวน 4,841 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นร้อยละ 3.6 ของรายได้รวม โดยได้รับแรงหนุนจากกลุ่มธุรกิจค้าส่งที่มี EBIT ขยายตัวร้อยละ 6.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ (“กำไรสุทธิ”)

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิจำนวน 2,793 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นอัตราร้อยละ 2.1 ของรายได้รวม เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่อัตราร้อยละ 2.0 เป็นผลหลักมาจากการควบคุมต้นทุนการดำเนินงาน การลดลงของต้นทุนทางการเงินของบริษัทฯ และการรับรู้ผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท Renewed Hope Pte. Ltd. ภายใต้แบรนด์หลัก Lucky Frozen (“LFG”) สนับสนุนเสถียรภาพของกำไรสุทธิ รวมถึงกำไรจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า

2. ผลการดำเนินงานจำแนกตามกลุ่มธุรกิจ

2.1. ผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจค้าส่ง

กลุ่มธุรกิจค้าส่ง (หน่วย: ล้านบาท)	Q1/69	Q1/68	YoY
รายได้จากการขายสินค้า	74,045	69,926	5.9%
รายได้อื่น ๆ ⁽¹⁾	1,149	1,090	5.3%
รายได้รวม	75,194	71,016	5.9%
กำไรขั้นต้นจากการขาย	8,687	8,415	3.2%
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	11.7	12.0	(0.3)
EBITDA	3,675	3,569	2.9%
EBIT	2,525	2,382	6.0%
จำนวนศูนย์จำหน่ายสินค้า (สาขา)	178	176	2
ประเทศไทย ⁽²⁾	168	166	2
ต่างประเทศ ⁽³⁾	10	10	-

(1) ประกอบด้วยรายได้จากการให้บริการ รายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้า และรายได้อื่น

(2) ในระหว่างสิ้นไตรมาส 1 ของปี 2568 ถึงสิ้นไตรมาส 1 ของปี 2569 เปิดสาขาใหม่จำนวน 4 สาขา และปิดสาขาจำนวน 2 สาขา

(3) ในระหว่างสิ้นไตรมาส 1 ของปี 2568 ถึงสิ้นไตรมาส 1 ของปี 2569 เปิดสาขาใหม่จำนวน 1 สาขา และปิดสาขาแบบไม่มีหน้าร้านจำนวน 1 สาขา

2.1.1. ผลการดำเนินงานสำหรับงวดไตรมาสที่ 1 ของปี 2569

รายได้

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีรายได้รวมทั้งสิ้น 75,194 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 4,178 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายได้จากการขายสินค้าจำนวน 74,045 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 4,119 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน การเติบโตดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนหลักจากธุรกิจแม็คโครประเทศไทยและธุรกิจฟู๊ดเซอร์วิส โดยเป็นผลจากการเปิดดำเนินการสาขาใหม่ของธุรกิจแม็คโครทั้งในประเทศและต่างประเทศในทำเลศักยภาพ ควบคู่กับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของยอดขายผ่าน Omni Channel รวมถึงการขยายตัวของยอดขายกลุ่มสินค้าอาหารสด กลุ่มสินค้าอาหารแห้ง และกลุ่มสินค้า Private label

ภายใต้ปัจจัยแวดล้อมที่ท้าทาย ทั้งสภาวะเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ดำเนินกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (“Same Store Sales Growth: SSSG”) ของกลุ่มธุรกิจค้าส่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

ทั้งนี้ การเข้าซื้อกิจการของ LFG ซึ่งแล้วเสร็จในช่วงปลายเดือนสิงหาคม 2568 ส่งผลให้บริษัทฯ รับรู้รายได้จากการขายสินค้าเพิ่มเติม และช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้ธุรกิจฟู๊ดเซอร์วิสเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การขยายธุรกิจในภูมิภาคอาเซียน

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีรายได้จากการให้บริการจำนวน 642 ล้านบาท และรายได้อื่นจำนวน 341 ล้านบาท รวมจำนวน 983 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า

หนึ่ง ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีพื้นที่จำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น 973,257 ตารางเมตร ประกอบด้วยพื้นที่จำหน่ายสินค้าในประเทศไทยอยู่ที่ 926,263 ตารางเมตร และต่างประเทศอยู่ที่ 46,994 ตารางเมตร

การให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้า

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีรายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้าจำนวน 166 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจากการขยายพื้นที่เช่า ทั้งจากการเปิดสาขาใหม่และการเพิ่มพื้นที่เช่าจากสาขาเดิม

