

ที่ IDR03/2017

วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2560

เรื่อง ชี้แจงกำไรสุทธิสำหรับงวดปี 2559 เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อน เกินกว่าร้อยละ 20 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (บริษัท หรือ CPALL) ขอชี้แจงถึงสาเหตุที่กำไรสุทธิตามงบการเงินรวม สำหรับปี 2559 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อน เกินกว่าร้อยละ 20 ดังนี้

### รายได้รวม

ในรอบปี 2559 ที่ผ่านมา บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้รวม 451,939 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 11.3 สาเหตุสำคัญที่ทำให้รายได้รวมเพิ่มขึ้นนั้นยังคงมาจากยอดขายสุทธิและรายได้ค่าบริการที่เพิ่มสูงขึ้นจากธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ธุรกิจสนับสนุนอื่นๆ และรายได้จากธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าระบบสมาชิกแบบชำระเงินสดและบริการตนเองภายใต้ชื่อ “แม่โคร” ซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์ของบริษัทและบริษัทย่อยในการขยายสาขาเพื่อรองรับกับการพัฒนาวิถีการค้าในชีวิตของลูกค้า ให้ลูกค้าในแต่ละพื้นที่สามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างสะดวก และการนำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องและเหมาะสม

รายได้รวมก่อนหักรายการระหว่างกัน แบ่งสัดส่วนตามธุรกิจหลัก ได้ดังนี้ (1) รายได้จากธุรกิจร้านสะดวกซื้อและธุรกิจอื่นๆ ในประเทศไทย มีสัดส่วนร้อยละ 64 (2) รายได้จากธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเองมีสัดส่วนร้อยละ 36 ทั้งนี้ สัดส่วนรายได้ตามธุรกิจนี้ อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับปี 2558

### กำไรขั้นต้น

ในปี 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้นจากการขายและบริการเท่ากับ 95,024 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.4 จากปีก่อน เนื่องจากการเติบโตของรายได้จากการขายของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ธุรกิจแม่โคร และธุรกิจสนับสนุนอื่นๆ อีกทั้ง บริษัทมีการจัดการและพัฒนาระบบในการคัดสรรสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น มีสัดส่วนของสินค้าที่กำไรขั้นต้นสูงเพิ่มขึ้น อาทิ สินค้าพร้อมทาน อาหารสด หรือสินค้ากลุ่มสุขภาพและความงามตามแผนงานที่กำหนด ทั้งนี้ สัดส่วนกำไรขั้นต้นในงบการเงินรวมของบริษัทเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.8 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 21.9 ในปี 2559

## ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ในปี 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเท่ากับ 83,666 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.2 จากปีก่อน แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 12,475 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9 จากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ตอบแทนพนักงาน และ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย และบริษัทและบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 71,191 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.8 จากปีก่อน ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการขายที่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญได้แก่

- 1) ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย จำนวน 11,720 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.4 จากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และรายการส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าเพื่อกระตุ้นยอดขาย อาทิ การให้สิทธิในการแลกเปลี่ยนสินค้า การแจกแถมเพื่อให้ลูกค้าสะสมสำหรับแลกของที่ระลึก หรือใช้แทนเงินสด
- 2) ค่าบริหารงานร้านสะดวกซื้อจำนวน 15,955 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.8 จากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากยอดขาย และอัตราการทำกำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งรายได้ค่าบริหารงานเพิ่มขึ้นแปรผันตามไป นอกจากนี้ จำนวนร้านสาขาแฟรนไชส์ได้เพิ่มขึ้นตามแผนการบริหารร้านสาขาของบริษัทที่ต้องการเพิ่มสัดส่วนร้านสาขาแฟรนไชส์อย่างต่อเนื่องอีกด้วย
- 3) ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ตอบแทนพนักงานในการขายจำนวน 14,616 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.5 จากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับการขยายสาขาของธุรกิจร้านสะดวกซื้อและธุรกิจแม่ครัว
- 4) ค่าเช่า และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย จำนวน 6,028 ล้านบาท และ 6,082 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.7 และ ร้อยละ 12.5 จากปีก่อน ตามลำดับ สาเหตุหลักมาจากการลงทุนเพื่อขยายสาขา การปรับปรุงร้านเดิม รวมถึงลงทุนในธุรกิจสนับสนุนอื่น

นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายในหมวดอื่นๆ อาทิ ค่าบริการ ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เป็นต้น ก็เพิ่มขึ้นด้วย แต่อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าการเติบโตของรายได้ โดยค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะแปรผันตามยอดขายและจำนวนร้านสาขาที่เพิ่มขึ้น

## กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้และกำไรสุทธิ

ในปี 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้จำนวน 20,142 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.3 จากปีก่อน และมีกำไรสุทธิเท่ากับ 16,677 ล้านบาท และมีกำไรต่อหุ้น 1.85 บาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.9 จากปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้น และอัตรากำไรส่วน

ใหญ่ปรับเพิ่มขึ้น อีกทั้งบริษัทมีต้นทุนทางการเงินที่ลดลง รวมถึงการได้รับผลประโยชน์ทางด้านภาษีจากการลงทุนตามนโยบายของรัฐบาลเพื่อสนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชนสำหรับการลงทุนในปี 2559

กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ก่อนหักรายการระหว่างกัน แบ่งสัดส่วนตามธุรกิจหลัก ได้ดังนี้

- (1) กำไรจากธุรกิจร้านสะดวกซื้อและธุรกิจอื่นๆ ในประเทศไทยมีสัดส่วนร้อยละ 75 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 70 ในปีก่อน เนื่องจากธุรกิจร้านสะดวกซื้อ มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงขึ้น รวมถึงมีต้นทุนทางการเงินที่ลดลง
- (2) กำไรจากธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเองมีสัดส่วนร้อยละ 25 ลดลงจากร้อยละ 30 ในปีก่อน แม้ว่าจะมียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นมากกว่าร้อยละ 10 แต่การแข่งขันด้านราคาค่อนข้างสูง ทำให้การเติบโตของกำไรขั้นต้นไม่เติบโตไปในทิศทางเดียวกับการเติบโตของยอดขาย ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นจากการลงทุนขยายสาขา และค่าใช้จ่ายในการบริหารงานเพิ่มขึ้นจากการพัฒนาโครงการต่าง ๆ เพื่อรองรับการขยายธุรกิจ

### ผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายร้านสาขาในทำเลที่ดี เพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าถึงความต้องการของลูกค้าในทุกชุมชน ทั้งในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด ในรูปแบบของร้านบริษัท ร้านแฟรนไชส์ และร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต รวมถึงการพัฒนาร้านในสถานีสถานีบริการน้ำมันและร้านที่ตั้งเป็นเอกเทศ (Standalone) โดยในปี 2559 ตั้งเป้าหมายที่จะขยายสาขาประมาณ 700 สาขา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการขยายสาขาให้ครบ 10,000 สาขา โดยในระหว่างปี 2559 ธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อได้มีขยายสาขา 7-Eleven ทั้งร้านบริษัท ร้านแฟรนไชส์และร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต รวมทั้งสิ้น 710 สาขา ตามเป้าหมาย ดังนั้น ณ สิ้นปี 2559 บริษัทมีจำนวนร้านสาขาทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 9,542 สาขา แบ่งเป็นร้านสาขาบริษัท 4,205 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 44) เพิ่มขึ้น 297 สาขา ร้านแฟรนไชส์ 4,645 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 49) เพิ่มขึ้น 388 สาขา และร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต 692 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 7) เพิ่มขึ้น 25 สาขา

ในด้านของผลิตภัณฑ์และการบริการ บริษัทยังคงมุ่งพัฒนาไปสู่การเป็นร้านอิมสะดวกเต็มรูปแบบ บริษัทมีการพัฒนาสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ผักและผลไม้พร้อมรับประทาน หรือสินค้าใหม่ อาทิ ข้าวปั้นแบบญี่ปุ่น เมนูไข่ ขนมหวาน ผลไม้สดพร้อมทาน กาแฟสด กาแฟสด ซึ่งเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างดี จากลูกค้าที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการดำเนินชีวิต ซึ่งในปี 2559 สัดส่วนของรายได้จากการขาย ร้อยละ 70.6 มาจากสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และร้อยละ 29.4 มาจากสินค้าอุปโภคไม่รวมบัตรเครดิต โดยสินค้าหลักๆ ได้แก่ กลุ่ม

ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว Personal Care และ ของใช้ในบ้าน Household products เป็นต้น ทั้งนี้ อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายโดยเฉลี่ยของสินค้าทั้งสองกลุ่มใกล้เคียงกัน ทำให้สัดส่วนสินค้ายังคงอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับปีก่อน

