



26 กรกฎาคม 2565

ที่ ACC/HO 009/65

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ ประจำปีไตรมาสที่ 2/2565

เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในไตรมาส 2 ปี 2565 ประเทศไทยเผชิญกับแรงกดดันทางด้านเศรษฐกิจจากอัตราเงินเฟ้อที่พุ่งสูงขึ้นแตะระดับ 7% ซึ่งนับได้ว่าเป็นระดับสูงที่สุดในรอบ 14 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้จากค่าใช้จ่ายด้านพลังงานและต้นทุนวัตถุดิบที่แพงขึ้น ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ทั้งในด้านต้นทุนของสินค้าและ ต้นทุนในการบริหารจัดการที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากน้ำมันดีเซล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อต้นทุนค่าขนส่งในภาคธุรกิจ ที่เริ่มมีการปล่อยราคาลอยตัวตั้งแต่เดือนพฤษภาคม นอกจากนี้ ยังเป็นปัจจัยที่ทำให้อัตราค่าไฟฟ้าสูงขึ้น จากปัจจัยทั้งหมดนี้ ย่อมกระทบโดยตรงต่อความกังวลและการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค และส่งผลให้ต่อดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในช่วงไตรมาส 2 ลดลงสู่ระดับต่ำสุดในรอบ 9 เดือน

ในขณะที่ช่วงไตรมาส 2 ซึ่งเป็นฤดูร้อน แต่ในปีนี้ ในประเทศมีฝนตก เร็วกว่าปกติเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งส่งผลกระทบต่อ จำนวนคนที่เข้ามาจับจ่ายใช้สอย รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงบ้านที่อาจมีการชะลอตัว และส่งผลกระทบการยอดขายสินค้าในกลุ่มทำความเย็น เช่น พัดลม แอร์ เป็นต้น ที่ไม่ได้เป็นไปตามเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงผลักดันยอดขายอย่างต่อเนื่องโดยในไตรมาส 2 นี้ บริษัทฯ ได้มีการจัดงาน Homepro Super Expo ช่วงวันที่ 2-6 เมษายน 2565 ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ไฮมโปรทุกสาขาทั่วประเทศ และทางออนไลน์ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มช่องทางให้กับลูกค้าในการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อสร้างความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าให้กับลูกค้า

ถึงแม้ว่า ในไตรมาสที่ 2 บริษัทฯ เผชิญกับภาวะต้นทุนในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้น จากปัจจัยด้านเงินเฟ้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากค่าใช้จ่ายด้านพลังงานที่สูงขึ้น แต่บริษัทฯ ยังพยายามบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยมีการควบคุมและปรับปรุงประสิทธิภาพในด้านต่างๆ ทั้งทางการบริหารในสาขาของบริษัท เช่น การรวมการบริหารงานของธุรกิจเมกาไฮมและธุรกิจไฮมโปร ภายใต้การบริหารจัดการในที่เดียวกัน รวมถึงการบริหารในระบบห่วงโซ่อุปทาน ควบคู่ไปด้วยเช่นกัน

ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2565 บริษัทฯ ยังไม่มีการเปิดสาขาทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยบริษัทฯ มีโฮมโปร 87 สาขา โฮมโปรเอส 6 สาขา เมกาโฮม 14 สาขา และโฮมโปรในประเทศมาเลเซียอีก 7 สาขา

สำหรับผลการดำเนินงานงวด 3 เดือน และ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ดังนี้

ตารางที่ 1: สรุปข้อมูลทางการเงินประจำไตรมาส 2 ปี 2565 และ 2564 (งวด 3 เดือน)

หน่วย: ล้านบาท

	ไตรมาส 2/2565		ไตรมาส 2/2564		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	ร้อยละ	%	ร้อยละ	%	เปลี่ยนแปลง	%
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	16,318.60	100.00%	16,154.31	100.00%	164.30	1.02%
รายได้ค่าเช่า	404.72	2.48%	302.43	1.87%	102.29	33.82%
รายได้อื่น	584.24	3.58%	497.56	3.08%	86.68	17.42%
<b>รวมรายได้</b>	<b>17,307.56</b>	<b>106.06%</b>	<b>16,954.30</b>	<b>104.95%</b>	<b>353.26</b>	<b>2.08%</b>
ต้นทุนขายและบริการ	12,123.16	74.29%	12,088.69	74.83%	34.47	0.29%
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>4,195.45</b>	<b>25.71%</b>	<b>4,065.62</b>	<b>25.17%</b>	<b>129.83</b>	<b>3.19%</b>
ต้นทุนค่าเช่า	175.90	1.08%	156.30	0.97%	19.61	12.55%
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร	3,029.59	18.57%	2,866.18	17.74%	163.41	5.70%
<b>กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้</b>	<b>1,978.90</b>	<b>12.13%</b>	<b>1,843.13</b>	<b>11.41%</b>	<b>135.77</b>	<b>7.37%</b>
รายได้ทางการเงิน	1.74	0.01%	1.80	0.01%	(0.06)	(3.39%)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	98.53	0.60%	101.83	0.63%	(3.30)	(3.24%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	362.04	2.22%	310.51	1.92%	51.53	16.59%
<b>กำไรสำหรับงวด</b>	<b>1,520.07</b>	<b>9.31%</b>	<b>1,432.59</b>	<b>8.87%</b>	<b>87.48</b>	<b>6.11%</b>

