



25 ตุลาคม 2565

ที่ ACC/HO 018/65

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ ประจำปีไตรมาสที่ 3/2565

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในไตรมาส 3 ปี 2565 เริ่มเห็นการฟื้นตัวเศรษฐกิจประเทศไทย โดยมีผลมาจากการคลี่คลายของสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 จากการกระจายวัคซีนที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลต่อการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากมาตรการผ่อนคลายการเดินทางเข้าประเทศและแนวทางกระตุ้นการท่องเที่ยวของทางภาครัฐ ถึงแม้ว่าจะมีความกดดันในเรื่องของเงินเฟ้อ จากการเพิ่มขึ้นของราคาพลังงานและสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้มีการออกมาตรการเพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในด้านต่างๆ อาทิ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน รวมถึงโครงการคนละครึ่ง เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและการจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศ ซึ่งช่วยบรรเทาผลกระทบจากเงินเฟ้อได้ส่วนหนึ่ง นอกจากนี้ ภาพรวมการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ของบริษัทฯ ในไตรมาส 3 ปี 2565 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนอย่างมาก เป็นผลมาจากฐานยอดขายต่ำในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ด้วยผลกระทบจากการปิดสาขาชั่วคราวตามมาตรการล็อกดาวน์ของภาครัฐ รวมถึงมีแรงหนุนจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคในปีนี้

ทั้งนี้ในไตรมาส 3 ของทุกปี เป็นช่วงเวลาที่ตรงกับฤดูฝนของประเทศไทย โดยในปีนี้มีค่าเฉลี่ยปริมาณน้ำฝนสูง และมีฝนตกยาวนานกว่าในหลายปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดน้ำท่วมหลายแห่งทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และ ต่างจังหวัด ส่งผลต่อความยากลำบากของลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการที่สาขา อย่างไรก็ตาม บริษัทฯยังคงมีการผลักดันการขายสินค้า โดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ อาทิ การจัดกิจกรรม Homepro Super Expo ในวันที่ 27-31 กรกฎาคม 2565 ที่ไฮมโปรทุกสาขาทั่วประเทศและออนไลน์ การจัดกิจกรรม Homepro Electric Expo 2022 ในวันที่ 19-28 สิงหาคม 2565 ที่ไบเทคบางนา และ การจัดกิจกรรม Double Day รวมถึงยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ที่สาขาและช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้บริษัทฯ มีการเติบโตของยอดขายที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มเมืองท่องเที่ยวที่เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงปีที่ผ่านมา

ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2565 ที่ผ่านมา เมกาโฮมได้รวมการบริหารงานเข้าเป็นส่วนเดียวกันกับโฮมโปร ภายใต้ชื่อ บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) จากเดิมที่มีการแบ่งแยกการบริหารงานอย่างชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารในด้านต่าง ๆ อาทิ การบริหารบุคลากร การบริหารสินค้าคงคลังและการควบคุมต้นทุนสินค้าให้เหมาะสม รวมถึงการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการซื้อสินค้าและบริการได้ทั้งระหว่างสาขาโฮมโปรและเมกาโฮม ที่รวดเร็วและหลากหลายเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจด้วยเช่นกัน

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 บริษัทฯ มีการเปิดสาขาโฮมโปร จำนวน 1 สาขา ได้แก่ สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยเป็นการย้ายสถานที่จากสาขาเดิมมาเปิดในพื้นที่ใกล้เคียงกันที่มีความสะดวกสบายต่อลูกค้ามากขึ้น รวมถึงบริษัทมีการปิดสาขาโฮมโปร จำนวน 1 สาขา ได้แก่ สาขาเดอะมอลล์ บางแค เนื่องจากสัญญาเช่าหมดอายุลง และบริษัทมีแผนที่จะเปิดสาขาใหม่ในบริเวณใกล้เคียงกันในปีถัดไป อีกทั้งยังมีการเปิดสาขาเมกาโฮม จำนวน 2 สาขา ได้แก่ สาขาพญา และ สาขาฉะเชิงเทรา ทั้งนี้ ณ สิ้นไตรมาสที่ 3 ปี 2565 บริษัทฯ มีโฮมโปร 86 สาขา โฮมโปรเอส 6 สาขา เมกาโฮม 16 สาขา และโฮมโปรในประเทศมาเลเซียอีก 7 สาขา