กำไรขั้นต้นจากการขาย

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีกำไรขั้นต้นจากการขายจำนวน 8,687 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 272 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 11.7 ลดลงจากร้อยละ 12.0 ในไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการบริหารและระบายสินค้าคงเหลือที่มีอายุคงค้างนาน ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของยอดขายในสินค้าโภคภัณฑ์ (Commoditized Products) ซึ่งปกติมีอัตรากำไรขั้นต้นไม่สูง ตามความต้องการซื้อสินค้าล่วงหน้าในช่วงกลางเดือนมีนาคม จากความกังวลเกี่ยวกับการปรับขึ้นราคาและการขาดแคลนสินค้า ท่ามกลางภาวะความตึงเครียดในตะวันออกกลางที่ยืดเยื้อ

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมที่ร้อยละ 9.7 ลดลงจากร้อยละ 9.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมทั้งสิ้น 7,258 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 198 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- ต้นทุนในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจำนวน 321 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของยอดขาย Omni Channel ทั้งนี้ ส่วนของต้นทุนในการจัดจำหน่ายเทียบกับรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 7.6
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลงจำนวน 123 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการควบคุมค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารเทียบกับรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 2.0

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (“EBITDA”)

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมี EBITDA จำนวน 3,675 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยคิดเป็นอัตราร้อยละ 4.9 ของรายได้รวม โดยได้รับแรงหนุนจากการเติบโตของธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส ควบคู่กับการรับรู้ผลการดำเนินงานของ LFG

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (“EBIT”)

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมี EBIT จำนวน 2,525 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยคิดเป็นอัตราร้อยละ 3.4 ของรายได้รวม โดยหลักมาจากการเติบโตของรายได้รวมและกำไรขั้นต้น รวมถึงการควบคุมค่าใช้จ่าย

2.2. ผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจค้าปลีก

กลุ่มธุรกิจค้าปลีก (หน่วย: ล้านบาท)	Q1/69	Q1/68	YoY
รายได้จากการขายสินค้า	56,688	54,823	3.4%
รายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้า	3,456	3,338	3.5%
รายได้รวม	60,856	58,934	3.3%
กำไรขั้นต้นจากการขาย	9,694	9,668	0.3%
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	17.1	17.6	(0.5)
EBITDA	5,435	5,479	(0.8%)
EBIT	2,316	2,368	(2.2%)
จำนวนศูนย์จำหน่ายสินค้า ⁽¹⁾ (สาขา)	2,669	2,560	109
Lotus's Thailand	2,599	2,490	109
Lotus's Malaysia	70	70	-

(1) ในระหว่างสิ้นไตรมาส 1 ของปี 2568 ถึงสิ้นไตรมาส 1 ของปี 2569 เปิดสาขาใหม่จำนวน 223 สาขา และปิดสาขาจำนวน 114 สาขา

2.2.1. ผลการดำเนินงานสำหรับงวดไตรมาสที่ 1 ของปี 2569

รายได้

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมีรายได้รวมทั้งสิ้น 60,856 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,922 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้จากการขายสินค้าจำนวน 56,688 ล้านบาท เติบโต 1,865 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นผลหลักจากธุรกิจในประเทศมาเลเซีย ซึ่งขับเคลื่อนโดยมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ที่ช่วยสนับสนุนการใช้ภายในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น ประกอบกับในไตรมาสนี้มีการเลื่อนช่วงเวลาของเทศกาล (Timing effect) ในขณะที่ยอดขายในประเทศไทยปรับตัวขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจากฐานที่สูงของมาตรการ

ข้อปดมีคีนในป้กอน ทั้นี้ ในชวงกลางเดือนมีนาคม บรชัษัฯ เร่มเห่นการป้บดัวของยอดขายที่สู่งขึ้จากความ ก้งวลในการป้บขึ้ราคาและการขาดแคลนลนค้า จากภาวะความต้งเครียดในตะวันออกกลางที่ยึดเยื้อ

ทั้นี้ SSSG ในไตรมาส 1 ของปี 2569 ของกลุ่มธุรกิจค้ापลล็กทรงดัวใกล้เคียงกับไตรมาสเดือวันกนของปีกอน

อนึ่ ณ วันที 31 มีนาคม 2569 กลุ่มธุรกิจค้ापลล็กมีพื้นที่จ้าหน้ายลนค้ารวมทั้ลน 1,889,957 ตารางเมตร ประกอบดัวพื้นที่จ้าหน้ายลนค้าในประเทศไทยอยู่ที 1,588,728 ตารางเมตร และประเทศมาเลเซียอยู่ที 301,229 ตารางเมตร