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 2 ปี 2565 เท่ากับ 1,520.07 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 87.48 ล้านบาท หรือ 6.11% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักดังนี้

- รายได้รวมจำนวน 17,307.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 353.26 ล้านบาท หรือ 2.08% ซึ่งประกอบไปด้วย
  - รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วยรายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 16,318.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 164.30 ล้านบาท หรือ 1.02% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งการปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยของรายได้ มีผลมาจากการเปิดสาขาใหม่ที่โฮมโปร

บางนา กม.1 ในไตรมาส 4 ปี 2564 และการฟื้นตัวของการบินในภูมิภาคที่มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบางส่วน ถึงแม้ว่าในไตรมาส 2 ปี 2565 จะมีฝนตกเร็วกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ส่งผลต่อการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังมีการผลักดันยอดขายโดยการจัดงาน Homepro Super Expo ที่ไฮมโปรทุกสาขาทั่วประเทศ และทางออนไลน์ เพื่อสร้างความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าให้กับลูกค้าจากช่องทาง การซื้อสินค้าและบริการที่หลากหลายขึ้น

- 1.2. รายได้ค่าเช่า จำนวน 404.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 102.29 ล้านบาท หรือ 33.82% จากปีก่อน เป็นผลมาจากพื้นที่เช่าในสาขาของไฮมโปรและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถเก็บค่าเช่าได้มากขึ้น เมื่อเทียบกับช่วงก่อนหน้าที่มีการลดค่าเช่าเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาให้แก่ธุรกิจพื้นที่เช่า รวมถึงการรับรู้รายได้ค่าเช่าจากไฮมโปรสาขาใหม่ที่บางนา กม.1 ที่เปิดดำเนินการในไตรมาสที่ 4 ของปี 2564
- 1.3. รายได้อื่น จำนวน 584.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 86.68 ล้านบาท หรือ 17.42% โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าทั้งในช่องทางสาขา ช่องทางออนไลน์
2. กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 4,195.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 129.83 ล้านบาท หรือ 3.19% เมื่อเทียบกับปีก่อน รวมถึงอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายก็เพิ่มขึ้นจาก 25.17% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 25.71% ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมของกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง รวมถึงรายได้จากการบริการที่เพิ่มขึ้น แม้ต้นทุนค่าขนส่งในการกระจายสินค้าสู่สาขาจะปรับตัวสูงขึ้นจากราคาน้ำมันก็ตาม
3. ต้นทุนค่าเช่า จำนวน 175.90 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19.61 ล้านบาท หรือ 12.55% โดยมาจากต้นทุนค่าสาธารณูปโภคที่เพิ่มขึ้นจากการกลับมาดำเนินงานได้เป็นปกติมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
4. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 3,029.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 163.41 ล้านบาท หรือ 5.70% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายมีการปรับเพิ่มขึ้นจาก 17.74% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 18.57% จากค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาดและการส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายกลุ่มเงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าขนส่งที่จัดส่งสินค้าให้ลูกค้า ค่าซ่อมแซม และการปรับสู่อัตราปกติของค่าภาษีโรงเรือน
5. รายได้ทางการเงิน จำนวน 1.74 ล้านบาท ลดลง 0.06 ล้านบาท หรือ 3.39% จากรายได้ดอกเบี้ยรับที่ลดลง
6. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 98.53 ล้านบาท ลดลง 3.30 ล้านบาท หรือ 3.24% จากการออกหุ้นกู้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำลง เพื่อชำระหนี้ที่ครบกำหนดในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 และไตรมาสที่ 4 ปี 2564
7. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 362.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 51.53 ล้านบาท หรือ 16.59% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนเป็นผลจากกำไรก่อนหักภาษีที่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2: สรุปข้อมูลทางการเงินครั้งแรกของปี 2565 และ 2564 (งวด 6 เดือน)