สำหรับผลการดำเนินงานงวด 3 เดือน และ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 ซึ่งได้รับการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1: สรุปข้อมูลทางการเงินประจำไตรมาส 3 ปี 2565 และ 2564

หน่วย: ล้านบาท

งบการเงินรวม	ไตรมาส	%	ไตรมาส	%	เพิ่มขึ้น	%
	3/2565	ร้อยละ	3/2564	ร้อยละ	(ลดลง)	เปลี่ยนแปลง
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	15,896.57	100.00%	13,170.18	100.00%	2,726.40	20.70%
รายได้ค่าเช่า	440.64	2.77%	217.05	1.65%	223.59	103.01%
รายได้อื่น	604.28	3.80%	389.61	2.96%	214.67	55.10%
รวมรายได้	16,941.50	106.57%	13,776.84	104.61%	3,164.66	22.97%
ต้นทุนขายและบริการ	11,636.54	73.20%	9,851.65	74.80%	1,784.89	18.12%
กำไรขั้นต้น	4,260.03	26.80%	3,318.53	25.20%	941.51	28.37%
ต้นทุนค่าเช่า	186.07	1.17%	144.26	1.10%	41.81	28.98%
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร	3,130.36	19.69%	2,591.98	19.68%	538.38	20.77%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1,988.52	12.51%	1,188.95	9.03%	799.58	67.25%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(0.59)	0.00%	0.00	0.00%	(0.59)	(0.00%)
รายได้ทางการเงิน	4.82	0.03%	1.17	0.01%	3.65	312.23%
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	122.83	0.77%	107.65	0.82%	15.18	14.10%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1,869.92	11.76%	1,082.46	8.22%	787.46	72.75%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	336.59	2.12%	212.05	1.61%	124.54	58.73%
กำไรสำหรับงวด	1,533.33	9.65%	870.41	6.61%	662.92	76.16%

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 3 ปี 2565 เท่ากับ 1,533.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 662.92 ล้านบาท หรือ 76.16% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักดังนี้

- รายได้รวมจำนวน 16,941.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,164.66 ล้านบาท หรือ 22.97% ซึ่งประกอบไปด้วย
 - รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วยรายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 15,896.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,726.40 ล้านบาท หรือ 20.70% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะของรายได้ มีผลหลักมาจากการเปิดให้บริการทุกสาขา เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ที่มีการปิดบางสาขาตามมาตรการล็อกดาวน์ของทางภาครัฐ รวมถึงได้รับอานิสงค์จากการฟื้นตัวของภาคบริโภคในประเทศและการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าในไตรมาส 3 ปี 2565 จะมีฝนตกหนักและน้ำท่วมในบางพื้นที่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานให้บริการของลูกค้าลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังมีการผลักดันยอดขายโดยการจัดงาน Homepro Super Expo ที่ไฮมโปรทุกสาขาทั่ว

ประเทศ และทางออนไลน์ รวมถึงงาน Homepro Electric Expo และกิจกรรม Double Day เพื่อสร้างความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าให้กับลูกค้าจากช่องทางการซื้อสินค้าและบริการที่หลากหลายขึ้น

