

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวดไตรมาสที่ 2 ของปี 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ซีพี อัครเทรด จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย สำหรับงวดสามเดือนและหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 ซึ่งได้รับการสอบทานโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของบริษัทฯ แล้ว ดังนี้

1. ภาพรวมผลการดำเนินงานรวม

ข้อมูลทางการเงินรวม (หน่วย: ล้านบาท)	Q2/69	Q2/68	YoY	1H/69	1H/68	YoY
รายได้จากการขายสินค้า	126,494	123,892	2.1%	257,227	248,641	3.5%
กลุ่มธุรกิจค้าส่ง ⁽¹⁾	71,150	68,761	3.5%	145,195	138,687	4.7%
กลุ่มธุรกิจค้าปลีก ⁽²⁾	55,344	55,131	0.4%	112,032	109,954	1.9%
รายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้า	3,736	3,598	3.8%	7,358	7,086	3.8%
รายได้รวม	132,284	129,080	2.5%	268,334	259,030	3.6%
กำไรขั้นต้นจากการขาย	17,801	17,686	0.6%	36,182	35,769	1.2%
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	14.1	14.3	(0.2)	14.1	14.4	(0.3)
EBITDA ⁽³⁾	8,213	8,689	(5.5%)	17,323	17,737	(2.3%)
EBIT ⁽⁴⁾	3,784	4,404	(14.1%)	8,625	9,154	(5.8%)
ต้นทุนทางการเงิน	1,323	1,422	(6.9%)	2,613	2,826	(7.5%)
กำไรสุทธิของบริษัทใหญ่	1,874	2,286	(18.0%)	4,668	4,929	(5.3%)
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	0.18	0.22	(18.0%)	0.45	0.47	(5.3%)

(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 2 ของปี 2569

รายได้

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้รวมทั้งสิ้น 132,284 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 3,204 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายได้จากการขายสินค้าจำนวน 126,494 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 2,602 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นผลจากการเติบโตของรายได้จากการขายของกลุ่มธุรกิจค้าส่งร้อยละ 3.5 โดยหลักมาจากสาขาใหม่และยอดขายนอกร้านพร้อมการส่งสินค้าถึงลูกค้า (“Omni Channel”) ซึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนจากยอดขายสินค้า

อาหารแห้งที่เติบโต จากการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีกรายย่อยในช่วงโครงการไทยช่วยไทยพลัส รวมถึงการรับรู้รายได้จากกลุ่มบริษัท Renewed Hope Pte. Ltd. ภายใต้แบรนด์หลัก Lucky Frozen (“LFG”) ในขณะที่รายได้จากการขายของกลุ่มธุรกิจค้าปลีกเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 โดยหลักจากประเทศมาเลเซียในการดำเนินกลยุทธ์ปรับกลุ่มสินค้าอย่างต่อเนื่องและปรับราคาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

ทั้งนี้ สัดส่วนยอดขาย Omni Channel ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยคิดเป็นร้อยละ 23.9 ของรายได้จากการขายสินค้าในไตรมาส 2 ปี 2569 โดยได้รับแรงหนุนหลักจากยอดขายออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม Makro PRO และ Lotus's Smart App ที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งที่ร้อยละ 30.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สะท้อนประสิทธิผลของกลยุทธ์การขายสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนยอดขายโดยรวม แม้ภาวะกำลังซื้อของผู้บริโภคยังคงเปราะบาง

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการให้บริการและรายได้อื่นรวมจำนวน 2,054 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจากการรับรู้รายได้ผ่านการสร้างมูลค่าจากข้อมูล (Data Monetization) และรายได้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เพิ่มขึ้น

การให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้า

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้าจำนวน 3,736 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน มีปัจจัยหลักมาจากการขยายพื้นที่เช่าจากการเปิดสาขาใหม่และขยายพื้นที่เช่าเพิ่มเติมในสาขาเดิม อีกทั้ง อัตราการเติบโตของรายได้ดังกล่าวสูงกว่าอัตราการเติบโตของพื้นที่เช่า

