

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

ตารางสรุปงบการเงิน / งบการเงินรวม / อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

สรุปรายการทางการเงิน	งบการเงินรวม			งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	2560	2561	2562	2560	2561	2562
งบกำไรขาดทุน						
รายได้จากการขายและบริการ	18,575.54	18,445.36	17,868.70	18,575.54	18,445.36	17,868.70
รายได้รวม	18,664.21	18,535.17	17,971.82	18,666.87	18,544.19	17,979.88
กำไรขั้นต้น	3,016.75	2,684.50	2,957.96	3,016.75	2,684.50	2,958.98
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	1,473.89	865.96	1,155.67	1,435.02	820.77	1,103.14
กำไรสำหรับปี	931.38	438.75	725.51	907.68	402.80	683.02
งบดุล						
สินทรัพย์รวม	16,566.67	16,674.63	18,151.71	17,161.83	17,204.47	18,666.96
หนี้สินรวม	11,805.74	11,882.27	11,691.34	11,802.52	11,849.67	11,686.65
ส่วนของผู้ถือหุ้น	4,760.92	4,792.37	6,460.37	5,359.31	5,354.81	6,980.31
อัตราส่วนทางการเงิน						
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	16.24	14.55	16.55	16.24	14.55	16.56
อัตรากำไรสุทธิ (%)	4.99	2.37	4.04	4.86	2.17	3.80
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)	21.72	9.19	12.89	19.78	7.52	11.07
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	5.79	2.64	4.17	5.54	2.34	3.81
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	2.48	2.48	1.81	2.20	2.21	1.67
ผลการดำเนินงานต่อหุ้น (บาท)						
กำไรสุทธิต่อหุ้น	0.90	0.31	0.46	0.90	0.29	0.43
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น	4.73	3.42	4.08	5.32	3.82	4.40
จำนวนหุ้นสามัญ (ล้านหุ้น)	1,006.58	1,400.00	1,584.96	1,006.58	1,400.00	1,584.96

14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

14.1 ภาพรวมการดำเนินงาน

ในปี 2562 กลุ่มบริษัท มีสาขาที่เปิดดำเนินการแล้ว ทั้งหมด 15 สาขา โดยแบ่งเป็นสาขานขนาดใหญ่ 10 สาขา ได้แก่ สาขาอุบลราชธานี สาขานครราชสีมา สาขารังสิต สาขาขอนแก่น สาขาอุดรธานี สาขาพระราม 2 สาขาบางบัวทอง สาขาเชียงใหม่ สาขาบางนา และสาขาเพชรเกษม และ Dohome ToGo 5 สาขา ได้แก่ แม็คโครสาขาเจริญสุข จังหวัดบุรีรัมย์ สาขาสาทร ปีกี่สาขาบางพลี เทศบาลเมืองลำไย สาขาโคราช และพันธุ์ทิพย์สาขาบางมด กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มบริษัท ได้เริ่มเปิดดำเนินการสาขาเพชรเกษมในเดือนพฤศจิกายน 2562 เพื่อรองรับลูกค้าที่อาศัยและประกอบกิจการในบริเวณทิศใต้ของกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง ส่วนสาขา Dohome ToGo 5 สาขา เปิดให้บริการโดยรอบเพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มคนเมืองในทำเลกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่ที่มีศักยภาพ เน้นย่านชุมชนพักอาศัยที่มีประชากรหนาแน่น ซึ่ง Dohome ToGo เปิดดำเนินการในครึ่งปีหลังของปี 2562 ตามกลยุทธ์ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทั่วมากขึ้น

กลุ่มบริษัท จำหน่ายสินค้าทั้งที่เป็นสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) และสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) โดยกลุ่มบริษัท มีสัดส่วนรายได้จากการขายและค่าบริการจากการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 14.4 ในปี 2561 เป็นร้อยละ 16.0 ในปี 2562 ของรายได้จากการขายและค่าบริการ ซึ่งในอนาคต กลุ่มบริษัท ได้ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) เป็นร้อยละ 20.0 ของรายได้จากการขายและการค่าบริการภายในปี 2565

14.2 ภาพรวมผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงิน

กลุ่มบริษัท มีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการขายและค่าบริการ โดยสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัท มีรายได้จากการขายและค่าบริการเท่ากับ 18,664.21 ล้านบาท 18,535.17 ล้านบาท และ 17,971.82 ล้านบาทตามลำดับ รายได้ในปี 2562 ลดลงร้อยละ 3.0 จากปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากกลุ่มสาขาเดิมที่ลดลงตามภาวะเศรษฐกิจในประเทศและการแข่งขันในอุตสาหกรรม ประกอบกับเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ที่จังหวัดอุบลราชธานีในเดือนกันยายน 2562 ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายของสาขาอุบลราชธานีลดลง แต่อย่างไรก็ตาม รายได้ของกลุ่มสาขาที่อยู่ในช่วงเติบโตสูงปรับตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ สาขาพระราม 2 สาขาบางบัวทอง สาขาเชียงใหม่ และ โดยเฉพาะสาขาบางนาที่จะเปิดดำเนินการเต็มปีในปี 2562 และสาขาที่เพิ่งเปิดใหม่ได้แก่ สาขาเพชรเกษมที่เพิ่งเปิดใหม่ในปี 2562

