

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

ตารางสรุปงบการเงิน / งบการเงินรวม / อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

สรุปรายการทางการเงิน	งบการเงินรวม			งบการเงินเฉพาะกิจการ		
งบกำไรขาดทุน	2561	2562	2563	2561	2562	2563
รายได้จากการขายและบริการ	18,445.36	17,868.70	18,777.38	18,445.36	17,868.70	18,777.38
รายได้รวม	18,535.17	17,971.82	18,924.82	18,544.19	17,979.88	18,932.39
กำไรขั้นต้น	2,684.50	2,957.96	3,040.08	2,684.50	2,958.98	3,042.20
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	865.96	1,155.67	1,149.06	820.77	1,103.14	1,111.46
กำไรสำหรับปี	438.75	725.51	726.68	402.80	683.02	681.75
งบดุล						
สินทรัพย์รวม	16,674.63	18,151.71	20,765.17	17,204.47	18,666.96	21,623.44
หนี้สินรวม	11,882.27	11,691.34	13,675.41	11,849.67	11,686.65	14,058.68
ส่วนของผู้ถือหุ้น	4,792.37	6,460.37	7,089.76	5,354.81	6,980.31	7,564.77
อัตราส่วนทางการเงิน						
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	14.55	16.55	16.19	14.55	16.56	16.20
อัตรากำไรสุทธิ (%)	2.37	4.04	3.84	2.17	3.80	3.60
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)	9.19	12.89	10.73	7.52	11.07	9.37
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	2.64	4.17	3.73	2.34	3.81	3.38
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	2.48	1.81	1.93	2.21	1.67	1.86
ผลการดำเนินงานต่อหุ้น (บาท)						
กำไรสุทธิต่อหุ้น	0.31	0.46	0.34	0.29	0.43	0.31
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น	3.42	4.08	3.27	3.82	4.40	3.49
จำนวนหุ้นสามัญ (ล้านหุ้น)	1,400.00	1,584.96	2,165.52	1,400.00	1,584.96	2,165.52

14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

14.1. ภาพรวมการดำเนินงาน

ภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2563 จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในประเทศไทยและทั่วโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานะเศรษฐกิจ ทั้งการส่งออก การผลิต และการท่องเที่ยว แม้ว่ารัฐบาลจะเร่งกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยมาตรการต่างๆ แต่เศรษฐกิจในภาพรวมยังคงไม่ปรับตัวดีขึ้นเท่าที่ควร

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้กลุ่มบริษัทฯ จะได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการปิดสาขาจำนวนมาก ด้วยความสามารถและการร่วมแรงร่วมใจกันของผู้บริหารและพนักงานในองค์กรทุกคน จึงทำให้ในปี 2563 ยังคงมีผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและรายได้ของสาขาเดิมยังเติบโตได้ โดยมีรายได้รวมเท่ากับ 18,928.38 ล้านบาท และกำไรสุทธิเท่ากับ 726.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3 และร้อยละ 0.2 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ เห็นถึงความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาและการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านต่างๆ ให้สูงขึ้น เพื่อสร้างผลตอบแทนสูงสุดให้กลุ่มบริษัทฯ

ในปี 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีสาขาที่เปิดดำเนินการโดยแบ่งเป็นสาขาขนาดใหญ่ 12 สาขา ได้แก่ สาขาอุบลราชธานี สาขานครราชสีมา สาขารังสิต สาขาขอนแก่น สาขาอุดรธานี สาขาพระราม 2 สาขาบางบัวทอง สาขาเชียงใหม่ สาขาบางนา สาขาเพชรเกษม สาขาสุรินทร์ และสาขามายาพุด และสาขานาตาลเล็ก (Dohome ToGo) 11 สาขา ได้แก่ แม็คโครสาขาจรัญสนิทวงศ์ แม็คโครสาขาสาทร บิ๊กซีสาขาบางพลี เทสโก้โลตัสสาขาโคราช พันธุ์ทิพย์สาขาม่วงสุวรรณ เทสโก้โลตัสสาขาบางนา คอสโม-วอล์ก ตลาดนัดจตุจักร ตลาดไทยสมบูรณ์ ตลาดรอยทรัพย์สิน และตลาดไทยรุ่งทิพย์ โดยในปี 2563 กลุ่มบริษัทฯ ได้เริ่มเปิดดำเนินการสาขาสุรินทร์และสาขามายาพุด เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในพื้นที่จังหวัดนั้นๆ และจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้ ในปี 2563 กลุ่มบริษัทฯ เปิดสาขานาตาลเล็ก (Dohome ToGo) เพิ่ม 6 สาขา ได้แก่ เทสโก้โลตัสสาขาบางนา คอสโม-วอล์ก ตลาดนัดจตุจักร ตลาดไทยสมบูรณ์ ตลาดรอยทรัพย์สิน และตลาดไทยรุ่งทิพย์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในพื้นที่ต่างๆ และตอบโจทย์ทุกความต้องการของกลุ่มลูกค้า ให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น