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้นจากการให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้าจำนวน 1,999 ล้านบาท ลดลงจำนวน 8 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นจากการให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้าอยู่ที่ร้อยละ 53.5 จากร้อยละ 55.8 ในช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นผลหลักจากค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงและจัดสรรพื้นที่เช่าใหม่เพื่อรองรับการพัฒนาพื้นที่เช่า ภายใต้แนวคิด Happy & Healthy Mall ทั้งนี้ อัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยในไตรมาส 2 ของปี 2569 (Average occupancy rate) ในประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 91.3 และในประเทศมาเลเซียอยู่ที่ร้อยละ 88.0

กำไรขั้นต้นจากการขาย

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้นจากการขายจำนวน 17,801 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 115 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงเป็นร้อยละ 14.1 ของยอดขายรวม จากร้อยละ 14.3 ในช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากรายได้จากกลุ่มสินค้าอาหารแห้งที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ประกอบกับการบริหารราคาขายให้สอดคล้องกับภาวะกำลังซื้อที่ยังเปราะบาง

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 13.8 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.2 ในช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวม 18,253 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยหลักเกิดจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดสาขาใหม่ กิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นยอดขาย และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Omni Channel ได้แก่ ต้นทุนพลังงาน ค่าใช้จ่ายที่ผันแปรตามการเติบโตของยอดขาย ตลอดจนค่าใช้จ่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำ last-mile รองรับบริการเติบโตระยะยาวของธุรกิจออนไลน์ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนการลดผลกระทบจากต้นทุนพลังงาน โดยทยอยเพิ่มสัดส่วนการใช้รถยนต์ไฟฟ้า (EV Fleet) ในการขนส่งสินค้าถึงลูกค้า

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (“EBITDA”)

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมี EBITDA จำนวน 8,213 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายต่อรายได้รวม (“EBITDA margin”) ที่ร้อยละ 6.2

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (“EBIT”)

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมี EBIT จำนวน 3,784 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 14.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ต่อรายได้รวม (“EBIT margin”) ที่ร้อยละ 2.9

กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ (“กำไรสุทธิ”)

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิจำนวน 1,874 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และมีอัตรากำไรสุทธิต่อรายได้รวม (“net profit margin”) ที่ร้อยละ 1.4 เป็นผลหลักมาจากต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ต้นทุนทางการเงินปรับลดลงร้อยละ 6.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากการบริหารโครงสร้างเงินทุนและต้นทุนทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2. ผลการดำเนินงานรวมสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569

สำหรับผลการดำเนินงานงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้รวมทั้งสิ้น 268,334 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9,304 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายได้จากการขายสินค้าเท่ากับ 257,227 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8,586 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สนับสนุนจากการเติบโตของรายได้จากการขายของกลุ่มธุรกิจค้าส่งและกลุ่มธุรกิจค้าปลีกที่ร้อยละ 4.7 และร้อยละ 1.9 ตามลำดับ ทั้งนี้ สัดส่วนยอดขาย Omni Channel ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยคิดเป็นร้อยละ 22.9 ของรายได้จากการขายสินค้า สะท้อนประสิทธิภาพของกลยุทธ์การขยายสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนยอดขายโดยรวม แม้ภาวะกำลังซื้อของผู้บริโภคยังคงเปราะบาง

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการให้บริการและรายได้อื่นรวมจำนวน 3,749 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 446 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลหลักจากการรับรู้รายได้ผ่านการสร้างมูลค่าจากข้อมูล (Data Monetization) การเพิ่มขึ้นของกำไรจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า และการเพิ่มขึ้นของรายได้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่งเสริมการขาย

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้าจำนวน 7,358 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยอัตราการเติบโตของรายได้ดังกล่าวสูงกว่าอัตราการเติบโตของพื้นที่เช่า กำไรขั้นต้นจากการให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้าจำนวน 4,002 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 74 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 54.4 ลดลงจากร้อยละ 55.4 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลหลักจากค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงและจัดสรรพื้นที่เช่าใหม่เพื่อรองรับการพัฒนาพื้นที่เช่าภายใต้แนวคิด Happy & Healthy Mall