การให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้า

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้ापลล็กมีรายได้จากการให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้าจ้านวน 3,456 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 118 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.5 เมือเทียบกับไตรมาสเดือวันกนของปีกอน โดยหลักมาจากการ ขยายพื้นที่เช่า ทั้จากการเปิดสาขาใหม่และการเพิ่มพื้นที่เช่าจากสาขาเดิม รวมถึงผลตอบแทนจากการใช้พื้นที่ที่ ป้บดัวดีขึ้ ทั้นี้ อัตราการเดิบโตของรายได้ด้งกล่าวสูงกว่อัตราการเดิบโตของพื้นที่เช่า

กำไรขั้นต้นจากการขาย

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้ापลล็กมีกำไรขั้นต้นจ้านวน 9,694 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 เมือเทียบกับ ไตรมาสเดือวันกนของปีกอน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ทีร้อยละ 17.1 ลดลงจากร้อยละ 17.6 เมือเทียบกับ ไตรมาสเดือวันกนของปีกอน ทั้นี้ อัตรากำไรขั้นต้นป้บดัวดีขึ้จากระดับที่เดือรับผลกระทบในไตรมาส 4 ของปี 2568 แต่อัตรากำไรขั้นต้นย้งคงเดือรับแรงกดดันเมือเทียบกับไตรมาสเดือวันกนของปีกอน จากการเพิ่มขึ้นของ ยอดขายในกลุ่มลนค้าโภคภณทั้ทั้งในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย จากความก้งวลในการป้บขึ้ราคาและ การขาดแคลนลนค้า ท่ามกลางภาวะความต้งเครียดในตะวันออกกลางที่ยึดเยื้อ รวมถึงการรับรู้ลนค้าสูญหาย จากการตรวจนับลนค้าคงเหลือ ซึ่งเป้นผลจากการเลือนการตรวจนับตามปกติในช่วงเหตุการณ้ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศในไตรมาส 4 ของปี 2568

ต้นทุนในการจัดจ้าหน้ายและค่าใช้จ้ายในการบริหาร

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้ापลล็กมีสัดส่วนต้นทุนในการจัดจ้าหน้ายและค่าใช้จ้ายในการบริหารต่อ รายได้รวมเท่ากับร้อยละ 16.7 ลดลงจากร้อยละ 17.0 เมือเทียบกับไตรมาสเดือวันกนของปีกอน โดยมีต้นทุนในการ จัดจ้าหน้ายและค่าใช้จ้ายในการบริหารรวมทั้ลน 10,160 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจ้านวน 147 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.5 เมือเทียบกับไตรมาสเดือวันกนของปีกอน โดยหลักมาจาก

- ต้นทุนในการจัดจ้าหน้ายเพิ่มขึ้นจ้านวน 383 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.8 เมือเทียบกับไตรมาสเดือวันกนของ ปีกอน โดยหลักมาจากค่าใช้จ้ายที่เกี่ยวข้งกับการขายออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการเดิบโตของ ยอดขายออนไลน์ และค่าใช้จ้ายของสาขาใหม่ ทั้นี้ สัดส่วนของต้นทุนในการจัดจ้าหน้ายเทียบกับรายได้ รวมอยู่ทีอัตราร้อยละ 13.8

- ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลงจำนวน 236 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการควบคุมค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการบริหารเทียบกับรายได้รวมอยู่ที่อัตราร้อยละ 2.9

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (“EBITDA”)

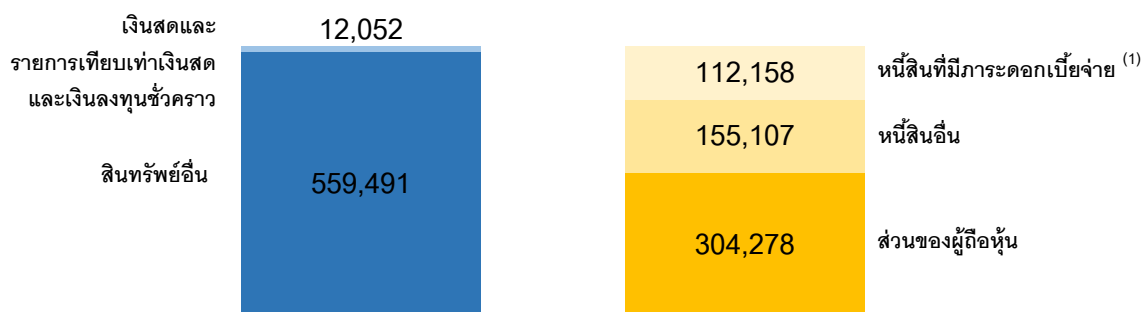
ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมี EBITDA จำนวน 5,435 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 8.9 ของรายได้รวม ลดลงร้อยละ 0.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นผลหลักมาจากการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้น โดยได้รับการชดเชยบางส่วนจากการควบคุมค่าใช้จ่าย