- 1.2. รายได้ค่าเช่า จำนวน 440.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 223.59 ล้านบาท หรือ 103.01% จากปีก่อน เป็นผลมาจากการเก็บค่าเช่าพื้นที่เช่าในสาขาของโฮมโปรและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจได้มากขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีการปิดพื้นที่ให้เช่าตามมาตรการล็อกดาวน์ของทางภาครัฐ จึงมีการลดค่าเช่าเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาให้แก่ธุรกิจพื้นที่เช่า รวมถึงการรับรู้รายได้ค่าเช่าจากโฮมโปรสาขาใหม่ที่บางนา กม.1 ที่เปิดดำเนินการในไตรมาสที่ 4 ของปี 2564
- 1.3. รายได้อื่น จำนวน 604.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 214.67 ล้านบาท หรือ 55.10% โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าทั้งในช่องทางสาขา ช่องทางออนไลน์
2. กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 4,260.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 941.51 ล้านบาท หรือ 28.37% เมื่อเทียบกับปีก่อน รวมถึงอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายก็เพิ่มขึ้นจาก 25.20% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 26.80% ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมของกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง รวมถึงรายได้จากการบริการที่เพิ่มขึ้น แม้ต้นทุนค่าขนส่งในการกระจายสินค้าสู่สาขาจะปรับตัวสูงขึ้นจากราคาน้ำมันก็ตาม
3. ต้นทุนค่าเช่า จำนวน 186.07 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 41.81 ล้านบาท หรือ 28.98% โดยมาจากต้นทุนค่าสาธารณูปโภคที่เพิ่มขึ้นจากการกลับมาดำเนินงานได้เป็นปกติมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
4. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 3,130.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 538.38 ล้านบาท หรือ 20.77% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายอยู่ในระดับ 19.69% ซึ่งใกล้เคียงกับปีก่อนที่ระดับ 19.68% จากค่าใช้จ่ายในการเปิดสาขาใหม่ของโฮมโปรและเมกาโฮม ค่าสาธารณูปโภคที่ปรับสูงขึ้น การปรับสู่อัตราปกติของค่าภาษีโรงเรือน และค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย
5. รายได้ทางการเงิน จำนวน 4.82 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.65 ล้านบาท หรือ 312.23% จากรายได้ดอกเบี้ยรับที่เพิ่มขึ้น
6. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 122.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.18 ล้านบาท หรือ 14.10% จากการออกหุ้นกู้ในอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นในไตรมาสที่ 3 เพื่อเตรียมชำระหนี้ที่ครบกำหนดในไตรมาสที่ 4 ปี 2564
7. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 336.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 124.54 ล้านบาท หรือ 58.73% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนเป็นผลจากกำไรก่อนหักภาษีที่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2: สรุปข้อมูลทางการเงินประจำงวด 9 เดือนของปี 2565 และ 2564

หน่วย: ล้านบาท

งบการเงินรวม	9 เดือน	%	9 เดือน	%	เพิ่มขึ้น	%
	ปี 2565	ร้อยละ	ปี 2564	ร้อยละ	(ลดลง)	เปลี่ยนแปลง
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	47,976.11	100.00%	44,376.89	100.00%	3,599.22	8.11%
รายได้ค่าเช่า	1,256.27	2.62%	844.03	1.90%	412.24	48.84%
รายได้อื่น	1,689.19	3.52%	1,342.78	3.03%	346.42	25.80%
รวมรายได้	50,921.57	106.14%	46,563.69	104.93%	4,357.88	9.36%
ต้นทุนขายและบริการ	35,423.98	73.84%	33,119.52	74.63%	2,304.46	6.96%
กำไรขั้นต้น	12,552.13	26.16%	11,257.37	25.37%	1,294.76	11.50%
ต้นทุนค่าเช่า	517.24	1.08%	463.24	1.04%	54.00	11.66%
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร	9,029.78	18.82%	8,151.38	18.37%	878.40	10.78%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	5,950.57	12.40%	4,829.56	10.88%	1,121.01	23.21%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(0.59)	0.00%	0.00	0.00%	(0.59)	(0.00%)
รายได้ทางการเงิน	8.49	0.02%	5.79	0.01%	2.70	46.68%
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	315.02	0.66%	316.24	0.71%	(1.22)	(0.39%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	5,643.46	11.76%	4,519.11	10.18%	1,124.35	24.88%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1,079.11	2.25%	853.64	1.92%	225.47	26.41%
กำไรสำหรับงวด	4,564.35	9.51%	3,665.47	8.26%	898.87	24.52%

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2565 เท่ากับ 4,564.35 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 898.87 ล้านบาท หรือ 24.52% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักดังนี้