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิจำนวน 4,668 ล้านบาท ลดลงจำนวน 261 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจากการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ต้นทุนทางการเงินปรับลดลงร้อยละ 7.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากการบริหารโครงสร้างเงินกู้และต้นทุนทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลการดำเนินงานจำแนกตามกลุ่มธุรกิจ

2.1. ผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจค้าส่ง

กลุ่มธุรกิจค้าส่ง (หน่วย: ล้านบาท)	Q2/69	Q2/68	YoY	1H/69	1H/68	YoY
รายได้จากการขายสินค้า	71,150	68,761	3.5%	145,195	138,687	4.7%
รายได้อื่น ๆ ⁽¹⁾	1,363	1,120	21.7%	2,512	2,210	13.6%
รายได้รวม	72,513	69,881	3.8%	147,707	140,897	4.8%
กำไรขั้นต้นจากการขาย	7,997	7,884	1.4%	16,684	16,299	2.4%
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	11.2	11.5	(0.3)	11.5	11.8	(0.3)
EBITDA	2,789	2,875	(3.0%)	6,464	6,444	0.3%
EBIT	1,606	1,742	(7.8%)	4,131	4,124	0.2%
จำนวนศูนย์จำหน่ายสินค้า (สาขา)	177	179	(2)	177	179	(2)
ประเทศไทย ⁽²⁾	167	169	(2)	167	169	(2)
ต่างประเทศ ⁽³⁾	10	10	-	10	10	-

(1) ประกอบด้วยรายได้จากการให้บริการ รายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้า และรายได้อื่น

(2) ในระหว่างสิ้นไตรมาส 2 ของปี 2568 ถึงสิ้นไตรมาส 2 ของปี 2569 เปิดสาขาใหม่จำนวน 1 สาขา และปิดสาขาจำนวน 3 สาขา

(3) ในระหว่างสิ้นไตรมาส 2 ของปี 2568 ถึงสิ้นไตรมาส 2 ของปี 2569 เปิดสาขาใหม่จำนวน 1 สาขา และปิดสาขาแบบไม่มีหน้าร้านจำนวน 1 สาขา

2.1.1. ผลการดำเนินงานสำหรับงวดไตรมาสที่ 2 ของปี 2569

รายได้

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีรายได้รวมทั้งสิ้น 72,513 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 2,632 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายได้จากการขายสินค้าจำนวน 71,150 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 2,389 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน การเติบโตดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนหลักจากธุรกิจแม่ค้าโครประเทศไทย โดยยอดขายสินค้าอาหารแห้งเติบโตจากการบริหารสินค้าและกิจกรรมทางการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีกรายย่อยในช่วงโครงการไทยช่วยไทยพลัส ประกอบกับการเปิดสาขาใหม่ในทำเลศักยภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนยอดขาย Omni Channel ที่เติบโต นอกจากนี้ธุรกิจฟู้ดเซอร์วิสยังได้รับแรงหนุนจากการรับรู้รายได้ของ LFG ภายหลังการเข้าซื้อกิจการแล้วเสร็จในช่วงปลายเดือนสิงหาคม 2568

สำหรับยอดขายสาขาเดิม (“SSS”) ธุรกิจค้าส่งในประเทศไทยยังคงเติบโตได้จากการเร่งสะสมสินค้าของกลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีกรายย่อย (Food Retailers) ในช่วงครึ่งหลังของไตรมาสภายใต้โครงการไทยช่วยไทยพลัส อย่างไรก็ตาม ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ยังคงส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจในประเทศ ส่งผลให้ SSS ของกลุ่มธุรกิจค้าส่งโดยรวมลดลงร้อยละ 0.9