กลุ่มบริษัทฯ จำหน่ายสินค้าทั้งที่เป็นสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) และสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) โดยกลุ่มบริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากการขายและค่าบริการจากการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 16.0 ในปี 2562 เป็นร้อยละ 16.5 ในปี 2563 ของรายได้จากการขายและค่าบริการ ซึ่งในอนาคต กลุ่มบริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) เป็นร้อยละ 20.0 ของรายได้จากการขายและค่าบริการภายในปี 2565

นอกจากนี้ เมื่อต้นปี พ.ศ. 2563 ได้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ตามลำดับดังนี้

ตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2563 สาขาขนาดใหญ่ 8 สาขา และสาขานาตาลเล็ก (Dohome ToGo) 6 สาขาของกลุ่มบริษัทฯ ต้องปิดบริการสาขาตามประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และประกาศของแต่ละจังหวัดที่สถานประกอบการสาขาตั้งอยู่ ทำให้กลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถดำเนินธุรกิจค้าปลีกได้ตามปกติ อย่างไรก็ตามกลุ่มบริษัทฯ ยังสามารถให้บริการสั่งซื้อสินค้าแบบออนไลน์ (E-Commerce) และช่องทางการสั่งซื้อสินค้าโดยตรงทางโทรศัพท์ผ่านทีมงานขายสินค้าและทีมงานผู้แทนขายได้ตามปกติ ทั้งนี้หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ในประเทศไทยดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และภาครัฐมีนโยบายผ่อนคลายมาตรการควบคุม กลุ่มบริษัทฯ ได้กลับมาเปิดให้บริการสาขาตามปกติ โดยสาขาขนาดใหญ่ 4 สาขา ได้แก่ สาขาพระราม 2 สาขาเพชรเกษม สาขาโคราช และสาขาอุดรธานี สามารถกลับมาเปิดให้บริการได้ตามปกติตั้งแต่วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 และเปิดให้บริการตามปกติครบทุกสาขาทั้งสาขาขนาดใหญ่และสาขานาตาลเล็ก (Dohome ToGo)

ตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 เพื่อรองรับความต้องการจำเป็นใช้สอยของลูกค้า โดยมีมาตรการด้านสาธารณสุขอย่างเข้มงวด

ต่อมาปลายปี ในช่วงกลางเดือนธันวาคม 2563 ได้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ระลอกใหม่ ส่งผลให้มีคำสั่งจากภาครัฐให้ปิดการให้บริการส่วนค้าปลีกสำหรับสาขาซึ่งมีที่ตั้งสถานประกอบการสาขาในจังหวัดสมุทรสาครและระยอง ได้แก่ สาขาพระราม 2 และสาขาเพชรเกษม ที่ปิดบริการชั่วคราวอีกครั้ง ตั้งแต่วันที่ 19 ธันวาคม 2563 และกลับมาเปิดดำเนินการตามปกติในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2564 ตามประกาศของจังหวัดสมุทรสาคร และสาขามาทาพุด ที่ปิดบริการชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 28 ธันวาคม 2563 และกลับมาเปิดดำเนินการตามปกติในวันที่ 27 มกราคม 2564 ตามประกาศของจังหวัดระยอง

กล่าวโดยสรุป ภาพรวมผลการดำเนินงานประจำปี 2563 ของกลุ่มบริษัทฯ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากคำสั่งการปิดสถานประกอบการสาขาชั่วคราว แต่กลุ่มบริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย ปรับการบริหารทรัพยากรบุคคล เปิดสาขาใหม่เพื่อเพิ่มยอดขายและขยายกลุ่มลูกค้า และพัฒนาการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งได้รับการตอบรับและประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะยังคงเพิ่มการพัฒนาศักยภาพของระบบการจัดจำหน่ายที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง พัฒนาศักยภาพทีมงานบริการต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ภายใต้การเปลี่ยนแปลงจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ อย่างรวดเร็ว โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้า พนักงาน คู่ค้า จะได้รับอย่างเหมาะสมและพึงพอใจสูงสุด

14.2. ภาพรวมผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงิน

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการขายและค่าบริการ โดยสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและค่าบริการเท่ากับ 18,445.36 ล้านบาท 17,868.70 ล้านบาท และ 18,777.38 ล้านบาทตามลำดับ โดยรายได้ในปี 2563 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.1 จากปีก่อนหน้า มีสาเหตุหลักมาจากรายได้ของสาขาเดิมที่เติบโตเพิ่มขึ้น การเพิ่มของรายได้จากสาขาที่เปิดในปี 2562 และเปิดดำเนินการเต็มปี ในปี 2563 ได้แก่ สาขาเพชรเกษมและสาขานาตาล (Dohome ToGo) 5 สาขา และรายได้จากสาขาใหม่ที่เปิดในปี 2563 ได้แก่ สาขาสุรินทร์และสาขามาทาพุด และสาขานาตาล (Dohome ToGo) 6 สาขา

กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 เท่ากับ 2,684.50 ล้านบาท 2,957.96 ล้านบาท และ 3,040.08 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 14.6 ร้อยละ 16.6 และร้อยละ 16.2 ตามลำดับ โดยในปี 2562 อัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัทฯ ปรับตัวสูงขึ้นโดยมีสาเหตุหลักมาจากเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่าสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) และการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าหลายกลุ่มรวมถึงสัดส่วนการขายสินค้ากลุ่มซ่อมแซมและตกแต่งที่สูงขึ้น ประกอบกับการกลั่นกรองการดำเนินงานสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวช้าในไตรมาสแรกของปี 2562 มูลค่าเท่ากับ 73.29 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับปรุงประมาณการตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวช้า ทั้งนี้ ในการตั้งสำรองดังกล่าวกลุ่มบริษัทฯ ได้จำแนกกลุ่มสินค้าให้มีความละเอียดมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับอายุสินค้าและระยะเวลาการเสื่อมสภาพและการล้าสมัยมากขึ้น รวมถึงการบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และในปี 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง เนื่องจากในปี 2562 มีการกลั่นกรองการดำเนินงานสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวช้ามูลค่าเท่ากับ 73.29 ล้านบาท ซึ่งเป็นรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว อีกทั้งการปิดพื้นที่ค้าปลีกชั่วคราวในบางสาขาตามคำสั่งของภาครัฐเพื่อควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้รายได้จากการขายผ่านช่องทางค้าปลีกลดลง ซึ่งส่งผลต่ออัตรากำไรขั้นต้นในช่วงที่ปิดพื้นที่ค้าปลีก อย่างไรก็ตาม

กลุ่มบริษัทฯ มีสัดส่วนการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) เพิ่มขึ้น ประกอบกับการบริหารจัดการต้นทุนขายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าหลายกลุ่ม และมีรายได้จากการบริหารศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) เพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนสินค้าลดลงและเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้น

กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 เท่ากับ 438.75 ล้านบาท 725.51 ล้านบาท และ 726.68 ล้านบาทตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ ร้อยละ 2.4 ร้อยละ 4.0 และ ร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

มูลค่าสินทรัพย์รวมของกลุ่มบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 เท่ากับ 16,674.63 ล้านบาท 18,151.71 ล้านบาท และ 20,765.17 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสินทรัพย์รวม ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากการก่อสร้างสาขาสุรินทร์ และสาขามบตาพุด ที่เริ่มเปิดดำเนินการในช่วงกลางปี 2563 และงานระหว่างก่อสร้างของสาขาแหลมฉบังที่จะเปิดดำเนินการในเดือนมกราคมปี 2564 รวมถึงการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของยอดขายและการเปิดสาขาสุรินทร์ สาขามบตาพุด และสาขาแหลมฉบัง และการเพิ่มขึ้นของการบันทึกบัญชีสินทรัพย์สิทธิการใช้งานนโยบายบัญชี TFRS16 สำหรับมูลค่าหนี้สินรวมของกลุ่มบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 เท่ากับ 11,882.27 ล้านบาท 11,691.34 ล้านบาท และ 13,675.41 ล้านบาท ตามลำดับ โดยหนี้สินรวม ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ตามความต้องการเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานและเงินทุนในการขยายธุรกิจ การเพิ่มขึ้นของจำนวนเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น การเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะยาวจากการขยายสาขาของกลุ่มบริษัทฯ และการเพิ่มขึ้นของการบันทึกหนี้สินตามสัญญาเช่าจากนโยบายบัญชี TFRS16 สำหรับส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 เท่ากับ 4,792.37 ล้านบาท 6,460.37 ล้านบาท และ 7,089.76 ล้านบาท ตามลำดับ โดยส่วนของผู้ถือหุ้น ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากการจ่ายปันผล และการเพิ่มขึ้นตามกำไรสะสมที่สูงขึ้น

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

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้รวมเท่ากับ 18,535.17 ล้านบาท 17,971.82 ล้านบาท และ 18,924.82 ล้านบาทตามลำดับ ลดลง 563.35 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.0 ในปี 2562 และเพิ่มขึ้น 953.00 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.3 ในปี 2563 ตามลำดับ

ตารางแสดงโครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ

โครงสร้างรายได้	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2561		2562		2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายและการบริการ	18,445.36	99.5	17,868.70	99.4	18,777.38	99.2
รายได้อื่น	89.81	0.5	103.12	0.6	147.44	0.8
รายได้รวม	18,535.17	100.0	17,971.82	100.0	18,924.82	100.0

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้

(1) รายได้จากการขายและค่าบริการ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและค่าบริการเท่ากับ 18,445.36 ล้านบาท 17,868.70 ล้านบาท และ 18,777.38 ล้านบาทตามลำดับ โดยรายได้ในปี 2563 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.1 จากปีก่อนหน้า มีสาเหตุหลักมาจากรายได้ของสาขาเดิมที่เติบโตเพิ่มขึ้น การเพิ่มของรายได้จากสาขาที่เปิดในปี 2562 และเปิดดำเนินการเต็มปี ในปี 2563 ได้แก่ สาขาเพชรเกษมและสาขานาครี (Dohome ToGo) 5 สาขา และรายได้จากสาขาใหม่ที่เปิดในปี 2563 ได้แก่ สาขาสุนทรและสาขามาดามเตชะ และสาขานาครี (Dohome ToGo) 6 สาขา

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

ตารางแสดงโครงสร้างรายได้จากการขายและค่าบริการตามประเภทสินค้า

โครงสร้างรายได้จากการขายและค่าบริการ	สำหรับบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2561	2562	2563
	ร้อยละ ⁽¹⁾	ร้อยละ ⁽¹⁾	ร้อยละ ⁽¹⁾
สินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand)	85.6	84.0	83.5
สินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand)	14.4	16.0	16.5
รวมรายได้จากการขายและค่าบริการ	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขายและค่าบริการ

รายได้จากการขายและค่าบริการของกลุ่มบริษัทฯ ส่วนใหญ่มาจากการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ให้เป็นร้อยละ 20.0 ของรายได้จากการขายและค่าบริการภายในปี 2565 โดยสัดส่วนสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) ของกลุ่มบริษัทฯ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากการขายและค่าบริการจากการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 16.5 จากเดิมร้อยละ 16.0 เป็นผลมาจาก (1) นโยบายของกลุ่มบริษัทฯ ในการเพิ่มสัดส่วนสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) และ (2) การคัดเลือกสินค้าที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า

(2) รายได้อื่น

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้อื่นเท่ากับ 89.81 ล้านบาท 103.12 ล้านบาท และ 147.44 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.5 ร้อยละ 0.6 และร้อยละ 0.8 ของรายได้รวมตามลำดับ

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

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 เทียบกับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้อื่นเท่ากับ 103.12 ล้านบาท และ 147.44 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 44.32 ล้านบาท หรือร้อยละ 43.0 โดยมีสาเหตุหลักมาจากเงินสนับสนุนจากผู้ผลิต และ/หรือ ตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้นจาก (1) การได้รับเงินสนับสนุนเพื่อจัดรายการส่งเสริมการขายพิเศษ (2) การได้รับเงินสนับสนุนการทำการตลาดของสาขาสุรินทร์ ที่เพิ่งเปิดใหม่ในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 (3) รายได้เงินค่าสินไหมทดแทนจากการประกันภัยกรณีเกิดอุทกภัยที่สาขาอุบลราชธานี ในปี 2562 (4) กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

14.3.2. กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 เทียบกับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทฯ 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 โดยอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่าสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) และการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าหลายกลุ่มรวมถึงสัดส่วนการขายสินค้ากลุ่มซ่อมแซมและตกแต่งที่สูงขึ้น ประกอบกับการกลับริบายการค้าเพื่อสินค้าลำสมัยและเคลื่อนไหวซ้ำในไตรมาสแรกของปี 2562 มูลค่าเท่ากับ 73.29 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับปรุงประมาณการตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าลำสมัยและเคลื่อนไหวซ้ำ ทั้งนี้ ในการตั้งสำรองดังกล่าวกลุ่มบริษัทฯ ได้จำแนกกลุ่มสินค้าให้มีความละเอียดมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับอายุสินค้าและระยะเวลาการเสื่อมสภาพและการลำสมัยมากขึ้น รวมถึงการบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 เทียบกับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 2,957.96 ล้านบาท และ 3,040.08 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 82.12 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.8 ทั้งนี้ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 16.6 และ 16.2 ตามลำดับ โดยอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยที่ปรับตัวลดลงมีสาเหตุหลักมาจากในปี 2562 มีการกลับริบายการค้าเพื่อสินค้าลำสมัยและเคลื่อนไหวซ้ำมูลค่าเท่ากับ 73.29 ล้านบาท ซึ่งเป็นรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว อีกทั้งการปิดพื้นที่ค้าปลีกชั่วคราวบางสาขาตามคำสั่งของภาครัฐเพื่อควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้รายได้จากการขายผ่านช่องทางค้าปลีกลดลง ซึ่งส่งผลต่ออัตรากำไรขั้นต้นในช่วงที่ปิดพื้นที่ค้าปลีก อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ มีสัดส่วนการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) เพิ่มขึ้น ประกอบกับการบริหารจัดการต้นทุนขายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าหลายกลุ่ม และมีรายได้จากการบริหารศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) เพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนสินค้าลดลงและเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้น

14.3.3. ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารส่วนใหญ่ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานขาย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานบริหาร ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้า และค่าใช้จ่ายทางการตลาด โดยสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารเท่ากับ 1,907.00 ล้านบาท 1,879.09 ล้านบาท และ 2,037.80 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 27.91 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.5 ในปี 2562 และเพิ่มขึ้น 158.71 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.5 ในปี 2563

ตารางแสดงโครงสร้างค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	สำหรับบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2561		2562		2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽²⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽²⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽²⁾
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานจากการขาย	644.37	33.8	653.08	34.6	696.44	34.2
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานจากการบริหาร	223.12	11.7	241.32	13.3	326.92	16.0
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	363.77	19.1	369.11	19.5	440.34	21.6
ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้า	157.73	8.3	147.45	7.8	171.78	8.4
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	150.08	7.9	93.25	4.9	102.33	5.0
อื่นๆ ⁽¹⁾	367.95	19.3	374.88	19.8	299.99	14.7
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	1,907.00	100	1,879.09	100	2,037.80	100

หมายเหตุ: (1) เช่น ค่าเผื่อหนี้สูญ ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ซ่อมแซมและบำรุงรักษา ค่าธรรมเนียมธนาคารและประกันภัย ค่าภาษีเฉพาะธุรกิจและค่าดำเนินการ ค่าที่ปรึกษาและพัฒนาระบบ และค่าเช่าที่ดิน อาคารอุปกรณ์ และค่าเสื่อมราคาสิทธิการใช้

(2) ร้อยละของรวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารที่สำคัญดังนี้

- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานขายและบริหารสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 ของกลุ่มบริษัทฯ เท่ากับ 867.49 ล้านบาท 894.40 ล้านบาท และ 1,023.36 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 26.91 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.1 ในปี 2562 และเพิ่มขึ้น 128.96 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.4 ในปี 2563 สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มจำนวนพนักงานเพื่อรองรับการขยายสาขาขนาดใหญ่ และสาขาขนาดเล็ก (Dohome ToGo)
- ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าเสื่อมราคาจากการเปิดดำเนินการสาขาใหม่และการปรับใช้นโยบายทางบัญชีที่บังคับใช้ใหม่ เรื่อง สัญญาเช่า (TFRS16)
- ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับรายได้จากการขายช่องทางการสั่งซื้อสินค้าโดยตรงทางโทรศัพท์ผ่านทีมงานขายสินค้าและทีมงานผู้แทนขายที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากสถานการณ์ไวรัสโควิด19 (COVID-19)
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาดสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 ของกลุ่มบริษัทฯ เท่ากับ 150.08 ล้านบาท 93.25 ล้านบาท และ 102.33 ตามลำดับ ลดลง 56.83 ล้านบาท หรือร้อยละ 37.9 ในปี 2562 และเพิ่มขึ้น 9.08 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.7 ในปี 2563 โดยค่าใช้จ่ายทางการตลาดส่วนใหญ่ ประกอบด้วย (1) ค่าสื่อประชาสัมพันธ์ และ (2) ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย ตามงบประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาด
- ค่าใช้จ่ายอื่นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 ของกลุ่มบริษัทฯ เท่ากับ 367.95 ล้านบาท และ 374.88 ล้านบาท และ 299.99 ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 6.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.9 ในปี 2562 และ ลดลง 74.89 หรือร้อยละ 20.0 ในปี 2563 โดยค่าใช้จ่ายอื่นลดลง มีสาเหตุหลักจากการบริหารจัดการเกี่ยวกับลูกหนี้ รวมถึงการรับชำระจากลูกหนี้ที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น ทำให้ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญลดลง การลดลงของภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตามมาตรการการช่วยเหลือจากภาครัฐ

14.3.4. ค่าใช้จ่ายอื่น

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายอื่น เท่ากับ 1.35 ล้านบาท 26.32 ล้านบาท และ 0.66 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 24.97 ล้านบาท หรือร้อยละ 1,854.1 ในปี 2562 และลดลง 25.66 ล้าน

บาท หรือร้อยละ 97.5 ในปี 2563 เนื่องจากการวางแผนและบริหารจัดการเกี่ยวกับการป้องกันความเสี่ยงเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินตราต่างประเทศที่ต่ำมากยิ่งขึ้น

14.3.5. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายทางการเงินเท่ากับ 320.20 ล้านบาท 298.04 ล้านบาท และ 245.13 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 22.16 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.9 ในปี 2562 และลดลง 52.90 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.8 ในปี 2563 สอดคล้องกับอัตราดอกเบี้ยของตลาดที่ลดลงและการบริหารจัดการทางการเงินที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

14.3.6. ภาษีเงินได้

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เท่ากับ 107.01 ล้านบาท 132.12 ล้านบาท และ 177.25 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 25.11 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 23.5 ในปี 2562 เพิ่มขึ้น 45.12 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 34.2 ในปี 2563 โดยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของกำไรก่อนภาษีเงินได้ของกลุ่มบริษัทฯ

14.3.7. กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิเท่ากับ 438.75 ล้านบาท 725.51 ล้านบาท และ 726.68 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 286.76 ล้านบาท หรือร้อยละ 65.4 ในปี 2562 และเพิ่มขึ้น 1.17 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.2 ในปี 2563

14.4. คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

14.4.1. สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม เท่ากับ 16,674.63 ล้านบาท 18,151.71 ล้านบาท และ 20,765.17 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 1,477.08 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.9 ในปี 2562 และเพิ่มขึ้น 2,613.46 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.4 ในปี 2563 โดยการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์รวมที่สำคัญ มีดังนี้

- 1) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 เท่ากับ 838.87 ล้านบาท และ 859.90 ล้านบาท และ 996.45 ตามลำดับ เพิ่มขึ้นในปี 2562 เท่ากับ 21.03 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.5 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าที่เพิ่มขึ้น และ เพิ่มขึ้นในปี 2563 เท่ากับ 136.55 ล้านบาท หรือร้อยละ 15.9 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้า ซึ่งสอดคล้องกับรายได้ขายสินค้าที่เพิ่มขึ้น
- 2) สินค้าคงเหลือ - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 เท่ากับ 6,260.20 ล้านบาท และ 7,048.16 ล้านบาท และ 8,559.71 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้นในปี 2562 เท่ากับ 787.96 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.6 โดยมีสาเหตุมาจากการสต็อกสินค้าเพื่อรองรับการเปิดสาขาขนาดใหญ่ที่เปิดไตรมาส 4 ปี 2562 คือ สาขาเพชรเกษม และเพิ่มขึ้นในปี 2563 เท่ากับ 1,511.56 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.4 โดยมีสาเหตุมาจากการเพิ่มสินค้าคงคลังเพื่อรองรับยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น และรองรับการเปิดสาขาขนาดใหญ่ที่เปิดไตรมาส 3 ปี 2563 คือ สาขาสุรินทร์และสาขามอบตาพุด รวมถึงสาขาแหลมฉบังที่จะเปิดในเดือนมกราคม ปี 2564
- 3) ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์-สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 เท่ากับ 8,865.71 ล้านบาท 9,619.30 ล้านบาท และ 10,381.62 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้นในปี 2562 เท่ากับ 753.60 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.5 มีสาเหตุหลักมาจากการผลสุทธิของ (1) การเพิ่มขึ้นจากการก่อสร้างสาขาเพชรเกษม (2) การซื้อที่ดินเพื่อรองรับการขยายสาขาในอนาคตและ (3) การลดลงของมูลค่าตามบัญชี - สุทธิจากการตัดค่าเสื่อมราคาของ

- อาคารและอุปกรณ์ และเพิ่มขึ้นในปี 2563 เท่ากับ 762.32 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.9 มีสาเหตุหลักมาจากผล
สุทธิของ (1) การเพิ่มขึ้นจากการก่อสร้างสาขาสุรินทร์ สาขามายาตาพุด และงานระหว่างก่อสร้างสาขาแหลมฉบัง
(2) การลดลงของมูลค่าตามบัญชี – สุทธิจากการตัดค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์
- 4) สินทรัพย์สิทธิการใช้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 491.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นในปี 2563 เท่ากับ 491.01
ล้านบาท หรือร้อยละ 100.0 มีสาเหตุมาจากการเริ่มใช้นโยบายทางบัญชี TFRS16

14.4.2. หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีมูลค่าหนี้สินรวมเท่ากับ 11,882.27 ล้านบาท
11,691.34 ล้านบาท และ 13,675.41 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 190.92 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.6 ในปี 2562 และเพิ่มขึ้น
1,984.07 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.0 ในปี 2563 โดยการเปลี่ยนแปลงของหนี้สินที่สำคัญ มีดังนี้

- 1) เงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563
เท่ากับ 6,577.03 ล้านบาท 5,731.71 ล้านบาท และ 6,852.31 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 845.32 ล้านบาท
หรือร้อยละ 12.9 ในปี 2562 และเพิ่มขึ้น 1,120.60 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.6 ในปี 2563 ทั้งนี้ เงินเบิกเกิน
บัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินถูกนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน
- 2) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 เท่ากับ 2,128.13 ล้านบาท
2,488.18 ล้านบาท และ 2,845.06 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 360.05 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.9 ในปี 2562
และเพิ่มขึ้น 356.88 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.3 ในปี 2563 ซึ่งคิดเป็นระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยของกลุ่มบริษัทฯ
เท่ากับ 48.7 วัน และ 48.7 วัน และ 54.0 ตามลำดับ
- 3) เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 เท่ากับ 3,048.22 ล้านบาท
3,339.14 และ 3,539.37 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 290.91 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.5 ในปี 2562 โดยมี
สาเหตุหลักมาจาก (1) การเปลี่ยนทอการค้าชำระจากระยะสั้นเป็นระยะยาว (2) การชำระคืนเงินกู้ยืมระยะ
ยาวจากสถาบันการเงินตามเงื่อนไขกำหนดการชำระคืนในสัญญาเงินกู้ และเพิ่มขึ้น 200.23 ล้านบาท หรือร้อยละ
6.0 ในปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) การกู้เงินเพื่อขยายสาขาขนาดใหญ่ ได้แก่ สาขาสุรินทร์ สาขา
มายาตาพุด และ สาขาแหลมฉบัง (2) การชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินตามเงื่อนไขกำหนดการ
ชำระคืนในสัญญาเงินกู้
- 4) หนี้สินตามสัญญาเช่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 เท่ากับ 53.24 ล้านบาท 40.57 ล้านบาท
และ 261.32 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลง 12.67 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.8 ในปี 2562 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก
การจ่ายชำระค่างวด และเพิ่มขึ้น 220.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 54.51 ในปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการ
เริ่มใช้นโยบายทางบัญชี TFRS16

14.4.3. ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 4,792.37 ล้านบาท
6,460.37 ล้านบาท และ 7,089.76 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 1,668.00 ล้านบาท หรือร้อยละ 34.8 ในปี 2562 และ
เพิ่มขึ้น 629.39 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.7 ในปี 2563 ตามผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ

ในปี 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 3/2562 เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2562 ได้พิจารณาอนุมัติการจ่ายเงิน
ปันผลระหว่างกาลมูลค่า 1.79 บาทต่อหุ้น หรือคิดเป็นมูลค่าทั้งหมด 2,506.00 ล้านบาท จากกำไรสะสมของบริษัทฯ และเมื่อ

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

ในปี 2563 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2563 เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2563 ได้พิจารณาอนุมัติการจ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานปี พ.ศ. 2562 ในรูปของเงินสด จำนวน 0.0185 บาทต่อหุ้น เป็นจำนวนเงิน 34.38 ล้านบาท และ ในรูปของหุ้นปันผลในอัตรา 6 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นปันผล เป็นจำนวน 309.36 ล้านบาท หรือคิดเป็นมูลค่าทั้งหมด 343.74 ล้านบาทจากกำไรสะสมของบริษัทฯ

14.5. คำอธิบายและการวิเคราะห์สภาพคล่องและแหล่งที่มาของเงินทุน

กระแสเงินสด

ตารางแสดงแหล่งที่มาและใช้ไปของกระแสเงินสดแยกตามประเภท

แหล่งที่มาและใช้ไปของกระแสเงินสด	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2561	2562	2563
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
เงินสดสุทธิที่ได้มา (ใช้ไป) ในกิจกรรมดำเนินงาน	852.35	588.26	(59.08)
เงินสดสุทธิที่ได้มา (ใช้ไป) ในกิจกรรมลงทุน	(1,245.59)	(944.04)	(1,284.77)
เงินสดสุทธิที่ได้มา (ใช้ไป) ในกิจกรรมจัดหาเงิน	470.12	392.70	1,239.41
รวมเงินสดสุทธิที่ได้มา (ใช้ไป) สุทธิ	76.88	36.92	(104.44)

(1) กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ 854.88 ล้านบาท 588.26 ล้านบาท และ (59.08) ล้านบาท ตามลำดับ

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

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ (59.08) ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลสุทธิของการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนจาก (1) การเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้า 180.35 ล้านบาท (2) การเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ 1,528.31 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ตามมี (3) การเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น 374.70 ล้านบาท

(2) กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเท่ากับ (1,248.12) ล้านบาท (944.04) ล้านบาท และ (1,284.77) ล้านบาทตามลำดับ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเท่ากับ (944.04) ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก การชำระค่าที่ดินสำหรับสาขาในอนาคต และการชำระค่าก่อสร้างสาขาเพชรเกษม

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเท่ากับ 1,284.77 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการจ่ายเพื่อลงทุนในสินทรัพย์สิทธิการใช้สำหรับสร้างสาขาในอนาคต และการชำระค่าก่อสร้างสาขาสุรินทร์ สาขาเมตตาพุด และสาขาที่กำลังก่อสร้าง ได้แก่ สาขาแหลมฉบัง

(3) กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ได้มาในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 470.12 ล้านบาท 392.70 ล้านบาท และ 1,239.41 ตามลำดับ

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

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิที่ได้มาในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 1,239.41 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) การกู้ยืมเงินระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 1,120.60 ล้านบาท (2) การจ่ายเงินปันผล (3) การรับเงินจากเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินจำนวน 200.23 ล้านบาท

14.6. ปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินในอนาคต

14.6.1. ผลกระทบจากการลงทุนในการก่อสร้างและเริ่มดำเนินการสาขาใหม่

กลุ่มบริษัทฯ มีแผนที่จะเปิดดำเนินการสาขาขนาดใหญ่ 4 สาขาในปี 2564 และสาขาขนาดเล็ก (Dohome ToGo) เพิ่มเติมตามกลยุทธ์ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทั่วประเทศมากขึ้น

การเริ่มดำเนินการสาขาใหม่จะทำให้กลุ่มบริษัทฯ รับรู้ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารที่เพิ่มขึ้นในช่วงต้น ซึ่งส่วนมากมาจากการจ้างพนักงานประจำสาขาที่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ ในขณะที่รายได้จากการขายและค่าบริการของสาขาดังกล่าว ยังคงเติบโตได้ไม่เต็มที่ ซึ่งอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายและค่าบริการของสาขาดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญต่างๆ ที่รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง ความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจและสถานะการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง วัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่ง โดยอาจทำให้อัตราส่วนทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ เช่น อัตรากำไรสุทธิ อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราส่วนผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เป็นต้น ปรับตัวลดลงในช่วงปีแรกๆ

อย่างไรก็ดีในระยะยาวกลุ่มบริษัทฯ คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการขยายสาขา เช่น การเติบโตของรายได้และผลดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น อำนาจในการต่อรองราคากับผู้ผลิตหากสั่งสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการทำกำไร และการเป็นที่รู้จักและส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ คาดว่าจะสามารถชดเชยผลกระทบระยะสั้นต่ออัตราส่วนทางการเงินได้

14.6.2. ผลกระทบจากความสามารถในการเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand)

ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ มีสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 14.4 ในปี 2561 เป็น ร้อยละ 16.5 ในปี 2563 ของรายได้จากการขายและค่าบริการตามกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ โดยในอนาคต กลุ่มบริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (House Brand) เป็นร้อยละ 20.0 ของรายได้จากการขายและการค่าบริการภายในปี 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