กลุ่มบริษัท มีกำไรขั้นต้น สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 3,016.75 ล้านบาท 2,684.50 ล้านบาท และ 2,957.96 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 16.2 ร้อยละ 14.6 และ ร้อยละ 16.6 ตามลำดับ ในปี 2561 อัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัท ปรับตัวลดลงเนื่องจากการปรับลดราคาขายในระยะสั้น และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ซึ่งเปิดดำเนินการในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2561 และปี 2562 อัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัท ปรับตัวสูงขึ้นโดยมีสาเหตุหลักมาจากการมีปัจจัยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่าสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) และการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าหลายกลุ่มรวมถึงสัดส่วนการขายสินค้ากลุ่มซ่อมแซมและตกแต่งที่สูงขึ้น ประกอบกับการกลับรายการค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวซ้ำในไตรมาสแรกของปี 2562 มูลค่าเท่ากับ 73.29 ล้านบาท ซึ่งเป็นผล

มาจากการปรับปรุงประมาณการตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวช้า ทั้งนี้ ในการตั้งสำรองดังกล่าวกลุ่มบริษัทฯ ได้จำแนกกลุ่มสินค้าให้มีความละเอียดมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับอายุสินค้าและระยะเวลาการเสื่อมสภาพและการล้าสมัยมากขึ้น รวมถึงการบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 931.38 ล้านบาท 438.75 ล้านบาท และ 725.51 ล้านบาทตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ ร้อยละ 5.0 ร้อยละ 2.4 และร้อยละ 4.0 ตามลำดับ ในปี 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิลดลงจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวลดลงประกอบกับการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้จากการขายและค่าบริการเพื่อรองรับการขยายธุรกิจและเตรียมความพร้อมในการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และในปี 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงขึ้นโดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่าสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) และการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าหลายกลุ่ม รวมถึงสัดส่วนการขายสินค้ากลุ่มซ่อมแซมและตกแต่งที่สูงขึ้น และการกลบรายการค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวช้าในไตรมาสแรกของปี 2562 มูลค่าเท่ากับ 73.29 ล้านบาท (การกลบรายการค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวช้าหลังหักภาษีมีมูลค่าเท่ากับ 58.63 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.1 ของกำไรสุทธิ) สหรักับการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้จากการขายและค่าบริการ

มูลค่าสินทรัพย์รวมของกลุ่มบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 16,566.67 ล้านบาท 16,674.63 ล้านบาท และ 18,151.71 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสินทรัพย์รวมของกลุ่มบริษัทฯ ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจาก (1) การก่อสร้างศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) สาขาบางนาเริ่มเปิดดำเนินการในช่วงต้นปี 2561 และสาขาเพชรเกษมเริ่มเปิดดำเนินการในช่วงปลายปี 2562 และ (2) การซื้อที่ดินเพื่อรองรับการขยายสาขาในอนาคต มูลค่าหนี้สินรวมของกลุ่มบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 11,805.74 ล้านบาท 11,882.27 ล้านบาท และ 11,691.34 ล้านบาท ตามลำดับ โดยการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าหนี้สินรวมมีสาเหตุหลักจากการเปลี่ยนแปลงของจำนวนเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น และเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินตามความต้องการเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานและเงินทุนในการขยายธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 4,760.92 ล้านบาท 4,792.37 ล้านบาท และ 6,460.37 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้นตามกำไรสะสมที่สูงขึ้นและการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก ในปี 2562

สำหรับการขยายสาขาในปี 2562 บริษัทฯ เปิดสาขานาขนาดใหญ่ 1 สาขา คือ สาขาเพชรเกษม ซึ่งสาขาเพชรเกษมเป็นสาขาแรกที่ใช้ระบบจัดเก็บสินค้าอัตโนมัติ (ASRS) ช่วยให้บริษัทฯ มีการบริหารจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเปิดสาขา Dohome ToGo เพิ่ม 5 สาขา ได้แก่ แม็คโครสาขาจรัญสนิทวงศ์ แม็คโครสาขาสาทร บิ๊กซีสาขาบางพลี เทสโก้โลตัสสาขาโคราช และพันธุ์ทิพย์สาขางามวงศ์วาน ทำให้ปัจจุบันมีสาขานาขนาดใหญ่ที่เปิดบริการทั้งสิ้น 10 สาขา และสาขา Dohome ToGo 5 สาขา

