

ที่ ACC/HO 011/66

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ ประจำปีไตรมาสที่ 2/2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ภาพรวมของเศรษฐกิจไทยในช่วงไตรมาส 2 ปี 2566 มีแนวโน้มขยายตัว จากการบริโภคของภาคเอกชนที่เพิ่มสูงขึ้น โดยปัจจัยหลักยังคงมาจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีรายได้สูงขึ้น และเกิดการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าภาพรวมเศรษฐกิจไทยยังคงดูสดใส ในช่วงปลายไตรมาส 2 ผู้บริโภคยังมีความกังวลต่อผลกระทบจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทางการเมือง ในเรื่องความล่าช้าของการจัดตั้งรัฐบาล หลังจากการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในช่วงเดือนพฤษภาคม 2566 ที่ผ่านมารวมถึงผลกระทบของยอดส่งออกที่ลดลงจากอุปสงค์ทั่วโลกที่อ่อนตัวลง ส่งผลให้ภาคธุรกิจยังคงต้องระมัดระวังและติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด รวมถึงวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่รัดกุมและเหมาะสม

ในช่วงไตรมาส 2 นั้น เป็นช่วงฤดูร้อนของประเทศไทย โดยในปีนี้ ค่าเฉลี่ยของอุณหภูมิสูงขึ้นกว่าหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในช่วงเดือนเมษายนและพฤษภาคม ส่งผลให้ยอดขายเครื่องใช้ไฟฟ้าของบริษัทฯ ในกลุ่มเครื่องทำความเย็น อาทิ เครื่องปรับอากาศ พัดลม และ พัดลมไอน้ำ เติบโตสูงขึ้นกว่าปกติ อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้มีการจัดแคมเปญ 'เก่ามีค่า นำมาแลกใหม่' หรือ 'Trade-in' ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในการจำหน่ายสินค้า รวมทั้งส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน โดยลูกค้าสามารถนำสินค้าชิ้นเก่า อาทิ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องปิ้งน้ำ เฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ มาแลกรับส่วนลดในการซื้อสินค้าชิ้นใหม่ในประเภทเดียวกันได้ ทำให้ภาพรวมยอดขายในช่วงไตรมาส 2 ปี 2566 มีการเติบโตสูงขึ้นทั้งในส่วนของสาขาและออนไลน์ แม้ว่าจะได้รับผลกระทบบางส่วนจากการที่ในช่วงไตรมาส 2 นั้น มีวันหยุดนักขัตฤกษ์หลายวัน และจากการที่ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่ฤดูฝนในช่วงเดือนมิถุนายน โดยมีฝนตกหนักในหลายพื้นที่ ส่งผลให้เกิดการชะลอตัวของโครงการก่อสร้างต่างๆ ก็ตาม

ทั้งนี้ ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ ยังคงเผชิญกับความกดดันในเรื่องของค่าใช้จ่ายต่างๆ ซึ่งยังคงอยู่ในระดับที่สูงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน อาทิ ค่าไฟฟ้า และค่าใช้จ่ายในการเตรียมเปิดสาขาใหม่จำนวน 3 สาขา จากการอบรมพนักงานล่วงหน้าเพื่อเตรียมตัวก่อนปฏิบัติงานจริง

สำหรับไตรมาส 2 ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการผลักดันยอดขายโดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กิจกรรม HomePro Super Expo ในวันที่ 5-9 เมษายน 2566 ที่ไฮมโปรทุกสาขาทั่วประเทศ และช่องทางออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ www.homepro.co.th รวมถึงมีการจัดกิจกรรม Double Day และกิจกรรม

ส่งเสริมการขายอื่นๆ ที่สาขาและช่องทางออนไลน์อย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายและเพิ่มความ
ได้เปรียบของการแข่งขันทางการตลาด

สำหรับการขยายสาขาในไตรมาสที่ 2 ยังคงดำเนินการตามแผนที่กำหนดไว้ โดยบริษัทฯ มีการเปิดสาขา
เมกาโฮมใหม่ จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขานครปฐม เชียงใหม่ และบางแสน รวมถึงมีการปิดโฮมโปร สาขาโลตัส
บางแค เพื่อเตรียมเปิดสาขาใหม่สำหรับช่วงไตรมาสที่ 3 ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ของปี 2566
บริษัทฯ มีโฮมโปร 86 สาขา โฮมโปรเอส 5 สาขา เมกาโฮม 24 สาขา และโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซีย 7 สาขา

สำหรับผลการดำเนินงานงวด 3 เดือน และ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 ซึ่งได้รับการสอบทานจาก
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1: สรุปข้อมูลทางการเงินประจำไตรมาส 2 ปี 2566 และ 2565 (งวด 3 เดือน)

