



27 ตุลาคม 2563

ที่ ACC/HO 019/63

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ ประจำปีไตรมาสที่ 3/2563

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในไตรมาสที่สาม ปี 2563 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในประเทศทุเลาลง เนื่องจากผู้ติดเชื้อในประเทศลดลง อย่างไรก็ตาม การระบาดนอกประเทศยังอยู่ในอัตราที่สูง รวมถึงความกังวลการแพร่ระบาดระลอกใหม่ ทำให้ยังคงมีการจำกัดการเดินทางเข้าออก ส่งผลให้เกิดการหดตัวอย่างรุนแรงในภาคการท่องเที่ยว รวมไปถึงภาคการส่งออกที่ได้รับผลกระทบจากอุปสงค์ของประเทศคู่ค้าที่อ่อนแอลงมาก ส่งผลกระทบต่อเนื่องมาสู่กิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศ โดยเฉพาะการบริโภคและการลงทุนของภาคเอกชน รวมทั้งการผลิตภาคอุตสาหกรรมที่หดตัวสูง สืบเนื่องจากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาคส่วนต่างๆ ทั้งนี้ รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ได้พยายามออกมาตราการเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยและบรรเทาผลกระทบด้านเศรษฐกิจ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน มาตรการเพิ่มวงเงินสินเชื่อ มาตรการพักชำระหนี้ มาตรการช่วยเหลือผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เป็นต้น อย่างไรก็ตามกำลังซื้อของผู้บริโภคนั้นยังไม่กลับมาฟื้นตัวดังเดิม สอดคล้องกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ยังคงอยู่ในระดับที่ต่ำ รวมถึงหนี้สินภาคครัวเรือนที่ยังสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนความกังวลภาวะการจ้างงานในอนาคต ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอย

ในช่วง 9 เดือนแรก บริษัทฯ มีรายได้รวมและกำไรสุทธิเป็นจำนวน 45,740.09 ล้านบาท และ 3,609.72 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้า 9.41% และ 18.49% ตามลำดับ ทั้งนี้ผลการดำเนินงานที่ลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา มีปัจจัยหลักมาจากการปิดสาขาที่ประเทศไทยและมาเลเซียในช่วงไตรมาสที่สอง และไตรมาสสามถือเป็นช่วง Low Season ของธุรกิจค้าปลีก เนื่องจากเป็นช่วงฤดูฝน สำหรับกำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ยังคงได้รับผลกระทบจากยอดขายกลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ยังคงมีการเติบโต โดยกลุ่มสินค้านี้ดังกล่าวมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำ เช่น กลุ่มเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในครัว เป็นต้น

บริษัทฯ ได้มีกลยุทธ์เพื่อมุ่งเน้นพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การควบคุมค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาผลการดำเนินงานควบคู่กับมาตรการรักษาสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้า เช่น การปรับตัวเพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป (New Normal) การปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบ Omni Channel ซึ่งยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัทฯ ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทฯ จัดกิจกรรม

ส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขาย อาทิ การจัดงาน HomePro Expo ครั้งที่ 31 ในเดือนกรกฎาคม กิจกรรมฉลองโฮมโปรครบรอบ 24 ปี กิจกรรม Double Day อาทิ วันที่ 9 เดือน 9 เป็นต้น

สำหรับการเติบโตของบริษัทย่อยในไตรมาส 3 ภาพรวมของธุรกิจเมกา โฮม มีการเติบโตจากสาขาใหม่ที่เปิดเมื่อปีที่แล้ว แม้ยอดขายสาขาเดิมลดลงเล็กน้อย ส่วนธุรกิจโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซียหลังกลับมาเปิดดำเนินการมียอดขายที่เติบโต โดยได้แรงหนุนจากมาตรการช่วยเหลือทางการเงินต่างๆของรัฐบาลให้แก่ผู้บริโภค และความต้องการที่ถูกอั้นไว้ (Pent Up Demand) ทั้งนี้ภาพการดำเนินงานภาพรวมของบริษัทย่อยยังคงมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้นจากการปรับปรุงอัตราการทำการกำไรขั้นต้น และการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ยังไม่ได้มีการขยายสาขาใหม่ในไตรมาส 3 ปี 2563 โดยบริษัทฯ มีสาขาโฮมโปร 84 สาขา โฮมโปรเอส 9 สาขา เมกา โฮม 14 สาขา และโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซีย 6 สาขา