หน่วย: ล้านบาท

	6 เดือน	%	6 เดือน	%	เพิ่มขึ้น	%
	ปี 2565	ร้อยละ	ปี 2564	ร้อยละ	(ลดลง)	เปลี่ยนแปลง
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	32,079.54	100.00%	31,206.71	100.00%	872.83	2.80%
รายได้ค่าเช่า	815.62	2.54%	626.98	2.01%	188.65	30.09%
รายได้อื่น	1,084.91	3.38%	953.17	3.05%	131.74	13.82%
<b>รวมรายได้</b>	<b>33,980.07</b>	<b>105.92%</b>	<b>32,786.86</b>	<b>105.06%</b>	<b>1,193.22</b>	<b>3.64%</b>
ต้นทุนขายและบริการ	23,787.44	74.15%	23,267.87	74.56%	519.57	2.23%
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>8,292.10</b>	<b>25.85%</b>	<b>7,938.85</b>	<b>25.44%</b>	<b>353.25</b>	<b>4.45%</b>
ต้นทุนค่าเช่า	331.17	1.03%	318.98	1.02%	12.19	3.82%
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร	5,899.42	18.39%	5,559.40	17.81%	340.02	6.12%
<b>กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้</b>	<b>3,962.05</b>	<b>12.35%</b>	<b>3,640.61</b>	<b>11.67%</b>	<b>321.44</b>	<b>8.83%</b>
รายได้ทางการเงิน	3.68	0.01%	4.62	0.01%	(0.95)	(20.49%)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	192.19	0.60%	208.58	0.67%	(16.40)	(7.86%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	742.52	2.31%	641.59	2.06%	100.93	15.73%
<b>กำไรสำหรับงวด</b>	<b>3,031.02</b>	<b>9.45%</b>	<b>2,795.06</b>	<b>8.96%</b>	<b>235.96</b>	<b>8.44%</b>

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิสำหรับครึ่งแรกของปี 2565 เท่ากับ 3,031.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 235.96 ล้านบาท หรือ 8.44% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักดังนี้

8. รายได้รวมจำนวน 33,980.07 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,193.22 ล้านบาท หรือ 3.64% ซึ่งประกอบไปด้วย
  - 8.1. รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วยรายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 32,079.54 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 872.83 ล้านบาท หรือ 2.80% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งการเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีส่วนมาจาก การฟื้นตัวของการบริโภคในภูมิภาคที่มีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหลัก รวมถึงมาตรการภาครัฐ (โครงการช้อปดีมีคืน) ที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการใช้จ่ายของลูกค้าบ้างในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในงาน Homepro Electric Expo ในช่วงไตรมาส 1 ปี 2565 และงาน Homepro Super Expo ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2565

8.2. รายได้ค่าเช่า จำนวน 815.62 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 188.65 ล้านบาท หรือ 30.09% จากปีก่อน เป็นผลมาจากปัจจัย ดังนี้

- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Homepro Electric Expo ในช่วงไตรมาส 1 ปี 2565 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้มีการจัดกิจกรรมลักษณะนี้ จึงทำให้รายได้จากค่าเช่าเติบโตสูงขึ้น
- พื้นที่เช่าในสาขาของโฮมโปรและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถเก็บค่าเช่าได้มากขึ้น เมื่อเทียบกับช่วงก่อนหน้าที่มีการลดค่าเช่าเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาให้แก่ธุรกิจพื้นที่เช่า รวมถึงการรับรู้รายได้ค่าเช่าจากโฮมโปรสาขาใหม่ที่บางนา กม.1 ที่เปิดดำเนินการในไตรมาสที่ 4 ของปี 2564

8.3. รายได้อื่น จำนวน 1,084.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 131.74 ล้านบาท หรือ 13.82% โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าทั้งในช่องทางสาขา ช่องทางออนไลน์

9. กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 8,292.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 353.25 ล้านบาท หรือ 4.45% เมื่อเทียบกับปีก่อน รวมถึงอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายก็เพิ่มขึ้นจาก 25.44% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 25.85% ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมของกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง รวมถึงรายได้จากการบริการที่เพิ่มขึ้น แม้ต้นทุนค่าขนส่งในการกระจายสินค้าสู่สาขาจะปรับตัวสูงขึ้นจากราคาน้ำมันก็ตาม
10. ต้นทุนค่าเช่า จำนวน 331.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.19 ล้านบาท หรือ 3.82% โดยมาจากต้นทุนค่าสาธารณูปโภคที่เพิ่มขึ้นจากการกลับมาดำเนินงานได้เป็นปกติมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
11. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 5,899.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 340.02 ล้านบาท หรือ 6.12% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายมีการปรับเพิ่มขึ้นจาก 17.81% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 18.39% จากค่าใช้จ่ายกลุ่มเงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน และในช่วงไตรมาส 1 ปี 2565 มีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการป้องกัน Covid เช่น การตรวจ ATK ของพนักงาน นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าขนส่งที่จัดส่งสินค้าให้ลูกค้า การปรับสูตรปกติของค่าภาษีโรงเรือน และค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย เป็นต้น
12. รายได้ทางการเงิน จำนวน 3.68 ล้านบาท ลดลง 0.95 ล้านบาท หรือ 20.49% จากรายได้ดอกเบี้ยรับที่ลดลง
13. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 192.19 ล้านบาท ลดลง 16.40 ล้านบาท หรือ 7.86% จากการออกหุ้นกู้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำลง เพื่อชำระหนี้ที่ครบกำหนดในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 และไตรมาสที่ 4 ปี 2564
14. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 742.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 100.93 ล้านบาท หรือ 15.73% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนเป็นผลจากกำไรก่อนหักภาษีที่เพิ่มขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาว วรณี จันทามงคล)

รองกรรมการผู้จัดการ