

ที่ IDR 13/2568
วันที่ 13 สิงหาคม 2568
เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงาน (MD&A) ไตรมาส 2 ปี 2568
เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 2 ปี 2568

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (CPALL หรือ บริษัทฯ) ขอรายงานผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 2 ปี 2568 โดยบริษัทฯ และบริษัทย่อย รายงานกำไรสุทธิจำนวน 6,768 ล้านบาท โดยสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

ภาพรวมเศรษฐกิจ

การขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในไตรมาส 2 ปี 2568 เริ่มชะลอตัวลงจากไตรมาสก่อนหน้า โดยภาคอุตสาหกรรมต่างเร่งการส่งออกในช่วงที่ภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ยังอยู่ในช่วงผ่อนผัน ในขณะที่การบริโภคภาคเอกชนภายในประเทศมีการชะลอตัวลงเช่นกัน จากความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ลดลง ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่แน่นอน การเก็บภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ และความไม่แน่นอนทางการเมืองภายในประเทศ

สำหรับภาคการท่องเที่ยว ยังคงได้รับผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาน้อยลง แม้ว่าในไตรมาสนี้จะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดระยะไกล (long haul) เพิ่มขึ้น แต่โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม ในไตรมาส 2/2568 รัฐบาลได้ประกาศมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการท่องเที่ยว ด้านการส่งออก และด้านเศรษฐกิจชุมชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศไทยอีกด้วย

รายได้รวม

ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้รวม 256,574 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 3.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการปรับเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าของทุกกลุ่มธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ธุรกิจค้าส่งค้าปลีกและศูนย์การค้า และกลุ่มธุรกิจอื่นๆ นอกจากนี้กลยุทธ์ O2O ของแต่ละหน่วยธุรกิจยังคงเป็นปัจจัยเสริมในการเติบโตของรายได้อีกทางหนึ่งด้วย

กำไรขั้นต้น

ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจากการขายและบริการเท่ากับ 56,695 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุมาจากกลยุทธ์ด้านสินค้าในทุกกลุ่มธุรกิจ ที่สามารถนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไร ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นในงบการเงินรวมของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 22.8 จากร้อยละ 22.4 ในไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายแต่ละประเภทตามรายละเอียด ดังนี้

ประเภทค่าใช้จ่าย	ไตรมาส 2 ปี 2568
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ตอบแทนพนักงาน	ร้อยละ 33
ค่าบริหารงานร้านสะดวกซื้อ	ร้อยละ 14
ค่าเช่า และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	ร้อยละ 18
ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย	ร้อยละ 11
ค่าสาธารณูปโภค และอื่น ๆ	ร้อยละ 24
รวม	ร้อยละ 100

บริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 51,115 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.7 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ค่าใช้จ่ายกลุ่มต้นทุนในการจัดจำหน่ายมีจำนวน 43,384 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ในขณะที่กลุ่มค่าใช้จ่ายในการบริหารมีจำนวน 7,731 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 2.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยประเภทค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นหลัก ๆ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ตอบแทนพนักงาน ค่าบริหารร้านสาขา ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย ซึ่งเพิ่มขึ้นตามร้านสาขาที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ค่าไฟฟ้ายังคงปรับลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ แต่ละกลุ่มธุรกิจยังคงมีการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง และมีประสิทธิภาพ

กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ และกำไรสุทธิ

ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้จำนวน 13,196 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และรายงานกำไรสุทธิเท่ากับ 6,768 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 8.5 สาเหตุหลักมาจากการดำเนินงานที่ดีขึ้นของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อเป็นหลัก ประกอบกับการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ กำไรต่อหุ้นตามงบการเงินรวมในไตรมาส 2 ปี 2568 มีจำนวนเท่ากับ 0.74 บาท

สัดส่วนรายได้รวมและกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ก่อนหักรายการระหว่างกันตามธุรกิจหลัก

สำหรับ 6 เดือนแรกของปี 2568 รายได้รวมก่อนหักรายการระหว่างกัน แบ่งสัดส่วนตามธุรกิจหลัก ได้ดังนี้ (กลุ่ม 1) รายได้จากธุรกิจร้านสะดวกซื้อและธุรกิจอื่นๆ มีสัดส่วนร้อยละ 53 และ (กลุ่ม 2) รายได้จากธุรกิจค้าส่งค้าปลีกและศูนย์การค้า มีสัดส่วนร้อยละ 47 ซึ่งสัดส่วนรายได้ของ (กลุ่ม 1) เพิ่มสูงขึ้นจากปีก่อน โดยหลักมาจากการเติบโตของรายได้ของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ

กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ก่อนหักรายการระหว่างกัน แบ่งสัดส่วนตามธุรกิจหลัก ได้ดังนี้ (กลุ่ม 1) กำไรจากธุรกิจร้านสะดวกซื้อและธุรกิจอื่นๆ มีสัดส่วนร้อยละ 76 ในขณะที่ (กลุ่ม 2) กำไรจากธุรกิจค้าส่งค้าปลีกและศูนย์การค้า มีสัดส่วนร้อยละ 24 ซึ่งสัดส่วนกำไรของ (กลุ่ม 1) เพิ่มสูงขึ้นจากปีก่อน โดยหลักมาจากการเติบโตของกำไรของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ อย่างไรก็ตามทุกธุรกิจมีความมุ่งมั่นในการสร้างการเติบโตของกำไรอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากการดำเนินงานและการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ดี

ผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ

ในไตรมาส 2 ปี 2568 ธุรกิจร้านสะดวกซื้อเปิดร้านสาขาใหม่รวมทั้งสิ้น 165 สาขา ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีจำนวนร้านสาขาทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 15,595 สาขา แบ่งเป็น

- (1) ร้านสาขาบริษัท 7,959 สาขา (ประมาณ ร้อยละ 51) ร้านเปิดใหม่สุทธิ 91 สาขา ในไตรมาสนี้
- (2) ร้าน SBP และร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต 7,636 สาขา (ประมาณ ร้อยละ 49) ร้านเปิดใหม่สุทธิ 74 สาขา ในไตรมาสนี้

ร้านสาขาส่วนใหญ่ยังเป็นร้านที่ตั้งเป็นเอกเทศ ซึ่งประมาณร้อยละ 86 ของสาขาทั้งหมด และส่วนที่เหลือเป็นร้านในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

ในไตรมาส 2 ปี 2568 ธุรกิจร้านสะดวกซื้อมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการรวม 117,706 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.1 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ในไตรมาสนี้มียอดขายเฉลี่ยต่อร้านต่อวัน เท่ากับ 85,690 บาท และยอดขายเฉลี่ยของร้านสาขาเดิมลดลงเล็กน้อย ร้อยละ 0.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมียอดขายต่อบิลประมาณ 88 บาท ในขณะที่จำนวนลูกค้าต่อสาขาต่อวันเฉลี่ย 966 คน ทั้งนี้จำนวนลูกค้าลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากปัจจัยในเรื่องของอากาศที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางภายในประเทศ ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ปรับลดลงเช่นกัน อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านสะดวกซื้อยังคงใช้แผนกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ตลอดเวลา โดยคำนึงถึงการรักษารฐานลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มใหม่ๆ โดยนำเสนอสินค้าใหม่ๆ พร้อมกับโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา รวมถึงความพยายามในการเพิ่มรายได้จากการขายสินค้า ผ่านกลยุทธ์ O2O อาทิ 7Delivery และ All Online ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีมาโดยตลอด โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 11 ของรายได้จากการขายสินค้ารวม

ในไตรมาส 2 ปี 2568 สัดส่วนของรายได้จากการขาย ร้อยละ 76.4 มาจากสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และร้อยละ 23.6 มาจากสินค้าอุปโภค ซึ่งสัดส่วนรายได้ในกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามกลยุทธ์หลักของบริษัทฯ ที่ยังคงมุ่งเน้นที่จะเป็นจุดหมายปลายทางที่ 1 ในใจลูกค้าเมื่อนึกถึงอาหารและเครื่องดื่มสำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม ทุกที่ และทุกเวลา

ในไตรมาส 2 ปี 2568 ธุรกิจร้านสะดวกซื้อมีกำไรขั้นต้นจำนวน 34,494 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 6.0 โดยมีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับร้อยละ 29.3 เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2567 ที่อัตราส่วนร้อยละ 29.0 สาเหตุหลักมาจากกลยุทธ์ด้านสินค้าตามที่กล่าวมาข้างต้น รวมถึงให้ความสำคัญต่อการบริหารอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าโดยพยายามเพิ่มสัดส่วนสินค้ากลุ่มที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงอย่างต่อเนื่อง