สำหรับผลการดำเนินงานงวด 3 เดือนและ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2563 ซึ่งได้รับการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ดังนี้

ตารางที่ 1: สรุปข้อมูลทางการเงินประจำไตรมาสที่ 3 ปี 2563 และ 2562

หน่วย: ล้านบาท

	ไตรมาส 3/2563	% ร้อยละ	ไตรมาส 3/2562	% ร้อยละ	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	% เปลี่ยนแปลง
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	15,064.3	100.0%	15,333.1	100.0%	(268.8)	(1.8%)
รายได้ค่าเช่า	487.2	3.2%	553.0	3.6%	(65.8)	(11.9%)
รายได้อื่น	468.0	3.1%	489.4	3.2%	(21.4)	(4.4%)
รวมรายได้	16,019.5	106.3%	16,375.5	106.8%	(356.0)	(2.2%)
ต้นทุนขายและบริการ	11,179.2	74.2%	11,370.1	74.2%	(190.9)	(1.7%)
กำไรขั้นต้น	3,885.1	25.8%	3,963.1	25.8%	(77.9)	(2.0%)
ต้นทุนค่าเช่า	135.8	0.9%	160.2	1.0%	(24.4)	(15.2%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร	2,892.9	19.2%	2,915.3	19.0%	(22.4)	(0.8%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1,811.6	12.0%	1,929.9	12.6%	(118.2)	(6.1%)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	110.0	0.7%	99.8	0.7%	10.3	10.3%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	301.1	2.0%	347.9	2.3%	(46.8)	(13.4%)
กำไรสำหรับงวด	1,400.5	9.3%	1,482.3	9.7%	(81.7)	(5.5%)

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ 1,400.52 ล้านบาท ลดลง 81.73 ล้านบาท หรือ 5.51% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักดังนี้

1. รายได้รวม จำนวน 16,019.49 ล้านบาท ลดลง 355.98 ล้านบาท หรือ 2.17% ซึ่งประกอบไปด้วย
 - รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งเป็นรายได้ที่ประกอบไปด้วยรายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 15,064.31 ล้านบาท ลดลง 268.83 ล้านบาท หรือ 1.75% ซึ่งเป็นผลมาจากยอดขายสาขาเดิมของธุรกิจโฮมโพรที่ลดลง โดยได้รับผลกระทบจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่น้อยลง สำหรับธุรกิจเมกา โฮม มียอดขายสาขาเดิมลดลงเล็กน้อย ส่วนธุรกิจโฮมโพรที่ประเทศมาเลเซียมียอดขายสาขาเดิมเติบโต อย่างไรก็ตามรายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) และรายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง
 - รายได้ค่าเช่า จำนวน 487.21 ล้านบาท ลดลง 65.76 ล้านบาท หรือ 11.89% เป็นผลมาจากการลดค่าเช่าในพื้นที่สาขาของโฮมโพรและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจให้แก่ผู้เช่าบางราย
 - รายได้อื่น จำนวน 467.97 ล้านบาท ลดลง 21.40 ล้านบาท หรือ 4.37% โดยเป็นผลมาจากการลดลงของรายได้ดอกเบี้ยรับ
2. กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 3,885.13 ล้านบาท ลดลง 77.93 ล้านบาท หรือ 1.97% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายลดลงเล็กน้อยจาก 25.85% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 25.79% โดยเกิดจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนยอดขายกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของธุรกิจโฮมโพร เช่น สินค้ากลุ่มเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในครัว เป็นต้น แม้ว่าธุรกิจเมกา โฮมและโฮมโพรที่ประเทศมาเลเซียจะมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา
3. ต้นทุนค่าเช่าและค่าบริการ จำนวน 135.80 ล้านบาท ลดลง 24.41 ล้านบาท หรือ 15.24% ปัจจัยหลักของการลดลงเป็นผลจากการลดลงของค่าสาธารณูปโภค ค่าเสื่อมราคา ค่าซ่อมแซม ค่าใช้จ่ายการจัดจ้างงานจากภายนอก (Outsource) ของธุรกิจบริหารพื้นที่ให้เช่า
4. ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร จำนวน 2,892.87 ล้านบาท ลดลง 22.43 ล้านบาท หรือ 0.77% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายมีการปรับเพิ่มขึ้นจาก 19.01% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 19.20% จากยอดขายที่ลดลง ถึงแม้ว่าค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงินจะลดลงก็ตาม โดยปัจจัยหลักมาจากการลดลงของค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต ค่าเช่าผืนแปร ค่าสาธารณูปโภค ค่าซ่อมแซม และค่าใช้จ่ายการจัดจ้างงานจากภายนอก (Outsource) อย่างไรก็ตาม ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นเนื่องจากการปรับปรุงรายการตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า
5. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 110.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นสุทธิ 10.26 ล้านบาท หรือ 10.28% จากผลกระทบของดอกเบี้ยจ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงรายการตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า ในขณะที่ดอกเบี้ยจ่ายจากหนี้สินทางการเงิน (Interest Bearing Debt) ลดลงจากการชำระหนี้ของหุ้นกู้ในไตรมาสที่ 4 ปี 2562 และไตรมาสที่ 2 ปี 2563
6. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 301.11 ล้านบาท ลดลง 46.77 ล้านบาท หรือ 13.44% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เป็นผลจากกำไรก่อนหักภาษีที่ลดลง