8. รายได้รวมจำนวน 50,921.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4,357.88 ล้านบาท หรือ 9.36% ซึ่งประกอบไปด้วย
 - 8.1. รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วยรายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 47,976.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,599.22 ล้านบาท หรือ 8.11% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งการเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีส่วนมาจาก การฟื้นตัวของการบินในประเทศและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงผลจากการเปิดให้บริการเต็มทุกสาขา เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนที่มีการปิดบางสาขาตามมาตรการล็อกดาวน์ของทางภาครัฐ นอกจากนี้ บริษัทได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ อาทิ งาน Homepro Electric Expo ในช่วงไตรมาส 1 และไตรมาส 3 ปี 2565 งาน Homepro Super Expo ในช่วงไตรมาส 2 และ ไตรมาส 3 ปี 2565 และกิจกรรม Double Day ในทุกเดือน

8.2. รายได้ค่าเช่า จำนวน 1,256.27 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 412.24 ล้านบาท หรือ 48.84% จากปีก่อน เป็นผลมาจากปัจจัยดังนี้

- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Homepro Electric Expo ในช่วงไตรมาส 1 และไตรมาส 3 ปี 2565 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ไม่ได้มีการจัดกิจกรรมลักษณะนี้ จึงทำให้รายได้ค่าเช่าเติบโตสูงขึ้น
- พื้นที่เช่าในสาขาของโฮมโปรและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถเก็บค่าเช่าได้มากขึ้น เมื่อเทียบกับช่วงก่อนหน้าที่มีการปิดศูนย์การค้าชั่วคราวในไตรมาสที่ 3 อันเนื่องมาจากสถานการณ์โควิด และมีการลดค่าเช่าเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาให้แก่ธุรกิจพื้นที่เช่า รวมถึงการรับรู้รายได้ค่าเช่าจากโฮมโปรสาขาใหม่ที่บางนา กม.1 ที่เปิดดำเนินการในไตรมาสที่ 4 ของปี 2564

8.3. รายได้อื่น จำนวน 1,689.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 346.42 ล้านบาท หรือ 25.80% โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าทั้งในช่องทางสาขา ช่องทางออนไลน์

9. กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 12,552.13 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,294.76 ล้านบาท หรือ 11.50% เมื่อเทียบกับปีก่อน รวมทั้งอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 25.37% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 26.16% ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมของกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง รวมถึงรายได้จากการบริการที่เพิ่มขึ้น แม้ต้นทุนค่าขนส่งในการกระจายสินค้าสู่สาขาจะปรับตัวสูงขึ้นจากราคาน้ำมันก็ตาม
10. ต้นทุนค่าเช่า จำนวน 517.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 54.00 ล้านบาท หรือ 11.66% โดยมาจากต้นทุนค่าสาธารณูปโภคที่เพิ่มขึ้นจากการกลับมาดำเนินงานได้เป็นปกติมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
11. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 9,029.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 878.40 ล้านบาท หรือ 10.78% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 18.37% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 18.82% จากค่าใช้จ่ายในการเปิดสาขาใหม่ของโฮมโปรและเมกาโฮม รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าสาธารณูปโภคที่ปรับสูงขึ้น การปรับสู่อัตราปกติของค่าภาษีโรงเรือน และค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย เป็นต้น
12. รายได้ทางการเงิน จำนวน 8.49 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.70 ล้านบาท หรือ 46.68% จากรายได้ดอกเบี้ยรับที่เพิ่มขึ้น
13. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 315.02 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 1.22 ล้านบาท หรือ 0.39% แม้ว่าจะมีการออกหุ้นกู้ในอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 แต่ก็มีมีการออกหุ้นกู้ที่อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าเพื่อทดแทนหุ้นกู้ที่ครบกำหนดในไตรมาสที่ 4 ปี 2564
14. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 1,079.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 225.47 ล้านบาท หรือ 26.41% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เป็นผลจากกำไรก่อนหักภาษีที่เพิ่มขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาว วรณี จันทามงคล)

รองกรรมการผู้จัดการ