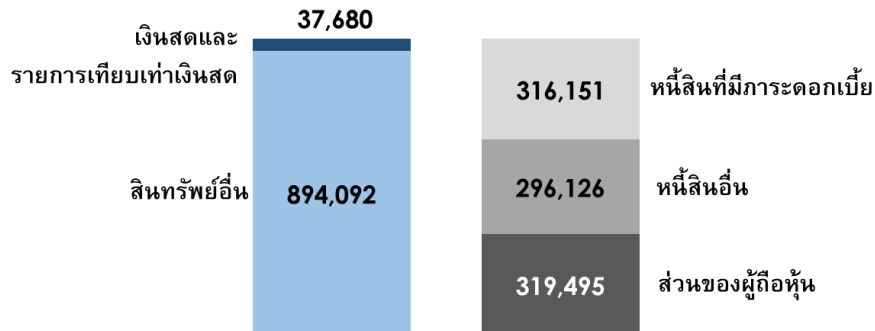
ทั้งนี้ ธุรกิจร้านสะดวกซื้อยังมีรายได้อื่นอีกจำนวน 7,312 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากรายได้จากการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ และอื่นๆ ในขณะที่มีการบันทึกเงินปันผลรับจากบริษัทย่อยจำนวน 4,990 ล้านบาท

ในส่วนของต้นทุนในการจัดจำหน่าย และค่าใช้จ่ายในการบริหาร ในไตรมาส 2 ปี 2568 มีจำนวน 34,444 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 6.5 สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ตอบแทนพนักงาน ค่าบริหารร้านสาขา ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย ซึ่งเพิ่มขึ้นตามการขยายสาขา ในขณะที่ค่าไฟฟ้ายังคงปรับตัวลดลงจากประโยชน์ของค่าไฟฟ้าต่อหน่วย รวมถึงการบริหารจัดการการใช้หน่วยไฟอย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงพยายามควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุม และให้มีประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงการมุ่งขยายสาขาร้าน 7-Eleven ตามแผน และมีการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการสำหรับลูกค้า ทั้งนี้ กลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ยังคงรายงานกำไรจากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 12,290 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีกำไรสุทธิเท่ากับ 9,155 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.8 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และกำไรต่อหุ้นตามงบการเงินเฉพาะกิจการในไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวนเท่ากับ 1.00 บาท

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ในประเทศกัมพูชา รวมทั้งสิ้น 123 สาขา และมีสาขาในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 18 สาขา

ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568
เปรียบเทียบกับฐานะทางการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567



เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด จำนวน 37,680 ล้านบาท ลดลง 16,933 ล้านบาท หรือร้อยละ 31.0 สาเหตุหลักมาจากเงินสดจ่ายเพื่อชำระหนี้ที่ถึงกำหนดชำระของบริษัทฯ เป็นหลัก

ลูกหนี้การค้า จำนวน 3,409 ล้านบาท ลดลง 447 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.6 ทั้งนี้จากลูกหนี้การค้าจากกลุ่มธุรกิจค้าส่งค้าปลีกและศูนย์การค้าเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีลูกหนี้การค้าที่ลดลงจากลูกหนี้ที่มีระยะเวลาชำระหนี้ภายในกำหนดส่งผลให้ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยอยู่ที่ 1.2 วัน

สินค้าคงเหลือ จำนวน 62,318 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,049 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.7 จากสิ้นปีก่อน โดยบริษัทฯ มีระยะเวลาขายสินค้าจำนวน 28.8 วัน

เจ้าหนี้การค้า จำนวน 115,612 ล้านบาท ลดลง 12,682 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.9 จากสิ้นปีก่อน โดยบริษัทฯ มีระยะเวลาชำระหนี้จำนวน 55.7 วัน

ส่งผลให้ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 บริษัทฯ และบริษัทย่อยยังคงมีวงจรมีเงินสดติดลบประมาณ 26 วัน

หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่า จำนวน 316,151 ล้านบาท ลดลง 382 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.1 จากสิ้นปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการชำระคืนหนี้ ซึ่งบริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนผู้ถือหุ้นตามนิยามข้อกำหนดสิทธิที่ 0.83 เท่า โดยบริษัทฯ ยังคงสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดสิทธิตามภาระหน้าที่ของผู้ถือหุ้นได้ โดยต้องดำรงไว้ซึ่งอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน 2:1 ได้อย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายด้านความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถในการจัดการทางด้านการยั่งยืนองค์กรอย่างต่อเนื่อง และได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร 15 เป้าหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติและข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติทั้ง 10 หลักการ ซึ่งในแต่ละปีบริษัทฯ มีการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและแผนยุทธศาสตร์ โดยความก้าวหน้าของการดำเนินงานปี 2568 จะมีการเปิดเผยในรายงานการพัฒนายั่งยืนของปี 2568 ต่อไป