ตารางที่ 2: สรุปข้อมูลทางการเงินประจำงวด 9 เดือนปี 2563 และ 2562

หน่วย: ล้านบาท

	9 เดือน ปี 2563	% ร้อยละ	9 เดือน ปี 2562	% ร้อยละ	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	% เปลี่ยนแปลง
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	43,434.1	100.0%	47,375.3	100.0%	(3,941.3)	(8.3%)
รายได้ค่าเช่า	1,081.9	2.5%	1,622.6	3.4%	(540.6)	(33.3%)
รายได้อื่น	1,224.1	2.8%	1,496.0	3.2%	(271.9)	(18.2%)
รวมรายได้	45,740.1	105.3%	50,493.9	106.6%	(4,753.8)	(9.4%)
ต้นทุนขายและบริการ	32,522.1	74.9%	35,411.1	74.7%	(2,889.0)	(8.2%)
กำไรขั้นต้น	10,911.9	25.1%	11,964.2	25.3%	(1,052.3)	(8.8%)
ต้นทุนค่าเช่า	405.1	0.9%	485.2	1.0%	(80.1)	(16.5%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร	8,061.8	18.6%	8,824.8	18.6%	(763.0)	(8.6%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่าย ภาษีเงินได้	4,751.1	10.9%	5,772.7	12.2%	(1,021.7)	(17.7%)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	351.1	0.8%	315.5	0.7%	35.6	11.3%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	790.3	1.8%	1,028.5	2.2%	(238.2)	(23.2%)
กำไรสำหรับงวด	3,609.7	8.3%	4,428.7	9.3%	(819.0)	(18.5%)

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิในช่วง 9 เดือนแรกเท่ากับ 3,609.72 ล้านบาท ลดลง 819.00 ล้านบาท หรือ 18.49% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักดังนี้

1. รายได้รวม จำนวน 45,740.09 ล้านบาท ลดลง 4,753.80 ล้านบาท หรือ 9.41% ซึ่งประกอบไปด้วย
 - รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งเป็นรายได้ที่ประกอบไปด้วยรายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 43,434.06 ล้านบาท ลดลง 3,941.27 ล้านบาท หรือ 8.32% สาเหตุหลักมาจากการปิดสาขาชั่วคราวในประเทศไทยและมาเลเซีย โดยสาขาในประเทศไทยปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม 2563 แม้สามารถกลับมาเปิดดำเนินการตามปกติหลังวันที่ 17 พฤษภาคม 2563 แต่ยังคงจำกัดเวลาในการเปิดทำการน้อยกว่าปกติ สำหรับสาขาในประเศมาเลเซีย ปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 18 มีนาคม 2563 และเปิดทำการในวันที่ 4 พฤษภาคม 2563 และผลกระทบจากการยกเลิกการจัดกิจกรรม HomePro Expo ในไตรมาสที่ 1 ปี 2563 อย่างไรก็ตาม รายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) และรายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง
 - รายได้ค่าเช่า จำนวน 1,081.93 ล้านบาท ลดลง 540.64 ล้านบาท หรือ 33.32% เป็นผลมาจากการปิดร้านค้าเช่าที่อยู่ในพื้นที่สาขาของโฮมโปรและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลล์ และการลดค่าเช่าในพื้นที่สาขาของโฮมโปรและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลล์ รวมถึงการยกเลิกการจัดกิจกรรม HomePro Expo ในไตรมาสที่ 1 ปี 2563