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (“EBIT”)

ในไตรมาส 1 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมี EBIT จำนวน 2,316 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 3.8 ของรายได้รวม ลดลงร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าเสื่อมราคาที่เกี่ยวข้องกับสาขาใหม่ที่เปิดดำเนินการในไตรมาส

3. ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 เทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568



(1) หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่าย ไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่า

สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 571,543 ล้านบาท ลดลงจำนวน 5,128 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.9 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักมาจากการลดลงของสินค้าคงเหลือจากการรองรับยอดขายในช่วงเทศกาลช่วงสิ้นปี และเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงจากการใช้เงินไปในการลงทุนก่อสร้างสาขาใหม่และปรับปรุงสาขาเดิม รวมถึงการจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาว ในขณะที่ลดสินทรัพย์เพื่อการลงทุนเพิ่มขึ้นจากการขายและปรับปรุงพื้นที่เช่าเดิม รวมถึงสินทรัพย์สิทธิการใช้เพิ่มขึ้นจากการทำสัญญาเช่าสาขาใหม่ การต่ออายุสัญญาสาขาเดิม และการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์

หนี้สินรวม

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 267,265 ล้านบาท ลดลงจำนวน 9,019 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.3 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักมาจากเจ้าหนี้การค้าลดลงเนื่องจากการจ่ายชำระหนี้ค่าสินค้าที่มียอดสูงในช่วงสิ้นปี ประกอบกับหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่าลดลง จากการจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวที่ครบกำหนด ในขณะที่หนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้นจากการทำสัญญาเช่าสาขาใหม่และต่ออายุสาขาเดิม และการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมทั้งสิ้น 304,278 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจำนวน 3,891 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.3 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และมีมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้นเท่ากับ 29.06 บาทต่อหุ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (IBD to Equity) เท่ากับ 0.37 เท่า และอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (“Net IBD to Equity”) เท่ากับ 0.33 เท่า ซึ่งบริษัทฯ ยังคงสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดสิทธิของหุ้นกู้และข้อกำหนดภาระหน้าที่ตามสัญญาเงินกู้ยืมกับสถาบันการเงินที่อัตราส่วน Net IBD to Equity ไม่เกิน 2.50 เท่า

4. แนวโน้มธุรกิจ

สำหรับปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยตั้งเป้าการเติบโตของรายได้รวมอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจในทุกมิติ ผ่านการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป การเพิ่มประสิทธิภาพจากการขาย Omni Channel การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อยกระดับประสิทธิภาพและบริหารต้นทุน ตลอดจนการทำการตลาดแบบเจาะจง และการขยายเครือข่ายสาขาในหลากหลายรูปแบบ ควบคู่กับการพัฒนาและปรับปรุงร้านค้าและศูนย์การค้าอย่างต่อเนื่องให้เป็น ‘พื้นที่ความสุขของชุมชน’ (Happy Mall) ขณะเดียวกัน บริษัทย่อยในต่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน ยังคงมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของรายได้ และเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การขยายธุรกิจในระยะยาวของบริษัทฯ ควบคู่กับการยึดมั่นในหลักการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบและมีวินัย

บริษัทฯ ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคท่ามกลางเศรษฐกิจที่ท้าทาย ซึ่งมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและเลือกสินค้าทดแทนที่มีราคาเหมาะสมมากขึ้น บริษัทฯ จึงมุ่งนำเสนอสินค้าคุณภาพดีในราคาคุ้มค่า รวมถึงสินค้าทางเลือกที่ดีต่อสุขภาพ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งเดินหน้าพัฒนาและเพิ่มสัดส่วนกลุ่มสินค้า Private label ควบคู่กับการต่อยอดอาหารพร้อมปรุงและอาหารพร้อมทาน รวมถึงการพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังขยายกลุ่มสินค้าลิขสิทธิ์ (Licensed Products) พร้อมทั้งการนำเข้าสินค้าตรง เพื่อเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้น และปรับสินค้าให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ในด้านการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ บริษัทฯ ตั้งเป้าเพิ่มสัดส่วนยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยการขายนอกร้านผ่านแอปพลิเคชันยังคงเติบโต ควบคู่กับการขยายพื้นที่ให้บริการซึ่งใช้จุดแข็งของสาขาที่มีกว่า 2,600 สาขาทั่วประเทศ ให้ทำหน้าที่เป็นจุดกระจายและจัดส่งสินค้า เพื่อเพิ่มอรรถประโยชน์ของสินทรัพย์ที่มีอยู่ และลดค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้าสู่ลูกค้า พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ร่วมมือกับพันธมิตรด้านเทคโนโลยีชั้นนำระดับโลก เพื่อพัฒนาและต่อยอดศักยภาพของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกรายบุคคล ในการดึงดูดและรักษาลูกค้าให้กลับมาใช้บริการซ้ำในทุกช่องทาง ตลอดจนเพิ่มความแม่นยำในการคาดการณ์สินค้าคงคลัง และเสริมความคล่องตัวของระบบปฏิบัติการพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และลดต้นทุนการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อนำองค์กรสู่การเป็น ‘Retail Tech’ ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและนวัตกรรม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าขยายพื้นที่เช่าและพัฒนาในรูปแบบร้านค้าใหม่เพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าในแต่ละพื้นที่ โดยมุ่งสร้างความแตกต่างด้านประสบการณ์และความคุ้มค่า ควบคู่กับการเพิ่มความถี่ในการซื้อ และการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า พร้อมกันนี้ บริษัทฯ บริหารพื้นที่ศูนย์การค้าให้เป็นศูนย์กลางชุมชนภายใต้แนวคิด ‘พื้นที่ความสุขของชุมชน’ โดยคัดเลือกสาขาในทำเลยุทธศาสตร์และพื้นที่กำลังพัฒนาที่มีศักยภาพในการเติบโต พร้อมปรับโฉมสาขาและการพัฒนาพื้นที่เช่าในรูปแบบใหม่ ผ่านการคัดสรรพันธมิตร รวมถึงสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น และดึงดูดผู้เช่าที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ในปัจจุบัน นอกจากนี้ การเพิ่มพื้นที่สำหรับกิจกรรมเชิงประสบการณ์ รวมถึงแบรนด์สินค้าที่มีความโดดเด่นในกลุ่มสุขภาพ ความงาม

เทคโนโลยี และแพชชั่น กลยุทธ์เหล่านี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่และรายได้จากค่าเช่า พร้อมทั้งเสริมความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ และเพิ่มมูลค่าสินทรัพย์อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ บริษัทฯ ติดตามความเสี่ยงและปัจจัยภายนอกอย่างใกล้ชิด อาทิ ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก นโยบายกีดกันทางการค้า ความขัดแย้งเชิงภูมิรัฐศาสตร์ โดยเฉพาะในตะวันออกกลางซึ่งส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน อัตราเงินเฟ้อที่มีแนวโน้มเร่งตัวขึ้นตามต้นทุนการผลิตและค่าขนส่ง รวมถึงปัจจัยภายในประเทศ เช่น การชะลอตัวของภาคการท่องเที่ยว ระดับหนี้ครัวเรือน และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เปราะบาง โดยบริษัทฯ ดำเนินการทบทวนและปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะศักยภาพในการควบคุมค่าใช้จ่าย เพื่อรองรับความไม่แน่นอนและรักษาความสามารถในการเติบโตในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นขับเคลื่อนธุรกิจสู่องค์กรที่มีความยั่งยืนระดับโลก ยึดหลักการสร้างคุณค่าทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม ควบคู่ไปกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ESG) โดยตั้งเป้าหมายตามประเด็นสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก (UNSDGs) ดังนั้น ด้วยการใช้ศักยภาพของบริษัทฯ และการนำหลักการเหล่านี้ไปปฏิบัติในทุกกระบวนการดำเนินงาน พร้อมทั้งติดตามและปรับปรุงนโยบายด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และลดผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาว อีกทั้งบริหารจัดการความเสี่ยงให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเชื่อมั่นว่า บริษัทฯ และบริษัทย่อยจะสามารถสร้างรายได้และผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน)

(นายสมพงษ์ รุ่งนิรัติศัย)

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

โทรศัพท์ 02 067 8999 ต่อ 8285, 9341 และ 9346 อีเมลล์ ir@cpaxtra.co.th