



26 เมษายน 2565

ที่ ACC/HO 007/65

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ ประจำปีไตรมาสที่ 1/2565

เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 เริ่มต้นด้วยการมีมาตรการกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอย จากโครงการ “ซ้อปดีมีคืน” ในช่วง 1 มกราคม – 15 กุมภาพันธ์ โดยให้ผู้บริโภคสามารถนำไปกำกับภาษี เมื่อใช้จ่าย ไปลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ ตามฐานภาษีของแต่ละบุคคลโดยสามารถลดหย่อนได้สูงสุด 30,000 บาท ซึ่งถือเป็นการช่วยกระตุ้นการบริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าระดับรายได้ปานกลาง-สูง อย่างไรก็ตามมีแรงกดดันภายนอกที่เข้ามามีผลกระทบ ไม่ว่าจะเป็นประเด็นของความขัดแย้งระหว่างประเทศรัสเซีย-ยูเครน ที่ส่งผลให้ราคาพลังงานและราคาอาหารเพิ่มขึ้น และส่งผลกระทบต่อหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งได้สะท้อนผ่านตัวบ่งชี้ทางเศรษฐกิจอย่าง อัตราเงินเฟ้อไทย ที่สูงแตะระดับ 5.73% ในเดือนมีนาคม และอีกแรงกดดันหนึ่งก็คือตัวเลขผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตจากไวรัสโคโรนา สายพันธุ์โอไมครอน ที่เริ่มกลับมาเพิ่มจำนวนขึ้นอีกครั้งในหลายพื้นที่ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยที่ตัวเลขผู้ติดเชื้อ และผู้เสียชีวิตเพิ่มสูงขึ้นในช่วงเดือนกลางเดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม ซึ่งมียอดติดเชื้อเฉลี่ยต่อวัน มากกว่า 20,000 ราย ประเด็นเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อ และความมั่นใจในการบริโภคลดลง

ในด้านการผลักดันยอดขาย ในไตรมาสที่ 1 นี้ บริษัทฯ ได้มีการจัดงาน Homepro Electric Expo ช่วงวันที่ 11 – 20 มีนาคม 2565 ที่เป็นการจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายเน้นสินค้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งได้ช่วยสนับสนุนทั้งยอดขายสินค้าและบริการ รวมถึงรายได้จากพื้นที่เช่าในพื้นที่แสดงสินค้า นอกจากนี้ยังได้รับแรงหนุนจากมาตรการ “ซ้อปดีมีคืน” มีส่วนทำให้ภาพยอดขายของสาขาในประเทศมีการเติบโตขึ้น ส่วนในด้านการพัฒนาประสิทธิภาพและการปรับตัว บริษัทฯ ยังคงพัฒนาประสิทธิภาพของ ช่องทางการขาย ทั้งช่องทางสาขา และช่องทางออนไลน์ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งนอกจากจะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่องทางสาขาแล้ว ยังมีการจัดโปรโมชันต่างๆในช่องทางออนไลน์ด้วยเช่นกัน ซึ่งทำให้ยอดขายในไตรมาสที่ 1 นี้ เติบโตขึ้นต่อเนื่อง

ในด้านการบริหารจัดการต้นทุน และค่าใช้จ่าย ในไตรมาสที่ 1 นี้ จากภาวะต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับราคาพลังงานที่สูงขึ้น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการขนส่งสินค้า ส่งผลให้ต้นทุนสินค้าปรับเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยัง

สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขาย และการบริหาร ให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมาได้ จากการควบคุม และปรับปรุงประสิทธิภาพในด้านต่างๆ ทั้งทางการบริหารสาขา และระบบ supply chain

โดยบริษัทมีรายได้รวม และกำไรสุทธิในไตรมาสที่ 1 เป็นจำนวน 16,672.52 ล้านบาท และ 1,510.95 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 5.31% และ 10.90% จากปีก่อนหน้า

ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2565 บริษัท ยังไม่มีการเปิดสาขาทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยบริษัท มีโฮมโปร 87 สาขา โฮมโปรเอส 6 สาขา เมกาโฮม 14 สาขา และโฮมโปรในประเทศมาเลเซียอีก 7 สาขา

สำหรับผลการดำเนินงานงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565 ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ดังนี้