14.3 คำอธิบายและการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

14.3.1 รายได้

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง และให้บริการด้านวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ชื่อทางการค้าว่า “ดูโฮม” โดยรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) รายได้จากการขายและค่าบริการ โดยค่าบริการส่วนใหญ่เป็นรายได้ค่าจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าเพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย และ (2) รายได้อื่น เช่น เงินสนับสนุนจากเจ้าของสินค้า และรายได้ค่าเช่าและค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้รวมเท่ากับ 18,664.24 ล้านบาท 18,535.17 ล้านบาท และ 17,971.82 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 129.04 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.7 ในปี 2561 และลดลง 563.35 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.0 ในปี 2562

ตารางแสดงโครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ

โครงสร้างรายได้	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2560		2561		2562	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายและการบริการ	18,575.54	99.5	18,445.36	99.5	17,868.70	99.4
รายได้อื่น	88.66	0.5	89.81	0.5	103.12	0.6
รายได้รวม	18,664.21	100.0	18,535.17	100.0	17,971.82	100.0

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้

(1) รายได้จากการขายและค่าบริการ

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและค่าบริการเท่ากับ 18,575.54 ล้านบาท 18,445.36 ล้านบาท และ 17,868.70 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.5 ร้อยละ 99.5 และ ร้อยละ 99.4 ของรายได้รวม ตามลำดับ ลดลง 130.18 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.7 ในปี 2561 และลดลง 576.66 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.1 ในปี 2562 เนื่องจากการหดตัวของสถานะเศรษฐกิจประเทศไทยโดยเฉพาะพื้นที่ต่างจังหวัด ประกอบกับเหตุการณ์น้ำท่วมในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเดือนกันยายน 2562 และการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่รุนแรงขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม รายได้ของกลุ่มสาขาที่อยู่ในช่วงเติบโตสูงปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสาขาบางนาที่เปิดดำเนินการเต็มปีในปี 2562 และสาขาเพชรเกษมที่เปิดในปี 2562 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาตามประเภทกลุ่มสินค้า พบว่า รายได้สินค้ากลุ่มก่อสร้างมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 10.5 ขณะที่รายได้สินค้ากลุ่มซ่อมแซมและสินค้ากลุ่มตกแต่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 และ 5.7 ตามลำดับ จึงเป็นเหตุให้โครงสร้างรายได้ของสินค้ากลุ่มก่อสร้างต่อรายได้จากการขายและบริการลดลงเหลือร้อยละ 44.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปีก่อนหน้าที่ร้อยละ 48.1

รายได้จากการขายและค่าบริการของกลุ่มบริษัทฯ สามารถแบ่งตามประเภทสินค้าได้เป็น 2 ประเภทดังนี้ (1) สินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) และ (2) สินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand)

ตารางแสดงโครงสร้างรายได้จากการขายและค่าบริการตามประเภทสินค้า

โครงสร้างรายได้จากการขายและค่าบริการ	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2560	2561	2562
	ร้อยละ ⁽¹⁾	ร้อยละ ⁽¹⁾	ร้อยละ ⁽¹⁾
สินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand)	85.7	85.6	84.0
สินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand)	14.3	14.4	16.0
รวมรายได้จากการขายและค่าบริการ	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขายและค่าบริการ

รายได้จากการขายและค่าบริการของกลุ่มบริษัทฯ ส่วนใหญ่มาจากการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) โดยสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากการขายและ

ค่าบริการจากการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) ลดลงเป็นร้อยละ 84.0 จากเดิมร้อยละ 85.6 ในขณะที่รายได้จากการขายและค่าบริการจากการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 16.0 จากเดิมร้อยละ 14.4 เป็นผลมาจาก (1) นโยบายของกลุ่มบริษัท ในการเพิ่มสัดส่วนสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) และ (2) การคัดเลือกสินค้าที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ กลุ่มบริษัท มีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) ให้เป็นร้อยละ 20.0 ของรายได้จากการขายและค่าบริการ ภายในปี 2565

(2) รายได้อื่น

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัท มีรายได้อื่นเท่ากับ 88.66 ล้านบาท 89.81 ล้านบาท และ 103.12 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.5 ร้อยละ 0.5 และร้อยละ 0.6 ของรายได้รวม ตามลำดับ

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 เทียบกับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัท มีรายได้อื่นเท่ากับ 88.66 ล้านบาท และ 89.81 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 1.15 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.3 โดยมีสาเหตุหลักมาจากเงินสนับสนุนจากผู้ผลิต และ/หรือ ตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้นจาก (1) การได้รับเงินสนับสนุนเพื่อจัดรายการส่งเสริมการขายพิเศษ และ (2) การได้รับเงินสนับสนุนการทำการตลาดของสาขาบางสาขาที่เพิ่งเปิดใหม่ในไตรมาสที่ 2 ปี 2561