- รายได้อื่น จำนวน 1,224.10 ล้านบาท ลดลง 271.90 ล้านบาท หรือ 18.18% โดยเป็นผลมาจากการลดลงของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าในสาขา การยกเลิกการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในงาน HomePro Expo ในไตรมาสที่ 1 ปี 2563 รวมถึงรายได้ดอกเบี้ยรับที่ลดลง
- 2. กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 10,911.93 ล้านบาท ลดลง 1,052.27 ล้านบาท หรือ 8.80% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายลดลงจาก 25.25% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 25.12% โดยเกิดจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนยอดขายกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของธุรกิจโฮมโปร เช่น สินค้ากลุ่มเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในครัว เป็นต้น แม้ว่าธุรกิจเมกา โฮมและโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซียจะมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แต่ไม่สามารถชดเชยกำไรขั้นต้นที่ลดลงจากผลกระทบของการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนยอดขายกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นน้อยกว่าค่าเฉลี่ยในธุรกิจโฮมโปร
- 3. ต้นทุนค่าเช่าและค่าบริการ จำนวน 405.09 ล้านบาท ลดลง 80.13 ล้านบาท หรือ 16.51% ปัจจัยหลักของการลดลงเป็นผลจากการลดลงของค่าสาธารณูปโภค ค่าเสื่อมราคา ค่าซ่อมแซม ค่าใช้จ่ายการจัดจ้างงานจากภายนอก (Outsource) ของธุรกิจบริหารพื้นที่ให้เช่า
- 4. ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร จำนวน 8,061.81 ล้านบาท ลดลง 763.02 ล้านบาท หรือ 8.65% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายมีการปรับลดลงจาก 18.63% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 18.56% สาเหตุหลักมาจากการยกเลิกการจัดกิจกรรม HomePro Expo รวมถึงการลดลงของค่าใช้จ่ายผันแปรและค่าใช้จ่ายคงที่ โดยค่าใช้จ่ายผันแปรประกอบไปด้วย ค่าจ้างล่วงหน้า ค่าตอบแทนที่ขึ้นอยู่กับผลงาน (Sales Incentive) ค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต ค่าเช่าผันแปร และค่าใช้จ่ายทางการตลาด ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวนั้นปรับลดลงตามยอดขาย ทางด้านค่าใช้จ่ายคงที่ ประกอบไปด้วย ค่าสาธารณูปโภค ค่าซ่อมแซม และค่าใช้จ่ายการจัดจ้างงานจากภายนอก (Outsource) ที่ลดลงตามจำนวนวันที่ปิดสาขา รวมถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายที่รัดกุมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นเนื่องจากการปรับปรุงรายการตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า
- 5. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 351.07 ล้านบาท เพิ่มขึ้นสุทธิ 35.56 ล้านบาท หรือ 11.27% จากผลกระทบของดอกเบี้ยจ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงรายการตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า ในขณะที่ดอกเบี้ยจ่ายจากหนี้สินทางการเงิน (Interest Bearing Debt) ลดลงจากการชำระหนี้ของหุ้นกู้ในไตรมาสที่ 4 ปี 2562 และไตรมาสที่ 2 ปี 2563
- 6. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 790.27 ล้านบาท ลดลง 238.22 ล้านบาท หรือ 23.16% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เป็นผลจากกำไรก่อนหักภาษีที่ลดลง

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาว วรณี จันทามงคล)

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ – กลุ่มบัญชีและการเงิน