ตารางที่ 1: สรุปข้อมูลทางการเงินสำหรับงวดประจำ 3 เดือนปี 2565 และ 2564

หน่วย: ล้านบาท

	ไตรมาส 1/2565	% ร้อยละ	ไตรมาส 1/2564	% ร้อยละ	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	% เปลี่ยนแปลง
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	15,760.94	100.00%	15,052.41	100.00%	708.53	4.71%
รายได้ค่าเช่า	410.91	2.61%	324.55	2.16%	86.36	26.61%
รายได้อื่น	500.68	3.18%	455.61	3.03%	45.07	9.89%
<b>รวมรายได้</b>	<b>16,672.52</b>	<b>105.78%</b>	<b>15,832.56</b>	<b>105.18%</b>	<b>839.96</b>	<b>5.31%</b>
ต้นทุนขายและบริการ	11,664.28	74.01%	11,179.18	74.27%	485.11	4.34%
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>4,096.65</b>	<b>25.99%</b>	<b>3,873.23</b>	<b>25.73%</b>	<b>223.42</b>	<b>5.77%</b>
ต้นทุนค่าเช่า	155.26	0.99%	162.68	1.08%	(7.42)	(4.56%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร	2,869.83	18.21%	2,693.23	17.89%	176.60	6.56%
<b>กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้</b>	<b>1,983.14</b>	<b>12.58%</b>	<b>1,797.48</b>	<b>11.94%</b>	<b>185.66</b>	<b>10.33%</b>
รายได้ทางการเงิน	1.94	0.01%	2.83	0.02%	(0.89)	(31.36%)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	93.65	0.59%	106.75	0.71%	(13.10)	(12.27%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	380.49	2.41%	331.08	2.20%	49.40	14.92%
<b>กำไรสำหรับงวด</b>	<b>1,510.95</b>	<b>9.59%</b>	<b>1,362.47</b>	<b>9.05%</b>	<b>148.48</b>	<b>10.90%</b>

บริษัท มีผลกำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 1 ปี 2565 เท่ากับ 1,510.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 148.48 ล้านบาท หรือ 10.90% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักดังนี้

1. รายได้รวมจำนวน 16,672.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 839.96 ล้านบาท หรือ 5.31% ซึ่งประกอบไปด้วย
  - 1.1. รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วยรายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 15,760.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 708.53 ล้านบาท หรือ 4.71% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งการเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีส่วนมาจาก การฟื้นตัวของการบินในภูมิภาคที่มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยการฟื้นตัวจากนักท่องเที่ยวในประเทศเป็นหลัก รวมถึง มาตรการภาครัฐ (โครงการช้อปดีมีคืน) ที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการใช้จ่ายของลูกค้าบ้างในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ นอกจากนี้ บริษัทที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งช่องทางสาขา และช่องทางออนไลน์ โดยในไตรมาสที่ 1 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพิ่มเติม Homepro Electric Expo ในขณะเดียวกัน รายได้จากช่องทางออนไลน์ยังคงเติบโตได้ดี
  - 1.2. รายได้ค่าเช่า จำนวน 410.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 86.36 ล้านบาท หรือ 26.61% จากปีก่อน เป็นผลมาจากปัจจัยดังนี้
    - การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Homepro Electric Expo เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้มีการจัดกิจกรรมลักษณะนี้ จึงทำให้รายได้จากค่าเช่าเติบโตสูงขึ้น
    - การกลับมาเก็บค่าเช่าได้มากขึ้น ทั้งในส่วนของสาขาของโฮมโปรและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ เมื่อเทียบกับช่วงก่อนหน้าที่มีการลดค่าเช่าเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาให้แก่ธุรกิจพื้นที่เช่า รวมถึงการรับรู้รายได้ค่าเช่าจากโฮมโปรสาขาใหม่ที่บางนา กม.1 ที่เปิดดำเนินการในไตรมาสที่ 4 ของปี 2564
  - 1.3. รายได้อื่น จำนวน 500.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 45.07 ล้านบาท หรือ 9.89% โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าทั้งในช่องทางสาขา ช่องทางออนไลน์
2. กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 4,096.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 223.42 ล้านบาท หรือ 5.77% เมื่อเทียบกับปีก่อน รวมถึงอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายก็เพิ่มขึ้นจาก 25.73% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 25.99% ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมของกลุ่มสินค้าขายในกลุ่มของสินค้าที่มีอัตรากำไรเพิ่มขึ้น รวมถึงรายได้จากการบริการที่เพิ่มขึ้น แม้อัตราต้นทุนค่าขนส่งจะสูงขึ้นก็ตาม
3. ต้นทุนค่าเช่า จำนวน 155.26 ล้านบาท ลดลง 7.42 ล้านบาท หรือ 4.56% ส่วนหนึ่งมาจากการลดลงของค่าเสื่อมราคา ถึงแม้ว่าต้นทุนค่าสาธารณูปโภคจะเพิ่มขึ้นจากการกลับมาดำเนินงานได้เป็นปกติมากขึ้น
4. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 2,869.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 176.60 ล้านบาท หรือ 6.56% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตรากำไรต่อยอดขายมีการปรับเพิ่มขึ้นจาก 17.89% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 18.21% จากค่าใช้จ่ายกลุ่มเงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการป้องกัน Covid เช่น การตรวจ ATK ของพนักงาน รวมถึงค่าสาธารณูปโภค ค่าเช่า ค่าภาษีโรงเรียน และค่าใช้จ่ายทางการตลาด เป็นต้น
5. รายได้ทางการเงิน จำนวน 1.94 ล้านบาท ลดลง 0.89 ล้านบาท หรือ 31.36% จากรายได้ดอกเบี้ยรับที่ลดลง

6. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 93.65 ล้านบาท ลดลง 13.10 ล้านบาท หรือ 12.27% จากการออกหุ้นกู้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำลง เพื่อชำระหนี้ที่ครบกำหนดในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 และไตรมาสที่ 4 ปี 2564
7. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 380.49 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49.40 ล้านบาท หรือ 14.92% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนเป็นผลจากกำไรก่อนหักภาษีที่เพิ่มขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาว วรณี จันทามงคล)

รองกรรมการผู้จัดการ