หน่วย: ล้านบาท

งบการเงินรวม	ไตรมาส	%	ไตรมาส	%	เพิ่มขึ้น	%
	2/2566	ร้อยละ	2/2565	ร้อยละ	(ลดลง)	เปลี่ยนแปลง
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	17,788.83	100.00%	16,318.60	100.00%	1,470.23	9.01%
รายได้ค่าเช่า	463.59	2.61%	404.72	2.48%	58.88	14.55%
รายได้อื่น	650.24	3.66%	584.24	3.58%	66.01	11.30%
รวมรายได้	18,902.67	106.26%	17,307.56	106.06%	1,595.12	9.22%
ต้นทุนขายและบริการ	13,108.96	73.69%	12,123.16	74.29%	985.80	8.13%
กำไรขั้นต้น	4,679.87	26.31%	4,195.45	25.71%	484.43	11.55%
ต้นทุนค่าเช่า	200.57	1.13%	175.90	1.08%	24.67	14.02%
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร	3,466.27	19.49%	3,029.59	18.57%	436.68	14.41%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่าย ภาษีเงินได้	2,126.87	11.96%	1,978.90	12.13%	147.97	7.48%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(0.15)	0.00%	0.00	0.00%	(0.15)	N/A
รายได้ทางการเงิน	11.45	0.06%	1.74	0.01%	9.71	559.56%
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	129.85	0.73%	98.53	0.60%	31.32	31.78%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	2,008.32	11.29%	1,882.11	11.53%	126.22	6.71%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	388.45	2.18%	362.04	2.22%	26.42	7.30%
กำไรสำหรับงวด	1,619.87	9.11%	1,520.07	9.31%	99.80	6.57%

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 2 ปี 2566 เท่ากับ 1,619.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 99.80 ล้านบาท หรือ 6.57% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักดังนี้

1. รายได้รวมจำนวน 18,902.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,595.12 ล้านบาท หรือ 9.22% ซึ่งประกอบไปด้วย
 - 1.1. รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วยรายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 17,788.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,470.23 ล้านบาท หรือ 9.01% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สำหรับการปรับตัวเพิ่มขึ้นนี้ เป็นผลมาจากการบริโภคในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นในบางภูมิภาค ประกอบกับช่วงเดือนเมษายนและพฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงหน้าร้อนของประเทศไทย หลายพื้นที่มีค่าเฉลี่ยอุณหภูมิสูงขึ้นกว่าปกติ จึงทำให้ยอดขายเครื่องใช้ไฟฟ้า ในกลุ่มของเครื่องทำความเย็นต่างๆ มีการเติบโตสูงขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการผลักดันยอดขาย โดยมีการจัดแคมเปญ 'เก่ามีค่า นำมาแลกใหม่' หรือ 'Trade in' รวมถึงจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นๆ ผ่านช่องทางสาขาและออนไลน์ เพื่อสร้างความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าให้กับลูกค้าจากช่องทาง การซื้อสินค้าและบริการที่หลากหลายขึ้น
 - 1.2. รายได้ค่าเช่า จำนวน 463.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 58.88 ล้านบาท หรือ 14.55% จากปีก่อน เป็นผลมาจากการจัดเก็บรายได้ค่าเช่าพื้นที่เช่าในสาขาของโฮมโปรและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจได้มากขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
 - 1.3. รายได้อื่น จำนวน 650.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 66.01 ล้านบาท หรือ 11.30% โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับลูกค้าทั้งในช่องทางสาขาและช่องทางออนไลน์ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
2. กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 4,679.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 484.43 ล้านบาท หรือ 11.55% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย เพิ่มขึ้นจาก 25.71% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 26.31% ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมของกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง และการได้รับส่วนลดจากคู่ค้าที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มสินค้าที่มียอดขายสูงขึ้นตามฤดูกาล
3. ต้นทุนค่าเช่า จำนวน 200.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 24.67 ล้านบาท หรือ 14.02% โดยมาจากต้นทุนค่าสาธารณูปโภคที่เพิ่มขึ้น
4. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 3,466.27 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 436.68 ล้านบาท หรือ 14.41% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายอยู่ในระดับ 19.49% ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ระดับ 18.57% จากค่าไฟฟ้าและสาธารณูปโภค ค่าเสื่อมราคา และ ค่าใช้จ่ายในการเปิดสาขาใหม่ของเมกาโฮม จำนวน 3 สาขา ในช่วงไตรมาสที่ 2
5. รายได้ทางการเงิน จำนวน 11.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.71 ล้านบาท หรือ 559.56% จากรายได้ดอกเบี้ยรับที่เพิ่มขึ้น
6. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 129.85 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31.32 ล้านบาท หรือ 31.78% จากการออกหุ้นกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้ที่ครบกำหนดบางส่วนตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2565 ในอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน รวมถึงบริษัทฯ มีการทำสัญญาเช่าระยะยาวสำหรับสาขาใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้ดอกเบี้ยจ่ายตามมาตราฐาน TFRS16 สูงขึ้น
7. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 388.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.42 ล้านบาท หรือ 7.30% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เป็นผลจากกำไรก่อนหักภาษีที่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2: สรุปข้อมูลทางการเงินครั้งแรกของปี 2566 และ 2565 (งวด 6 เดือน)