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 เทียบกับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัท มีรายได้อื่นเท่ากับ 89.81 ล้านบาท และ 103.12 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 13.31 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.8 โดยมีสาเหตุหลักมาจากเงินสนับสนุนจากผู้ผลิต และ/หรือ ตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้นจาก (1) การได้รับเงินสนับสนุนเพื่อจัดรายการส่งเสริมการขายพิเศษ (2) การได้รับเงินสนับสนุนการทำการตลาดของสาขาเพชรเกษมที่เพิ่งเปิดใหม่ในไตรมาสที่ 4 ปี 2562 (3) รายได้เงินค่าสินไหมทดแทนจากการประกันภัยกรณีพื้นที่อาคารของสาขาพระราม 2 ทรุดตัวลงในปี 2560 และ (4) เงินสนับสนุนการช่วยเหลือเหตุการณ์น้ำท่วมจากลูกค้า

14.3.2 กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น

อัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัท สามารถแบ่งตามประเภทสินค้าได้ดังนี้

ตารางแสดงอัตรากำไรขั้นต้นตามประเภทสินค้า

อัตรากำไรขั้นต้น	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2560	2561	2562
	ร้อยละ ⁽¹⁾	ร้อยละ ⁽¹⁾	ร้อยละ ⁽¹⁾
สินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand)	13.7	12.2	13.7
สินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand)	31.5	28.7	31.8
อัตรากำไรขั้นต้น	16.2	14.6	16.6

หมายเหตุ: (1) ร้อยละแสดงอัตรากำไรขั้นต้น

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 เทียบกับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัท มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 3,016.75 ล้านบาท และ 2,684.50 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 332.25 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.0

ทั้งนี้ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 16.2 และ 14.6 ตามลำดับ โดยอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยที่ปรับตัวลดลงมีสาเหตุหลักมาจาก

- อัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) ลดลงจากร้อยละ 31.5 เป็นร้อยละ 28.7 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการปรับลดราคาขายในระยะสั้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มบริษัท ในสภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันในอุตสาหกรรม
- อัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) ลดลงจากร้อยละ 13.7 เป็นร้อยละ 12.2 เนื่องจากการปรับลดราคาขายในระยะสั้นเพื่อให้แข่งขันได้ในสภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันในอุตสาหกรรม และการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้ากลุ่มวัสดุก่อสร้าง โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มเหล็ก อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นของสินค้ากลุ่มเหล็กในอนาคตอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะอุตสาหกรรมเหล็ก ทั้งนี้ในช่วง ปี 2559 - 2561 กลุ่มบริษัท มีอัตรากำไรขั้นต้นจากสินค้ากลุ่มเหล็กจำพวกเหล็กรูปพรรณและเหล็กเส้นประมาณร้อยละ 10.0 – 15.0 โดยรายได้จากสินค้ากลุ่มเหล็กคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 20.0 – 30.0 ของรายได้จากการขายและค่าบริการ
- การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายพนักงานประจำศูนย์กระจายสินค้าและค่าเสื่อมราคาของศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center)

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 เทียบกับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัท มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 2,684.50 ล้านบาท และ 2,957.96 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 273.46 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.2 ทั้งนี้ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 14.6 และ 16.6 ตามลำดับ โดยอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักมาจาก

- สัดส่วนรายได้จากการขายและค่าบริการจากการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) ต่อรายได้จากการขายและค่าบริการรวมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 14.4 เป็นร้อยละ 16.0 เพิ่มขึ้นตามกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัท
- อัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) และสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 28.7 เป็นร้อยละ 31.8 และจากร้อยละ 12.2 เป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ โดยมีสาเหตุมาจากการลดส่วนการขายสินค้ากลุ่มซ่อมแซมและตกแต่งที่สูงขึ้น การกลับรายการค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวซ้ำมูลค่าเท่ากับ 73.29 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับปรุงประมาณการตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวซ้ำ ซึ่งบริษัท ได้จำแนกกลุ่มสินค้าให้มีความละเอียดมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับอายุสินค้าและระยะเวลาการเสื่อมสภาพและการล้าสมัยมากขึ้น อีกทั้ง การบริหารจัดการต้นทุนขายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับรายได้จากการบริหารศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) เริ่มสูงกว่าค่าใช้จ่ายจึงทำให้ต้นทุนสินค้าลดลง

14.3.3 ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารส่วนใหญ่ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานขาย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานบริหาร ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้า และค่าใช้จ่ายทางการตลาด โดยสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารเท่ากับ 1,614.30 ล้านบาท 1,907.00 ล้านบาท และ 1,879.09 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 292.70 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.1 ในปี 2561 และลดลง 27.91 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.5 ในปี 2562

ตารางแสดงโครงสร้างค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2560		2561		2562	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽²⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽²⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานจากการขาย	622.69	38.6	644.37	33.8	653.08	34.6
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานจากการบริหาร	144.38	8.9	223.12	11.7	241.32	13.3
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	333.08	20.6	363.77	19.1	369.11	19.5
ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้า	161.98	10	157.73	8.3	147.45	7.8
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	83.48	5.2	150.08	7.9	93.25	4.9
อื่นๆ ⁽¹⁾	268.70	16.6	367.95	19.3	374.88	19.8
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	1,614.30	100	1,907.00	100	1,879.09	100