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีรายได้จากการให้บริการจำนวน 660 ล้านบาท และรายได้อื่นจำนวน 537 ล้านบาท รวมจำนวน 1,197 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 239 ล้านบาท หรือร้อยละ 24.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจากการรับรู้รายได้ผ่านการสร้างมูลค่าจากข้อมูล (Data Monetization)

จนถึง วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีพื้นที่จำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น 973,108 ตารางเมตร ประกอบด้วยพื้นที่จำหน่ายสินค้าในประเทศไทยอยู่ที่ 926,114 ตารางเมตร และต่างประเทศอยู่ที่ 46,994 ตารางเมตร

การให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้า

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีรายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้าจำนวน 166 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

กำไรขั้นต้นจากการขาย

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีกำไรขั้นต้นจากการขายจำนวน 7,997 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 113 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 11.2 ลดลงจากร้อยละ 11.5 ในช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักจากสัดส่วนรายได้จากกลุ่มสินค้าอาหารแห้งที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ประกอบกับการบริหารราคาขายให้สอดคล้องกับภาวะกำลังซื้อที่ยังเปราะบาง

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีสัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมที่ร้อยละ 10.6 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10.3 ในช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมทั้งสิ้น 7,697 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 492 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- ต้นทุนในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจำนวน 343 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Omni Channel ได้แก่ ต้นทุนพลังงาน ค่าใช้จ่ายที่ผันแปรตามการเติบโตของยอดขาย ตลอดจนค่าใช้จ่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำ last-mile รองรับการเติบโตระยะยาวของธุรกิจออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายกิจกรรมทางการตลาดอยู่ในระดับที่เหมาะสมภายใต้ภาวะกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังเปราะบาง ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแผนลดผลกระทบจากต้นทุนพลังงาน โดยทยอยเพิ่มสัดส่วนการใช้รถยนต์ไฟฟ้า (EV Fleet) ในการขนส่งสินค้าถึงลูกค้า ทั้งนี้ สัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายเทียบกับรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 8.2
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจำนวน 149 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการรับรู้ค่าใช้จ่ายของ LFG ภายหลังการเข้าซื้อกิจการแล้วเสร็จในช่วงปลายเดือนสิงหาคม 2568 ทั้งนี้ สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารเทียบกับรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 2.4 อย่างไรก็ตาม หากไม่รวมการรับรู้ค่าใช้จ่ายของ LFG สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารเทียบกับรายได้รวมจะลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (“EBITDA”)

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมี EBITDA จำนวน 2,789 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และมี EBITDA margin ที่ร้อยละ 3.8 โดยมีสาเหตุหลักจากต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้น

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (“EBIT”)

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมี EBIT จำนวน 1,606 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และมี EBIT margin ที่ร้อยละ 2.2 โดยมีสาเหตุหลักจากต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้น

2.1.2. ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569

สำหรับผลการดำเนินงานงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีรายได้รวมทั้งสิ้น 147,707 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6,810 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายได้จากการขายสินค้ารวม 145,195 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6,508 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากการเติบโตของธุรกิจแม่ค้าในประเทศไทยและธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส

กลุ่มธุรกิจค้าส่งมีรายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนตามพื้นที่เช่าที่เพิ่มขึ้น

กลุ่มธุรกิจค้าส่งมี EBIT จำนวน 4,131 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยหลักเกิดจากการขยายตัวของรายได้จากการขายสินค้า การเติบโตของกำไรขั้นต้น และรายได้อื่น