สรุปเป้าหมายด้านความยั่งยืน และความก้าวหน้าของการดำเนินงานปี 2567

ประเด็น	คำอธิบาย	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงานปี 2567
สิ่งแวดล้อม: เซเวน โก กรีน (7 Go Green)			
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ*	มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593	Carbon neutral	2.09 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร*	ควบคุมการเติบโตการใช้พลังงานรวมสุทธิให้ลดลงเปรียบเทียบกับกรณีปกติ	ร้อยละ 25	ร้อยละ 5.38
การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน*	บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ	ร้อยละ 100	ร้อยละ 97.17
การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน*	ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งและลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ	ร้อยละ 100	ร้อยละ 75.05
การปกป้องพื้นที่ระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ	ทุกพื้นที่ที่การดำเนินการของบริษัท มีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ หรือองค์กรอิสระภายนอก	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100
สังคม: เซเวน โก ทูเก็ทเธอร์ (7 Go Together)			
การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ*	พัฒนาทักษะ ส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับเกษตรกร เอสเอ็มอี ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบาง	250,000 ราย	730,257 ราย
สนับสนุนการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต*	สนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษา มีทักษะทางเทคนิคและอาชีพที่จำเป็น	500,000 ราย	545,534 ราย
การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี*	เพิ่มสัดส่วนจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มีเน้นสุขภาพและโภชนาการที่ดี	ร้อยละ 25	ร้อยละ 26.10
การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี	สนับสนุนให้ผู้ที่ขาดแคลน กลุ่มคนยากจนและกลุ่มเปราะบางเข้าถึงอาหาร น้ำ ที่ปลอดภัยและมีสุขภาวะที่ดี	5,000,000 ราย	9,063,604 ราย
ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย	ร้อยละ 80	ร้อยละ 84
ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ: เซเวน โก ไรท์ (7 Go Right)			
ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต*	ได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการโดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า	ดีเลิศ	ดีเลิศ
เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล*	ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนตามแนวทางขององค์การสหประชาชาติ ทั้งในขอบเขตการดำเนินงานของบริษัทและคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100
การพัฒนาทุนมนุษย์*	ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมด้านความยั่งยืน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100
นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า	รายได้ที่มาจากนวัตกรรมด้านสินค้า บริการ ธุรกิจใหม่ และกระบวนการ	ร้อยละ 20	ร้อยละ 11.00
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ*	คู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจสอบและเกิดการพัฒนาปรับปรุง	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100

*ประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญของปี 2567

คาดการณ์และแนวโน้มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในปี 2568

เป้าหมายการขยายสาขา	บริษัทฯ วางแผนที่จะพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ ทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งรวมถึงการขยายเครือข่ายร้านสาขาต่อเนื่องไปตามการขยายตัวของชุมชน โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ แหล่งท่องเที่ยว และทำเลที่มีศักยภาพอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าถึงความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยบริษัทวางแผนที่จะลงทุนเปิดร้านสาขาใหม่ในประเทศไทยอีกประมาณ 700 สาขาในปี 2568 และมีเป้าหมายที่จะเปิดร้านใหม่เพิ่มในประเทศกัมพูชา และในสปป.ลาว ในปี 2568 อีกด้วย
ประมาณการรายได้จากการขายและบริการ	อัตราการเติบโตของรายได้ ส่วนใหญ่มาจากอัตราการเติบโตของยอดขายจากร้านสาขาใหม่ และอัตราการเติบโตของยอดขายเฉลี่ยจากร้านเดิม รวมถึงยอดขายจากช่องทางอื่น ๆ อาทิ 7Delivery และ All Online ซึ่งคาดว่าจะอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ อาทิ สภาพเศรษฐกิจ ระดับของอัตราเงินเฟ้อ ราคาวัตถุดิบ ราคาพลังงาน และการขยายตัวของการบริโภคภายในประเทศ เป็นต้น
ประมาณการอัตรากำไรขั้นต้น	บริษัทตั้งเป้าขยายอัตรากำไรขั้นต้นให้ได้อย่างต่อเนื่องจากปีก่อน โดยเน้นการพัฒนากระบวนการคัดสรรสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น และผลักดันให้มีสัดส่วนของสินค้าที่กำไรขั้นต้นสูงเพิ่มขึ้น ทั้งจากสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และสินค้าอุปโภค
ประมาณการงบลงทุน	คาดว่าจะใช้งบลงทุนประมาณ 12,000 – 13,600 ล้านบาท มีรายละเอียดดังนี้ (หน่วย:ล้านบาท) • การเปิดร้านสาขาใหม่ 3,800 – 4,600 • การปรับปรุงร้านเดิม 2,900 – 3,500 • โครงการใหม่, บริษัทย่อยและศูนย์กระจายสินค้า 4,000 – 4,100 • สินทรัพย์ถาวร และระบบสารสนเทศ 1,300 – 1,400

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

นายเกรียงชัย บุญโพธิ์ธิ์ชาติ
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการเงิน
ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