และด้วยผลสำเร็จของแผนกลยุทธ์การขยายสาขาและการนำเสนอสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้ในปี 2559 ธุรกิจร้านสะดวกซื้อมีรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการรวม 256,401 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 25,252 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.9 ยอดขายเฉลี่ยของร้านเดิมในปี 2559 มีอัตราการเติบโต เท่ากับร้อยละ 2.4 โดยมียอดขายเฉลี่ยต่อร้านต่อวัน เท่ากับ 78,706 ล้านบาท ในปี 2559 ยอดซื้อต่อปิลโดยประมาณ เท่ากับ 65 บาท ในขณะที่จำนวนลูกค้าต่อสาขาต่อวันเฉลี่ย 1,216 คน

สัดส่วนกำไรขั้นต้นในปี 2559 เท่ากับร้อยละ 28.3 เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 28.0 และธุรกิจร้านสะดวกซื้อมีกำไรขั้นต้นจำนวน 72,551 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 7,887 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 12.2

นอกจากนี้ ธุรกิจร้านสะดวกซื้อยังมีรายได้อื่นอีกจำนวน 17,066 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 3,079 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.0 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ค่าสิทธิและรายได้ที่เกี่ยวข้องกับค่าสิทธิ รวมถึงรายได้ค่าส่งเสริมการขาย ซึ่งเกิดจากการจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าเพื่อกระตุ้นยอดขาย อาทิ รายการสิทธิแลกซื้อสินค้า รายการแสดมปีสะสมแลกของที่ระลึก เป็นต้น

ในส่วนของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีจำนวน 70,537 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 8,278 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.3 โดยค่าใช้จ่ายที่ปรับเพิ่มสูงขึ้น ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร ค่าบริหารงานร้านสาขา ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย ซึ่งมีสาเหตุหลักจากการขยายสาขา รวมถึงการเปิดศูนย์กระจายสินค้าเมื่อปลายปี 2558

กลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อมีกำไรจากการดำเนินงานเท่ากับ 23,858 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.5 จากปีก่อน และมีกำไรสุทธิเท่ากับ 14,099 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 23.9 จากปีก่อน

## คาดการณ์และแนวโน้มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในปี 2560

<p><b>เป้าหมายการขยายสาขา</b></p>	<p>บริษัทคาดว่าจะมีร้านสาขาครบ 10,000 สาขาในปี 2560 นี้ ซึ่งเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้เดิม อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงเดินหน้าลงทุนขยายเครือข่ายร้านสาขาต่อเนื่องไปตามการขยายตัวของชุมชน โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงทำเลที่มีศักยภาพอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าถึงความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยบริษัทได้กำหนดเป้าหมายใหม่ที่จะขยายสาขาให้ครบ 13,000 สาขา ภายในปี 2564 ทั้งนี้ บริษัทวางแผนที่จะลงทุนเปิดร้านสาขาใหม่อีกประมาณ 700 สาขาในปี 2560</p>
<p><b>ประมาณการรายได้จากการขายและบริการ</b></p>	<p>คาดว่าจะยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยอัตราการเติบโตของรายได้ส่วนใหญ่มาจากอัตราการเติบโตของยอดขายจากร้านสาขาใหม่ และอัตราการเติบโตของยอดขายเฉลี่ยจากร้านเดิมซึ่งคาดว่าจะอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ อาทิ ระดับของอัตราเงินเฟ้อ การขยายตัวของการบริโภคภายในประเทศ เป็นต้น</p>
<p><b>ประมาณการอัตรากำไรขั้นต้น</b></p>	<p>บริษัทยังคงตั้งเป้าที่จะขยายอัตรากำไรขั้นต้นให้ได้อย่างต่อเนื่องจากปีก่อน โดยบริษัทจะเน้นการพัฒนากระบวนการคัดสรรสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น และผลักดันให้มีสัดส่วนของสินค้าที่กำไรขั้นต้นสูงเพิ่มขึ้น ทั้งจากสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และสินค้าอุปโภค</p>
<p><b>ประมาณการงบลงทุน</b></p>	<p>คาดว่าจะใช้งบลงทุนประมาณ 9,500 – 10,000 ล้านบาท ตามรายละเอียดดังนี้ (หน่วย:ล้านบาท)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเปิดร้านสาขาใหม่ 3,400 - 3,600</li> <li>• การปรับปรุงร้านเดิม 2,300 - 2,400</li> <li>• โครงการใหม่, บริษัทย่อย และศูนย์กระจายสินค้า 3,000 - 3,100</li> <li>• สินทรัพย์ถาวร และระบบสารสนเทศ 800 - 900</li> </ul>

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายเกรียงชัย บุญโพธิ์ธิษฐาน)

รองกรรมการผู้จัดการ

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