หมายเหตุ: (1) เช่น ค่าเผื่อหนี้สูญ ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ซ่อมแซมและบำรุงรักษา ค่าธรรมเนียมธนาคาร และประกันภัย ค่าภาษีเฉพาะธุรกิจและค่าดำเนินการ ค่าที่ปรึกษาและพัฒนาระบบ และค่าเช่าที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

(2) ร้อยละของรวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารที่สำคัญดังนี้

- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานขายและบริหารสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 767.07 ล้านบาท 867.49 ล้านบาท และ 894.40 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 100.42 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.1 ในปี 2561 และเพิ่มขึ้น 26.91 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.1 ในปี 2562 สาเหตุหลักมาจาก (1) เพิ่มจำนวนพนักงานใหม่เพื่อให้การบริหารจัดการสาขาใหม่มีประสิทธิภาพ (2) การปรับเพิ่มค่าตอบแทนผู้บริหารและพนักงานประจำปีตามนโยบายของกลุ่มบริษัท
- ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าเสื่อมราคาจากการเปิดดำเนินการสาขาใหม่และค่าเสื่อมราคาจากการเพิ่มขึ้นของยานพาหนะประเภทรถขนส่งเพื่อรองรับการให้บริการจัดส่งสินค้า
- ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าลดลง เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ให้บริการจัดส่งสินค้าแก่ลูกค้าด้วยรถขนส่งของกลุ่มบริษัทฯ มากขึ้นส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าที่จ่ายให้กับผู้ขนส่งภายนอกลดลง
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาดสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัทฯ เท่ากับ 83.48 ล้านบาท 150.08 ล้านบาท และ 93.25 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 66.60 ล้านบาท หรือร้อยละ 79.8 ในปี 2561 และ ลดลง 56.83 ล้านบาท หรือร้อยละ 37.9 ในปี 2562 โดยค่าใช้จ่ายทางการตลาดส่วนใหญ่ประกอบด้วย (1) ค่าสื่อประชาสัมพันธ์ และ (2) ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย ตามงบประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาด ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่มขึ้นในปี 2561 เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ต้องการกระตุ้นยอดขายในสถานะที่กำลังซื้อของครัวเรือนในต่างจังหวัดลดลง โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้ปรับแผนการตลาดปี 2562 ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นส่งผลให้ค่าใช้จ่ายทางการตลาดลดลง
- ค่าใช้จ่ายอื่นสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัทฯ เท่ากับ 268.70 ล้านบาท 367.95 ล้านบาท และ 374.88 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 99.25 ล้านบาท หรือร้อยละ 36.9 ในปี 2561 และเพิ่มขึ้น 6.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.9 ในปี 2562 ค่าใช้จ่ายอื่นในเพิ่มขึ้นในปี 2561 มีสาเหตุหลักจากค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญที่เพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงประมาณการการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ เพื่อให้สะท้อนอายุ

ของลูกหนี้มากขึ้นส่งผลให้ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้น และค่าที่ปรึกษาและพัฒนาระบบที่เพิ่มขึ้นจากการว่าจ้างที่ปรึกษา และการเช่า Cloud Server เพื่อรองรับการปรับปรุงระบบ SAP HANA และส่วนในปี 2562 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย จากค่าที่ปรึกษาซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงชั่วคราวเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และการซื้อซอฟต์แวร์สำหรับใช้ในสำนักงาน

14.3.4 ค่าใช้จ่ายอื่น

ค่าใช้จ่ายอื่น สาเหตุหลักมาจากการลดลงของผลขาดทุนสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากกลุ่มบริษัทสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศมากขึ้น อย่างไรก็ดีกลุ่มบริษัท มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนโดยใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น สัญญาซื้อหรือขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (FX Forward Contract) และสิทธิในการซื้อขายเงินตราต่างประเทศ (FX Option) เป็นต้น จึงส่งผลให้กลุ่มบริษัท รับรู้ผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเพียงบางส่วน

14.3.5 ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัท มีค่าใช้จ่ายทางการเงินเท่ากับ 316.88 ล้านบาท 320.20 ล้านบาท และ 298.04 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 3.32 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.0 ในปี 2561 และลดลง 22.16 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.9 ในปี 2562 สอดคล้องกับจำนวนเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่ลดลงและอัตราดอกเบี้ยที่ลดลง ประกอบกับปี 2562 ค่าใช้จ่ายทางการเงินของเงินกู้ยืมบางส่วนถูกบันทึกเป็นต้นทุนของสินทรัพย์ถาวรในระหว่างการก่อสร้างสำหรับสาขาบางนาและศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center)

14.3.6 ภาษีเงินได้

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัท มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เท่ากับ 225.63 ล้านบาท 107.01 ล้านบาท และ 132.12 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 118.62 ล้านบาท หรือร้อยละ 52.6 ในปี 2561 เพิ่มขึ้น 25.11 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 23.5 ในปี 2562 โดยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของกำไรก่อนภาษีเงินได้ของกลุ่มบริษัท ประกอบกับในปี 2562 บริษัทฯ สามารถนำค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเสนอขายหุ้นสามัญแก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกมาเป็นค่าใช้จ่ายทางภาษีได้