2.2. ผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจค้าปลีก

กลุ่มธุรกิจค้าปลีก (หน่วย: ล้านบาท)	Q2/69	Q2/68	YoY	1H/69	1H/68	YoY
รายได้จากการขายสินค้า	55,344	55,131	0.4%	112,032	109,954	1.9%
รายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการ						
ศูนย์การค้า	3,570	3,436	3.9%	7,026	6,774	3.7%
รายได้รวม	59,771	59,199	1.0%	120,627	118,133	2.1%
กำไรขั้นต้นจากการขาย	9,804	9,802	0.02%	19,498	19,470	0.1%
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	17.7	17.8	(0.1)	17.4	17.7	(0.3)
EBITDA	5,424	5,814	(6.7%)	10,859	11,293	(3.8%)
EBIT	2,178	2,662	(18.2%)	4,494	5,030	(10.7%)
จำนวนศูนย์จำหน่ายสินค้า ⁽¹⁾ (สาขา)	2,650	2,570	80	2,650	2,570	80
Lotus's Thailand	2,579	2,500	79	2,579	2,500	79
Lotus's Malaysia	71	70	1	71	70	1

(1) ในระหว่างสิ้นไตรมาส 2 ของปี 2568 ถึงสิ้นไตรมาส 2 ของปี 2569 เปิดสาขาใหม่จำนวน 209 สาขา และปิดสาขาจำนวน 129 สาขา

2.2.1. ผลการดำเนินงานสำหรับงวดไตรมาสที่ 2 ของปี 2569

รายได้

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมีรายได้รวมทั้งสิ้น 59,771 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 572 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้จากการขายสินค้าจำนวน 55,344 ล้านบาท เติบโต 213 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุสำคัญจากการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในประเทศมาเลเซีย ซึ่งได้รับแรงหนุนจากการปรับกลุ่มสินค้าและราคาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ขณะที่ยอดขายในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากสาขาใหม่และการปรับโฉมร้านค้า แต่ได้รับผลกระทบเชิงลบจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคภายใต้โครงการไทยช่วยไทยพลัส โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเดือนสุดท้ายของไตรมาส

ทั้งนี้ SSS ในไตรมาส 2 ของปี 2569 ของกลุ่มธุรกิจค้าปลีกลดลงร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งได้รับผลโดยตรงจากโครงการไทยช่วยไทยพลัส

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมีรายได้จากการให้บริการจำนวน 394 ล้านบาท และรายได้อื่นจำนวน 463 ล้านบาท รวมจำนวน 857 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 225 ล้านบาท หรือร้อยละ 35.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่งเสริมการขาย

จนถึง วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมีพื้นที่จำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น 1,892,241 ตารางเมตร ประกอบด้วยพื้นที่จำหน่ายสินค้าในประเทศไทยอยู่ที่ 1,589,185 ตารางเมตร และประเทศมาเลเซียอยู่ที่ 303,056 ตารางเมตร

การให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้า

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมีรายได้จากการให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้าจำนวน 3,570 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 134 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจากการขยายพื้นที่เช่าจากการเปิดสาขาใหม่และการเพิ่มพื้นที่เช่าจากสาขาเดิม ทั้งนี้ อัตราการเติบโตของรายได้ดังกล่าวสูงกว่าอัตราการเติบโตของพื้นที่เช่า

กำไรขั้นต้นจากการขาย

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมีกำไรขั้นต้นจำนวน 9,804 ล้านบาท ทรงตัวเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 17.7 ลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 17.8 ในช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.1 ในไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลจากมาตรการการควบคุมสินค้าสูญเสีย การลงทุนด้านราคาที่เหมาะสม ชดเชยแรงกดดันที่มีจากต้นทุนค่าขนส่งที่สูงขึ้น และการแข่งขันกับนโยบายภาครัฐที่ไม่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจค้าปลีก

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมีสัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 17.7 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16.6 ในช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมทั้งสิ้น 10,556 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 738 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจาก

- ต้นทุนในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจำนวน 488 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Omni Channel ได้แก่ ต้นทุนพลังงาน และค่าใช้จ่ายที่ผันแปรตามการเติบโตของยอดขาย รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดสาขาใหม่ ซึ่งมีการเร่งเปิดสาขาเร็วขึ้นในปี นี้ ทั้งนี้ สัดส่วนของต้นทุนในการจัดจำหน่ายเทียบกับรายได้รวมอยู่ที่อัตราร้อยละ 14.8
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจำนวน 250 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจากค่าใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เติบโตสอดคล้องกับการใช้งานที่มากขึ้น และค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ Happitat ก่อนการเปิดดำเนินการ ทั้งนี้ สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการบริหารเทียบกับรายได้รวมอยู่ที่อัตราร้อยละ 2.9

บริษัทฯ มีแผนเปิดให้บริการโครงการ Happitat ในวันที่ 21 สิงหาคม 2569 และเชื่อมั่นว่าผลประโยชน์ของโครงการ Happitat ในปี 2569 จะเป็นไปตามกรอบที่วางไว้

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (“EBITDA”)

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมี EBITDA จำนวน 5,424 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และมี EBITDA margin ที่ร้อยละ 9.1 ซึ่งเป็นผลหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (“EBIT”)

ในไตรมาส 2 ของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมี EBIT จำนวน 2,178 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และมี EBIT margin ที่ร้อยละ 3.6 โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของ EBITDA และการรับรู้ค่าเสื่อมราคาของสาขาใหม่ และโครงการ Happitat

2.2.2. ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569

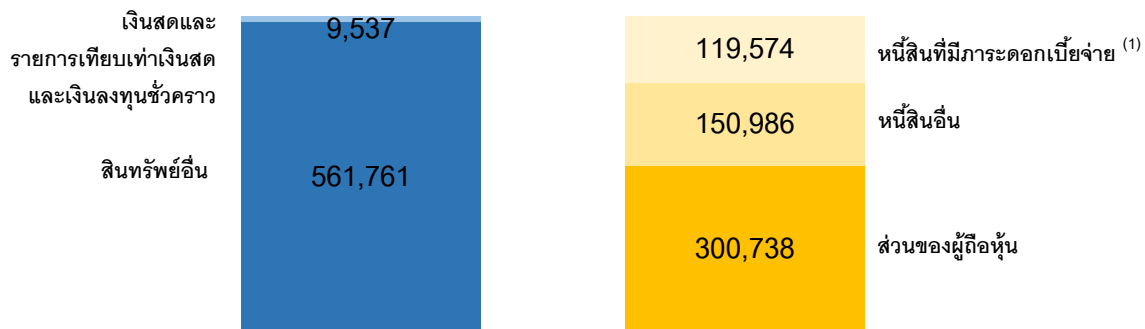
สำหรับผลการดำเนินงานงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมีรายได้รวมทั้งสิ้น 120,627 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,494 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายได้จากการขายสินค้ารวม 112,032 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,078 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุสำคัญจากการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในประเทศมาเลเซีย ซึ่งได้รับแรงหนุนจากการปรับกลุ่มสินค้าและราคาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ในขณะที่ยอดขายในประเทศไทยลดลงเล็กน้อยจากฐานที่สูงของมาตรการช้อปปิ้งดีคืนในปีก่อน และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคภายใต้โครงการไทยช่วยไทยพลัสในไตรมาส 2 ปี 2569 ทั้งนี้ ยอดขาย Omni Channel ที่เติบโตอย่างต่อเนื่องช่วยชดเชยผลกระทบได้บางส่วน

กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมีรายได้ค่าเช่าและรายได้จากการให้บริการศูนย์การค้าจำนวน 7,026 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลหลักจากการขยายพื้นที่เช่าจากการเปิดสาขาใหม่และการเพิ่มพื้นที่เช่าจากสาขาเดิม ทั้งนี้ อัตราการเติบโตของรายได้ดังกล่าวสูงกว่าอัตราการเติบโตของพื้นที่เช่า อย่างไรก็ตาม อัตราการขึ้นต้นจากการให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้าอยู่ที่ร้อยละ 53.8 ลดลงจากร้อยละ 55.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลหลักจากค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงและจัดสรรพื้นที่เช่าใหม่เพื่อรองรับการพัฒนาพื้นที่เช่าภายใต้แนวคิด Happy & Healthy Mall

กลุ่มธุรกิจค้าปลีกมี EBIT จำนวน 4,494 ล้านบาท ลดลง 536 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร และต้นทุนจากการให้เช่าและการให้บริการศูนย์การค้า รวมถึงการรับรู้ค่าใช้จ่ายของโครงการ Happitat ก่อนเปิดดำเนินการ

3. ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ฐานะการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 เทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568



(1) หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่าย ไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่า

สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 571,298 ล้านบาท ลดลงจำนวน 5,373 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.9 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักมาจากการลดลงของสินค้าคงเหลือจากการรองรับยอดขายในช่วงเทศกาลสิ้นปี และเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงจากการใช้เงินไปในการลงทุนก่อสร้างสาขาใหม่และปรับปรุงสาขาเดิม รวมถึงการจ่ายเงินปันผล ในขณะที่ต้องหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนเพิ่มขึ้นจากการขยายและปรับปรุงพื้นที่เช่าเดิม รวมถึงสินทรัพย์สิทธิการใช้เพิ่มขึ้นจากการทำสัญญาเช่าสาขาใหม่ การต่ออายุสัญญาสาขาเดิม และการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์

หนี้สินรวม

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 270,560 ล้านบาท ลดลงจำนวน 5,724 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.1 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักมาจากเจ้าหนี้การค้าลดลงเนื่องจากการจ่ายชำระหนี้ค่าสินค้าที่มียอดสูงในช่วงสิ้นปี ในขณะที่หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้นจากการกู้ยืมเงินระยะสั้น ทั้งนี้ หนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้นจากการทำสัญญาเช่าสาขาใหม่ ต่ออายุสาขาเดิม และการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมทั้งสิ้น 300,738 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจำนวน 351 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.1 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และมีมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้นเท่ากับ 28.72 บาทต่อหุ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (IBD to Equity) เท่ากับ 0.40 เท่า และอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ("Net IBD to Equity") เท่ากับ 0.37 เท่า ซึ่งบริษัทฯ ยังคงสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดสิทธิของหุ้นกู้และข้อกำหนดภาระหน้าที่ตามสัญญาเงินกู้ยืมกับสถาบันการเงินที่อัตราส่วน Net IBD to Equity ไม่เกิน 2.50 เท่า

4. แนวโน้มธุรกิจ

เศรษฐกิจไทยปี 2569 คาดว่าจะขยายตัวประมาณร้อยละ 2.3 ¹⁾ โดยได้แรงสนับสนุนจากการฟื้นตัวของภาคการส่งออก การลงทุนในเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ รวมถึงการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวยังคงไม่ทั่วถึง โดยครัวเรือนรายได้ต่ำถึงปานกลางและผู้ประกอบการ SMEs ยังเผชิญข้อจำกัดด้านรายได้และภาระหนี้ นอกจากนี้ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยทั้งปีคาดว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 2.8 ¹⁾ โดยในช่วงครึ่งปีหลังอาจเร่งตัวชั่วคราวจากการส่งผ่านต้นทุนที่สูงขึ้น ทำให้กำลังซื้อถูกกดดัน ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญกับความคุ้มค่ามากขึ้น นอกจากนี้ โครงการไทยช่วยไทยพลัสซึ่งดำเนินการเป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนกันยายน ปี 2569 เป็นอีกหนึ่งความท้าทายต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยที่ไม่สามารถเข้าร่วมโครงการได้

ภายใต้ความท้าทายดังกล่าว บริษัทฯ และบริษัทย่อยมุ่งรักษาการเติบโตของรายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับครึ่งหลังของปี 2569 โดยนำเสนอสินค้าคุณภาพในราคาคุ้มค่า เพิ่มสัดส่วนสินค้า Private Label สินค้านำเข้าตรง อาหารพร้อมปรุงและอาหารพร้อมทาน พร้อมบริหารสินค้า ราคา และโปรโมชั่นให้ตอบสนองต่อความต้องการและกำลังซื้อของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ขณะเดียวกัน บริษัทฯ สร้างความแตกต่างของสินค้าผ่านการร่วมมือกับแบรนด์ต่างๆ (Brand Collaboration) เชฟที่มีชื่อเสียง (Chef Collaboration) และกลุ่มสินค้าลิขสิทธิ์ (IP Collaboration) เพื่อพัฒนาสินค้าและแคมเปญที่มีความเฉพาะตัว กระตุ้นการซื้อที่ขับเคลื่อนด้วยอารมณ์และประสบการณ์ (Emotional Buy) และสร้างกระแสในรูปแบบที่สนุก ทันสมัย และมีโอกาสได้รับความนิยมในวงกว้าง

เพื่อมุ่งสู่การเป็น 'Retail Tech' ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและนวัตกรรม บริษัทฯ มุ่งประยุกต์ใช้ข้อมูล เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์ในทุกขั้นตอนการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อวิเคราะห์และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ นำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นที่เหมาะสม เพิ่มความพร้อมจำหน่ายของสินค้า และเชื่อมโยงประสบการณ์การซื้อผ่านทุกช่องทาง ปัจจุบัน Makro PRO ได้รับการจัดอันดับให้เป็นแพลตฟอร์ม Grocery E-Commerce อันดับ 1 ของประเทศไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ขณะที่ Lotus's Smart App มีจุดเด่นด้านบริการจัดส่งสินค้าภายใน 1 ชั่วโมง สะท้อนความเป็นผู้นำในตลาด Grocery On-Demand ความแข็งแกร่งของทั้งสองแพลตฟอร์มจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของยอดขาย เปิดโอกาสในการต่อยอดรายได้ ยกกระดับประสบการณ์ของลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและบริหารต้นทุนอย่างมีวินัย เพื่อรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

เพื่อเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ บริษัทฯ เดินหน้าขยายระบบนิเวศ Online-to-Offline (O2O) ผ่าน Aextra Mall ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่รวบรวมสินค้าขายดีออนไลน์ใน 5 กลุ่มสินค้าศักยภาพ ได้แก่ ความงาม สุขภาพ ของเล่น สินค้าสัตว์เลี้ยง และเครื่องใช้ไฟฟ้า จะได้รับการคัดเลือกเข้าจัดจำหน่ายในสาขาของบริษัทฯ ช่วยเร่งการขยายรายการสินค้า (Assortment) ได้อย่างรวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของลูกค้าในราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสาขาและระบบโลจิสติกส์ที่แข็งแกร่ง เพื่อให้บริการจัดส่งสินค้าภายใน 1-3 ชั่วโมง (On-demand) ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่แตกต่างจากแพลตฟอร์ม Marketplace ทั่วไป

¹⁾ ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, รายงาน "Monetary Policy Forum 2/2026" ณ วันที่ 8 กรกฎาคม 2569

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงพัฒนาและบริหารพื้นที่ศูนย์การค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ โดยปรับสัดส่วนและการจัดโซนพื้นที่เช่าให้มีความเหมาะสม อาทิ การเพิ่มพื้นที่ร้านอาหาร พื้นที่ทำงานร่วมกัน ตลอดจนพื้นที่พักผ่อนและทำกิจกรรม เพื่อยกระดับศูนย์การค้าให้เป็นศูนย์กลางการใช้ชีวิตและ “พื้นที่ความสุขของชุมชน” พร้อมสนับสนุนการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพและการเติบโตของรายได้ค่าเช่า โดยในช่วงครึ่งหลังของปี 2569 บริษัทฯ มีแผนเปิดสาขาขนาดใหญ่และซูเปอร์มาร์เก็ตเพิ่มเติมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควบคู่กับการปรับปรุงสาขาเดิมและพัฒนารูปแบบร้านค้าใหม่ โดยมีแผนการปรับปรุงเสร็จสิ้น 8-10 สาขาในครึ่งปีหลัง และพิจารณาศักยภาพของแต่ละทำเลและผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นสำคัญ

5. กรอบการทำงานด้านความยั่งยืน

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 รุ่งนิริติชัย)

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

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