หน่วย: ล้านบาท

งบการเงินรวม	6 เดือน	%	6 เดือน	%	เพิ่มขึ้น	%
	ปี 2566	ร้อยละ	ปี 2565	ร้อยละ	(ลดลง)	เปลี่ยนแปลง
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	35,012.30	100.00%	32,079.54	100.00%	2,932.76	9.14%
รายได้ค่าเช่า	940.58	2.69%	815.62	2.54%	124.96	15.32%
รายได้อื่น	1,201.66	3.43%	1,084.91	3.38%	116.75	10.76%
รวมรายได้	37,154.54	106.12%	33,980.07	105.92%	3,174.47	9.34%
ต้นทุนขายและบริการ	25,839.97	73.80%	23,787.44	74.15%	2,052.53	8.63%
กำไรขั้นต้น	9,172.34	26.20%	8,292.10	25.85%	880.24	10.62%
ต้นทุนค่าเช่า	393.83	1.12%	331.17	1.03%	62.66	18.92%
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร	6,658.66	19.02%	5,899.42	18.39%	759.23	12.87%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	4,262.10	12.17%	3,962.05	12.35%	300.05	7.57%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(0.83)	0.00%	0.00	0.00%	(0.83)	N/A
รายได้ทางการเงิน	14.06	0.04%	3.68	0.01%	10.39	282.67%
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	263.25	0.75%	192.19	0.60%	71.06	36.98%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	4,012.08	11.46%	3,773.54	11.76%	238.54	6.32%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	781.09	2.23%	742.52	2.31%	38.57	5.19%
กำไรสำหรับงวด	3,230.99	9.23%	3,031.02	9.45%	199.97	6.60%

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิสำหรับครึ่งปีแรก เท่ากับ 3,230.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 199.97 ล้านบาท หรือ 6.60% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักดังนี้

8. รายได้รวมจำนวน 37,154.54 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,174.47 ล้านบาท หรือ 9.34% ซึ่งประกอบไปด้วย
 - 8.1. รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วยรายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 35,012.30 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,932.76 ล้านบาท หรือ 9.14% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยการปรับตัวเพิ่มขึ้นดังกล่าว เป็นผลมาจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย การออกมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายให้สอดยของประชาชนในช่วงเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ การเติบโตของยอดขายในกลุ่มสินค้าทำความสะอาดในช่วงไตรมาส 2 ซึ่งตรงกับฤดูร้อน การจัดแคมเปญ 'เก่ามีค่า นำมาแลกใหม่' หรือ 'Trade in' รวมถึงการจัด

- กิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ทั้งช่องทางสาขาและออนไลน์ เพื่อกระตุ้นยอดขาย ได้แก่ กิจกรรม HomePro Expo 2023 ในช่วงไตรมาส 1 HomePro Super Expo ในช่วงไตรมาส 2 และกิจกรรม Double Day ในทุกเดือน
- 8.2. รายได้ค่าเช่า จำนวน 940.58 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 124.96 ล้านบาท หรือ 15.32% จากปีก่อน เป็นผลมาจากการจัดเก็บรายได้ค่าเช่าพื้นที่เช่าในสาขาของโฮมโปรและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจได้มากขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
 - 8.3. รายได้อื่น จำนวน 1,201.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 116.75 ล้านบาท หรือ 10.76% โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าทั้งในช่องทางสาขาและช่องทางออนไลน์ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
 9. กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 9,172.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 880.24 ล้านบาท หรือ 10.62% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย เพิ่มขึ้นจาก 25.85% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 26.20% ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมของกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง และการได้รับส่วนลดจากคู่ค้าที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มสินค้าที่มียอดขายสูงขึ้นตามฤดูกาล
 10. ต้นทุนค่าเช่า จำนวน 393.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 62.66 ล้านบาท หรือ 18.92% โดยมาจากต้นทุนค่าสาธารณูปโภคที่เพิ่มขึ้น
 11. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 6,658.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 759.23 ล้านบาท หรือ 12.87% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายอยู่ในระดับ 19.02% ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ระดับ 18.39% จากค่าไฟฟ้าและสาธารณูปโภค ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายในการเปิดสาขาใหม่ของเมกาโฮม จำนวน 6 สาขา
 12. รายได้ทางการเงิน จำนวน 14.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.39 ล้านบาท หรือ 282.67% จากรายได้ดอกเบี้ยรับที่เพิ่มขึ้น
 13. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 263.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 71.06 ล้านบาท หรือ 36.98% จากการออกหุ้นกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้ที่ครบกำหนดบางส่วนตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2565 ในอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน รวมถึงบริษัทฯ มีการทำสัญญาเช่าระยะยาวสำหรับสาขาใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้ดอกเบี้ยจ่ายตามมาตรฐาน TFRS16 สูงขึ้น
 14. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 781.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 38.57 ล้านบาท หรือ 5.19% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เป็นผลจากกำไรก่อนหักภาษีที่เพิ่มขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาว วรณี จันทามงคล)

รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน