



28 เมษายน 2563

ที่ ACC/HO 011/63

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ ประจำปีไตรมาสที่ 1/2563

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และมาตรการของภาครัฐในการควบคุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจ อาทิ การจำกัดการเดินทางและการปิดสถานที่เสี่ยงต่างๆ คาดว่าจะส่งผลให้เศรษฐกิจไทยในปี 2563 มีแนวโน้มหดตัวอย่างรุนแรง โดยภาคการส่งออกได้รับผลกระทบจากอุปสงค์ที่ชะลอตัวลงของประเทศคู่ค้าและการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Disruption) ในขณะที่ภาคการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากมาตรการจำกัดการเดินทาง ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ การบริโภคภาคเอกชนยังมีแนวโน้มหดตัวลงจากแรงกดดันกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ส่วนกำลังซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มที่พึ่งพารายได้ครัวเรือนภาคเกษตร ยังได้รับผลกระทบจากภัยแล้ง ตลอดจนราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการที่ยังอยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้มีมาตรการเยียวยาต่างๆ ซึ่งคาดว่าจะช่วยบรรเทาผลกระทบต่อการบริโภคภาคเอกชนในระดับหนึ่ง

นับแต่สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เกิดขึ้น บริษัทฯ ได้ให้ความร่วมมือและดำเนินการสอดคล้องกับมาตรการและคำสั่งของหน่วยงานรัฐอย่างเต็มที่ เพื่อช่วยจำกัดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยถือสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้าเป็นสำคัญ เราได้ประเมินสถานการณ์อย่างต่อเนื่องและดำเนินการตามมาตรการที่เหมาะสมเพื่อรองรับความต้องการจำเป็นใช้สอยของลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการที่จำเป็นเร่งด่วนต่อการซ่อมแซมบ้านและที่อยู่อาศัย กลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาความสะอาด กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลสุขภาพ กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการทำงานที่บ้าน รวมถึงกลุ่มเครื่องครัวและเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ ก็ได้เร่งดำเนินการมาตรการด้านการควบคุมค่าใช้จ่ายเพื่อรักษาสถานะทางการเงินอย่างรัดกุม ส่งผลให้งบการเงิน สภาพคล่องทางการเงิน และภาวะหนี้ของบริษัทฯ ไม่ได้รับผลกระทบที่รุนแรงจากสถานการณ์นี้

การบริหารความเสี่ยง

ตั้งแต่ช่วงต้นของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการกลางพิเศษเพื่อเฝ้าระวังและบริหารความเสี่ยง ตลอดจนคณะกรรมการย่อยสำหรับแต่ละธุรกิจ คณะกรรมการเหล่านี้ได้ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด และประเมินผลกระทบต่อธุรกิจในด้านต่างๆ รวมถึงควบคุมดูแลให้การดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรการรักษาสุขภาพและความปลอดภัยที่มีการประกาศเพิ่มเติมอยู่เสมอ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ยกระดับมาตรการและระบบการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับความต้องการจ่ายซื้อหาสินค้าและบริการของบริษัทฯ ผ่านช่องทางออนไลน์อีกด้วย

ตลอดระยะเวลาตั้งแต่ช่วงต้นของการแพร่ระบาดดังกล่าว บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามมาตรการต่างๆ เพื่อปกป้องพนักงานและลูกค้า และได้เฝ้าติดตามและประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อจำกัดผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อผลประกอบการและรักษาความยืดหยุ่นทางการเงินของบริษัทฯ

การดูแลพนักงานและลูกค้า

บริษัทฯ ดำเนินมาตรการป้องกันและรักษาสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานต่างๆ อาทิ จำกัดการเดินทาง การประชุมแบบพบหน้า การจัดสรรเวลาทำงานที่ยืดหยุ่น การเว้นระยะห่างทั้งในสาขาและสำนักงานใหญ่ การทำงานจากที่พักอาศัย การจัดตั้งจุดล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อไวรัส การตรวจคัดกรองอุณหภูมิพนักงานลูกค้า และผู้มาติดต่อ การลดการสัมผัสในพื้นที่สำนักงานและสาขา การจำกัดการเดินทางกลับภูมิลำเนาของพนักงาน ตลอดจนประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้พนักงาน ลูกค้า และผู้มาติดต่อ ปฏิบัติตามขั้นตอนเพื่อความปลอดภัยต่างๆ อย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เราสามารถส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการแม้ในสถานการณ์ที่มีข้อจำกัด

การบริหารห่วงโซ่อุปทานและคลังสินค้า

โสมโปรมีส่วนแบ่งของยอดขายสินค้าที่จัดหาจากต่างประเทศทั้งหมดประมาณ 10% โดยมีสัดส่วนที่มาจากประเทศจีนประมาณ 6-8% เท่านั้น ซึ่งบริษัทฯ ได้สำรองสินค้าในส่วนนี้ก่อนหน้าช่วงวันหยุดเทศกาลตรุษจีนตามปกติ ทำให้ไม่ได้รับผลกระทบมากนักจากการปิดทำการของลูกค้าในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 นอกจากนี้ ณ ปัจจุบัน คู่ค้าของบริษัทฯ บางส่วนได้กลับมาเริ่มดำเนินการผลิตตามปกติแล้ว ความเสี่ยงด้านความพร้อมของสินค้าจึงถือว่าอยู่ในระดับที่ควบคุมได้

ยอดขาย อุปสงค์ และการปิดสาขาชั่วคราว

บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการคงความต่อเนื่องในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการรักษาสุขภาพและความปลอดภัยของทั้งพนักงานและลูกค้า เราได้ปิดทำการสาขาในเขตพื้นที่ต่างๆ ตามคำสั่งของหน่วยงานภาครัฐดังนี้

- **ประเทศไทย** สืบเนื่องจากคำสั่งให้สถานประกอบการปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม 2563 เป็นต้นมา เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลให้โฮมโปรในประเทศไทย ปิดสาขาทั้งสิ้น 66 สาขา เมกาโฮม ปิดสาขาทั้งสิ้น 7 สาขา นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังต้องเลื่อนการจัดกิจกรรม HomePro Expo ในช่วงเดือนมีนาคมออกไปอีกด้วย
- **ประเทศมาเลเซีย** โฮมโปรในประเทศมาเลเซียปิดสาขาทั้งหมด 6 สาขา ตามคำสั่งของรัฐบาลประเทศมาเลเซีย ตั้งแต่วันที่ 18 มีนาคม 2563 เป็นต้นมา ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ซึ่งคำสั่งดังกล่าวจะสิ้นสุดลงในวันที่ 28 เมษายน 2563 หากไม่มีการประกาศขยายระยะเวลาบังคับใช้คำสั่ง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เองมีมาตรการรองรับการถ่ายเทอุปสงค์ของลูกค้าไปยังช่องทางออนไลน์และคอลเซ็นเตอร์ การประชาสัมพันธ์และกระตุ้นยอดขาย ทั้งทางเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ตลอดจนระบบโครงสร้างพื้นฐานและบริการสนับสนุนซึ่งช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการจับจ่ายใช้สอย เช่น Shop4You, Click & Collect, Same-day และ Next-day Delivery เป็นต้น

สำหรับบริการ Shop4You, Click & Collect และการดำเนินงานในสาขาที่ยังเปิดทำการตามปกติ บริษัทฯ ปฏิบัติตามมาตรการต่างๆ อาทิ การจำกัดจำนวนผู้เข้าพื้นที่ในช่วงเวลาเดียวกัน การรักษาความสะอาดในจุดต่างๆ โดยเฉพาะจุด checkouts ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทาง self-checkout ให้กับลูกค้าเพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสด้วย การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล (Social Distancing) ตลอดจนการจำกัดจำนวนชั่วโมงที่เปิดดำเนินการ โดยปฏิบัติตามคำสั่งห้ามเดินทางออกนอกเคหสถานนอกเวลาที่กำหนดของรัฐบาล (Curfew Order) อย่างเคร่งครัด

ผลการดำเนินงาน การวางแผนทางการเงิน และการบริหารสภาพคล่อง

บริษัทมีวงเงินสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง และมีวงเงินกู้ประเภทตั๋วแลกเงินระยะสั้น ซึ่งบริษัท ได้เบิกถอนเงินกู้ตามระยะเวลาใช้คืนภายใน 1, 2, 3, และ 6 เดือน หรือแล้วแต่ระยะเวลาที่ตกลงกัน เพื่อรักษาสภาพคล่องในระหว่างที่สาขาปิดดำเนินการบางส่วน บริษัทฯ ยืนยันว่าบริษัทฯ ยังสามารถรักษาความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย และปฏิบัติตามเงื่อนไขตามสัญญาทุกประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสามารถในการรักษาสัดส่วนหนี้สินต่อทุน

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการขยาย
อัตราการทำกำไรขึ้นต้นผ่านการคัดสรรและพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น
อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์ที่ยังไม่สามารถคาดการณ์ระยะเวลาที่แน่นอนของการบังคับใช้มาตรการของภาครัฐ
เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ได้นั้น ส่งผลให้บริษัทฯ ยังไม่สามารถกำหนดเป้าหมายผลการ
ดำเนินการสำหรับปี 2563 ได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ประเมินผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นตามความรุนแรงในระดับต่างๆ และดำเนินมาตรการ
เพื่อรักษาขีดความสามารถในการทำกำไร อาทิ การควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่างๆ เช่น ค่าใช้จ่ายทาง
การตลาด ค่าสาธารณูปโภค ค่าจ้างล่วงหน้า ค่าตอบแทนที่ขึ้นอยู่กับผลงาน (Commission) และค่าใช้จ่ายพนักงาน
ภายนอก (Outsource) เป็นต้น การบริหารคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนชะลอการลงทุนที่ไม่จำเป็น
เร่งด่วนออกไป รวมถึงบริหารกระแสเงินสด เงินทุนหมุนเวียน และสภาพคล่องทางการเงินอย่างรัดกุม ส่งผลให้อัตรา
การทำกำไรขึ้นต้นยังคงเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้

ในไตรมาสที่ 1 บริษัทฯ จึงยังไม่ได้มีการขยายสาขาใหม่ โดย ณ ไตรมาสที่ 1 ของปี 2563 บริษัทฯ มีสาขา
โฮมโปร 84 สาขา โฮมโปรเอส 9 สาขา เมกาโฮม 14 สาขา และโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซีย 6 สาขา

ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 บริษัทฯ ได้ใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า โดย
รับรู้ผลกระทบสะสมของการนำมาตราฐานการรายงานทางการเงินฉบับนี้มาถือปฏิบัติโดยปรับปรุงกำไรสะสม ณ วันที่ 1
มกราคม 2563 และไม่ปรับย้อนหลังงบการเงินปีก่อนที่แสดงเปรียบเทียบ ผลสะสมของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแสดง
อยู่ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 2

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้รวมและกำไรสุทธิเป็นจำนวน 14,545.59 ล้านบาท และ 1,266.52 ล้านบาท
ตามลำดับ ลดลง 6.14% และ 10.80% จากปีก่อนหน้า สำหรับยอดขายได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางเศรษฐกิจต่างๆ
และคำสั่งให้สถานประกอบการปิดดำเนินการดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

สำหรับผลการดำเนินงานงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2563 ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ดังนี้

ตารางที่ 1: สรุปข้อมูลทางการเงินสำหรับงวดประจำ 3 เดือนปี 2563 และ 2562

หน่วย: ล้านบาท

	ไตรมาส 1/2563	ไตรมาส 1/2562	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	% เปลี่ยนแปลง
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	14,545.58	15,496.89	(951.31)	(6.14%)
รายได้ค่าเช่า	382.00	560.82	(178.82)	(31.89%)
รายได้อื่น	405.71	495.30	(89.60)	(18.09%)
รวมรายได้	15,333.29	16,553.01	(1,219.72)	(7.37%)
ต้นทุนขายและบริการ	10,806.37	11,627.20	(820.83)	(7.06%)
กำไรขั้นต้น	3,739.21	3,869.69	(130.48)	(3.37%)
ต้นทุนค่าเช่า	150.00	159.63	(9.63)	(6.04%)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	2,709.73	2,908.29	(198.56)	(6.83%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1,667.19	1,857.88	(190.70)	(10.26%)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	115.06	107.83	7.23	6.70%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	285.60	330.21	(44.61)	(13.51%)
กำไรสำหรับงวด	1,266.52	1,419.84	(153.32)	(10.80%)

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 1 ปี 2563 เท่ากับ 1,266.52 ล้านบาท ลดลง 153.32 ล้านบาท หรือ 10.80% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักดังนี้

- รายได้รวม จำนวน 15,333.29 ล้านบาท ลดลง 1,219.72 ล้านบาท หรือ 7.37% ซึ่งประกอบไปด้วย
 - รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งเป็นรายได้ที่ประกอบไปด้วยรายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการลูกค้า Home Service รวมจำนวน 14,545.58 ล้านบาท ลดลง 951.31 ล้านบาท หรือ 6.14% เป็นผลมาจากการลดลงของยอดขายสาขาเดิมของธุรกิจโฮมโปร เมกาโฮม และโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซีย ซึ่งได้รับผลกระทบจากการปิดสาขาในประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม 2563 และสาขาในประเทศมาเลเซีย ตั้งแต่วันที่ 18 มีนาคม 2563 เนื่องด้วยสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างไรก็ตามรายได้จากการให้บริการลูกค้า Home Service ยังคงมีการเติบโต
 - รายได้ค่าเช่า จำนวน 382.00 ล้านบาท ลดลง 178.82 ล้านบาท หรือ 31.89% เป็นผลมาจากการปิดสาขาและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ โดยบริษัทฯ ได้ลดค่าเช่าให้แก่ผู้เช่า และการยกเลิกการจัดกิจกรรม HomePro Expo ในไตรมาสที่ 1

- รายได้อื่น จำนวน 405.71 ล้านบาท ลดลง 89.60 ล้านบาท หรือ 18.09% โดยเป็นผลมาจากการลดลงของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าในสาขา และการยกเลิกการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในงาน HomePro Expo
- 2. กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า Home Service รวมจำนวน 3,739.21 ล้านบาท ลดลง 130.48 ล้านบาท หรือ 3.37% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายเพิ่มขึ้นจาก 24.97% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 25.71% โดยเป็นผลมาจากการปรับเปลี่ยนของส่วนผสมสินค้ามิวเพื่อขายทั้งกลุ่มสินค้าทั่วไป และกลุ่มสินค้า Direct Sourcing การเพิ่มประสิทธิภาพวางแผนการจัดซื้อสินค้าของธุรกิจโฮมโปร เมกา โฮม และโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซีย และการยกเลิกการจัดกิจกรรม HomePro Expo ในไตรมาสที่ 1 แม้ว่าบริษัท มีต้นทุนค่าขนส่งเพิ่มขึ้นก็ตาม
- 3. ต้นทุนค่าเช่าและค่าบริการ จำนวน 150.00 ล้านบาท ลดลง 9.63 ล้านบาท หรือ 6.04% ปัจจัยหลักของการลดลงเป็นผลจากการลดลงของค่าเสื่อมราคา ซึ่งได้รวมผลกระทบของมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่าแล้ว รวมทั้งการลดลงของค่าสาธารณูปโภคของธุรกิจบริหารพื้นที่ให้เช่าที่ปิดตามมาตรการของภาครัฐ
- 4. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 2,709.73 ล้านบาท ลดลง 198.56 ล้านบาท หรือ 6.83% เมื่อเทียบกับปีก่อน ปัจจัยหลักของการลดลงที่เป็นผลมาจากการยกเลิกการจัดกิจกรรม HomePro Expo ค่าใช้จ่ายที่ผันแปรตามยอดขาย ได้แก่ ค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและค่าเช่าผันแปร ตลอดจนค่าเช่าประเภทคงที่ที่ลดลงตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า ซึ่งถูกจัดประเภทใหม่ไปรวมอยู่ในกลุ่มค่าใช้จ่ายทางการเงินแทน ส่งผลให้อัตรাসวนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายมีการปรับลดลงจาก 18.77% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 18.63%
- 5. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 115.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้นสุทธิ 7.23 ล้านบาท หรือ 6.70% จากผลกระทบของดอกเบี้ยจ่ายที่เพิ่มขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า ในขณะที่ดอกเบี้ยจ่ายลดลงจากการชำระหนี้ของหุ้นกู้ในไตรมาสที่ 4 ปี 2562
- 6. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 285.60 ล้านบาท ลดลง 44.61 ล้านบาท หรือ 13.51% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เป็นผลจากกำไรก่อนหักภาษีที่ลดลง

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาว วรณี จันทามงคล)

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ – กลุ่มบัญชีและการเงิน