14.3.7 กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิ

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัท มีกำไรสุทธิเท่ากับ 931.38 ล้านบาท 438.75 ล้านบาท และ 725.51 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 492.63 ล้านบาท หรือร้อยละ 52.9 ในปี 2561 และเพิ่มขึ้น 286.76 ล้านบาท หรือร้อยละ 65.4 ในปี 2562

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 เทียบกับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัท มีกำไรสุทธิเท่ากับ 931.38 ล้านบาท และ 438.75 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 492.63 ล้านบาท หรือร้อยละ 52.9 ซึ่งคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 5.0 และ 2.4 ตามลำดับ โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลสุทธิของ (1) การลดลงของอัตรากำไรขั้นต้น และ (2) การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้จากการขายและค่าบริการจากร้อยละ 8.7 เป็นร้อยละ 10.3

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 เทียบกับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัท มีกำไรสุทธิเท่ากับ 438.75 ล้านบาท และ 725.51 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 286.76 ล้านบาท หรือร้อยละ 65.4 ซึ่งคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 2.4 และ 4.0 ตามลำดับ โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลสุทธิของ (1) การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นโดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท

(House Brand) ที่เพิ่มขึ้นตามกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัท (2) สัดส่วนการขายสินค้ากลุ่มซ่อมแซมและตกแต่งที่สูงขึ้น (3) การกลับรายการค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวช้ามูลค่าเท่ากับ 73.29 ล้านบาท (การกลับรายการค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวช้าหลังหักภาษีมูลค่าเท่ากับ 58.63 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.1 ของกำไรสุทธิ) และ (4) การบริหารจัดการต้นทุนขายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

14.4 คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

14.4.1 สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัท มีสินทรัพย์รวม เท่ากับ 16,566.67 ล้านบาท 16,674.63 ล้านบาท และ 18,151.71 ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 107.96 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.7 ใน ปี 2561 และเพิ่มขึ้น 1,477.08 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.9 ในปี 2562 โดยการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์รวมที่สำคัญ มีดังนี้

- 1) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 1,043.00 ล้านบาท 838.87 ล้านบาท และ 859.90 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 204.13 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.6 ใน ปี 2561 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ และเพิ่มขึ้นในปี 2562 เท่ากับ 21.03 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าที่เพิ่มขึ้น
- 2) สินค้าคงเหลือ - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 6,712.71 ล้านบาท 6,260.20 ล้านบาท และ 7,048.16 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 452.51 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.7 ในปี 2561 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการสั่งซื้อสินค้าและการบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มบริษัท ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการเปิดดำเนินการของศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) และเพิ่มขึ้นในปี 2562 เท่ากับ 787.96 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.6 โดยมีสาเหตุมาจากการสต็อกสินค้าเพื่อรองรับการเปิดสาขาใหญ่ที่เปิดไตรมาส 4 ปี 2562 คือ สาขาเพชรเกษม และรองรับการขยายทั้งสาขาใหญ่และสาขาดูโฮมทูโกในอนาคต
- 3) ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์-สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 8,286.57 ล้านบาท 8,865.71 ล้านบาท และ 9,619.30 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 579.13 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.0 ใน ปี 2561 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) การเปิดดำเนินการของศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) และสาขาบางนา (2) การซื้อที่ดินเพื่อรองรับการขยายสาขาในอนาคต และ (3) การลดลงของมูลค่าตามบัญชี - สุทธิจากการตัดค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์ และเพิ่มขึ้นในปี 2562 เท่ากับ 753.60 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.5 มีสาเหตุหลักมาจากผลสุทธิของ (1) การเพิ่มขึ้นจากการก่อสร้างสาขาเพชรเกษม (2) การซื้อที่ดินเพื่อรองรับการขยายสาขาในอนาคตและ (3) การลดลงของมูลค่าตามบัญชี - สุทธิจากการตัดค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์

14.4.2 หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัท มีมูลค่าหนี้สินรวมเท่ากับ 11,805.74 ล้านบาท 11,882.27 ล้านบาท และ 11,691.34 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 76.53 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.6 ใน ปี 2561 และลดลง 190.92 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.6 ในปี 2562 โดยการเปลี่ยนแปลงของหนี้สินที่สำคัญ มีดังนี้

- 1) เงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 6,402.81 ล้านบาท 6,577.03 ล้านบาท และ 5,731.71 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 174.22 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.7 ใน ปี 2561 และลดลง 845.32 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.9 ในปี 2562 ทั้งนี้ เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินถูกนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน โดยที่ลดลงระยะในปี 2562 มาจาก (1) การเปลี่ยนทอมาตรการชำระชำระระยะสั้นเป็นระยะยาว และ (2) การนำเงินจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรกไปจ่ายชำระคืน

- 2) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 2,819.04 ล้านบาท 2,128.13 ล้านบาท และ 2,488.18 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 690.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 24.5 ในปี 2561 และเพิ่มขึ้น 360.05 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.9 ในปี 2562 ซึ่งคิดเป็นระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยของกลุ่มบริษัท เท่ากับ 49.2 วัน 48.7 วัน และ 48.7 วัน ตามลำดับ
- 3) เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 เท่ากับ 2,351.76 ล้านบาท 3,048.22 และ 3,339.14 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 696.46 ล้านบาท หรือร้อยละ 29.6 ในปี 2561 โดยมีสาเหตุสำคัญมาจาก (1) การเบิกใช้เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการก่อสร้างศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) และสาขาบางนา และเพื่อปรับสัดส่วนเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวให้เหมาะสมมากขึ้น และ (2) การชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินตามเงื่อนไขกำหนดการชำระคืนในสัญญาเงินกู้ และเพิ่มขึ้น 290.92 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.5 ในปี 2562 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) การเปลี่ยนเทอมการจ่ายชำระจากระยะสั้นเป็นระยะยาว (2) การชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินตามเงื่อนไขกำหนดการชำระคืนในสัญญาเงินกู้

14.4.3 ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัท มีส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 4,760.92 ล้านบาท 4,792.37 ล้านบาท และ 6,460.37 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 31.45 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.7 ในปี 2561 และเพิ่มขึ้น 1,668.00 ล้านบาท หรือร้อยละ 34.8 ในปี 2562 ตามผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท และการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก ในปี 2562

ณ วันที่ 25 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนที่ออกและชำระแล้วจำนวน 4,000,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100.00 บาท เพื่อชำระให้แก่ครอบครัวตั้งมิตรประชาในการซื้อหุ้นทั้งหมดของ DHG ภายใต้แผนการปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัท เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ ต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) และนำหุ้นของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ส่งผลให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัท มีทุนที่ออกชำระแล้วเท่ากับ 1,400.00 ล้านบาท

การปรับโครงสร้างดังกล่าวถือเป็นการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน (Business Combination Under Common Control) บริษัทฯ จึงจัดทำงบการเงินรวมสำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 และมีการบันทึกรายการทางบัญชีในส่วนของผู้ถือหุ้น ได้แก่ (1) ส่วนเกินมูลค่าหุ้น 654.66 ล้านบาท จากการบันทึกมูลค่าของหุ้นที่ออกและชำระแล้วที่ราคายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิที่ได้รับ และ (2) ส่วนต่ำจากการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน 598.39 ล้านบาท ซึ่งแสดงผลต่างระหว่างสิ่งตอบแทนที่จ่ายและมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์สุทธิที่ได้รับ

ภายในปี 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 3/2562 เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2562 ได้พิจารณาอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลมูลค่า 1.79 บาทต่อหุ้น หรือคิดเป็นมูลค่าทั้งหมด 2,506.00 ล้านบาท จากกำไรสะสมของบริษัทฯ

และเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2562 บริษัทฯ ได้เสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering: IPO) จำนวน 456.16 ล้านหุ้น หุ้นที่ออกใหม่มีมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ขายให้แก่ผู้จองในราคาหุ้นละ 7.80 บาท

14.5 คำอธิบายและการวิเคราะห์สภาพคล่องและแหล่งที่มาของเงินทุน

กระแสเงินสด

ตารางแสดงแหล่งที่มาและใช้ไปของกระแสเงินสดแยกตามประเภท

แหล่งที่มาและใช้ไปของกระแสเงินสด	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2560	2561	2562
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
เงินสดสุทธิที่ได้มา (ใช้ไป) ในกิจกรรมดำเนินงาน	1,989.88	852.35	588.26
เงินสดสุทธิที่ได้มา (ใช้ไป) ในกิจกรรมลงทุน	(1,191.65)	(1,245.59)	(944.04)
เงินสดสุทธิที่ได้มา (ใช้ไป) ในกิจกรรมจัดหาเงิน	(770.58)	470.12	392.70
รวมเงินสดสุทธิที่ได้มา (ใช้ไป) สุทธิ	27.64	76.88	36.92

(1) กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ 1,989.88 ล้านบาท 854.88 ล้านบาท และ 588.26 ล้านบาท ตามลำดับ

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ได้มาในกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ 1,989.88 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการนำไรก่อนภาษีเงินได้ 1,157.01 ล้านบาท และผลสุทธิของการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนจาก (1) การลดลงของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น 169.20 ล้านบาท และ (2) การเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น 553.79 ล้านบาท

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ได้มาในกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ 854.88 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการผลสุทธิของการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนจาก (1) การลดลงของสินค้าคงเหลือ 424.70 ล้านบาท และ (2) การเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น 131.33 ล้านบาท และ (3) การลดลงของเจ้าหนี้การค้า 542.37 ล้านบาท

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ได้มาในกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ 588.26 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการผลสุทธิของการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนจาก (1) การลดลงของสินค้าคงเหลือ 704.03 ล้านบาท และ (2) การเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น 289.84 ล้านบาท

(2) กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเท่ากับ 1,191.65 ล้านบาท 1,248.12 ล้านบาท และ 944.04 ล้านบาทตามลำดับ

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเท่ากับ 1,191.65 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการซื้อที่ดินสาขาเพชรเกษม และการก่อสร้างสาขาบางนา และศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) และ (2) การเพิ่มขึ้นของเงินฝากประจำธนาคารที่ติดภาระประกัน

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเท่ากับ 1,248.12 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการชำระค่าที่ดินสำหรับสาขาในอนาคต และการชำระค่าก่อสร้างศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) และสาขาบางนา

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเท่ากับ 944.04 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการชำระค่าที่ดินสำหรับสาขาในอนาคต และการชำระค่าก่อสร้างสาขาเพชรเกษม

(3) กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่(ใช้ไป)ได้มาในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ (770.58) ล้านบาท 470.12 ล้านบาท และ 392.70 ล้านบาท ตามลำดับ

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่(ใช้ไป)ในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 770.58 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลสุทธิของ (1) การจ่ายเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 675.03 ล้านบาท (2) การจ่ายเงินกู้ระยะยาวจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันจำนวน 604.90 ล้านบาท (3) การเบิกเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน 774.41 ล้านบาท เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการก่อสร้างศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) และสาขาบางนา และ (4) การจ่ายเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินจำนวน 524.70 ล้านบาท ตามกำหนด

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ได้มาในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 470.12 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลสุทธิของ (1) การเบิกเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 189.28 ล้านบาท (2) การเบิกเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน 1,204.59 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนสำหรับการก่อสร้างศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) และสาขาบางนา และเป็นการปรับสัดส่วนเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวให้เหมาะสมมากขึ้น (3) การจ่ายเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินจำนวน 508.12 ล้านบาท ตามเงื่อนไขกำหนดชำระคืนในสัญญา และ (4) การจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจำนวน 403.00 ล้านบาท

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ได้มาในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 392.70 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) การรับชำระจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (2) การจ่ายเงินปันผล (3) การรับเงินจากเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินจำนวน 290.91 ล้านบาท และ (4) การจ่ายเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 845.32 ล้านบาท

14.6 ปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินในอนาคต

14.6.1 ผลกระทบจากการลงทุนในการก่อสร้างและเริ่มดำเนินการสาขาใหม่

กลุ่มบริษัทฯ มีแผนที่จะเปิดดำเนินการสาขาใหญ่ 3 สาขาในปี 2563 และสาขาโฮมทูโกอื่นตามกลยุทธ์ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทั่วประเทศมากขึ้น

การเริ่มดำเนินการสาขาใหม่จะทำให้กลุ่มบริษัทฯ รับรู้ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารที่เพิ่มขึ้นในช่วงต้น ซึ่งส่วนมากมาจากการจ้างพนักงานประจำสาขาที่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ ในขณะที่รายได้จากการขายและค่าบริการของสาขาดังกล่าวยังคงเติบโตได้ไม่เต็มที่ ซึ่งอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายและค่าบริการของสาขาดังกล่าวยังขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญต่างๆ ที่รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง ความผันผวนของสภาวะเศรษฐกิจและสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่ง โดยอาจทำให้อัตราส่วนทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ เช่น อัตรากำไรสุทธิ อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราส่วนผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เป็นต้น ปรับตัวลดลงในช่วงปีแรกๆ

อย่างไรก็ดีในระยะยาวกลุ่มบริษัทฯ คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการขยายสาขา เช่น การเติบโตของรายได้และผลดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น อันอาจในการต่อรองราคากับผู้ผลิตหาคงสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่ม

ความสามารถในการทำกำไร และการเป็นที่รู้จักและส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ คาดว่าจะสามารถชดเชยผลกระทบระยะสั้นต่ออัตราส่วนทางการเงินได้

14.6.2 ผลกระทบจากความสามารถในการเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand)

ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ มีสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 14.3 ในปี 2560 เป็น ร้อยละ 16.0 ในปี 2562 ของรายได้จากการขายและค่าบริการตามกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ โดยในอนาคต กลุ่มบริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) เป็นร้อยละ 20.0 ของรายได้จากการขายและค่าบริการภายในปี 2565

การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนรายได้จากการขายและค่าบริการจากสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลให้ผลดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากสินค้านี้มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่าสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) จากต้นทุนการขายและการตลาดที่ต่ำกว่า โดยอัตราส่วนทางการเงินที่ได้รับผลกระทบได้แก่ อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราส่วนผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เป็นต้น ทั้งนี้ หากกลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) ได้ตามเป้าหมาย ก็อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ให้ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ได้