



27 กุมภาพันธ์ 2567

ที่ ACC/HO 002/67

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในปี 2566 ที่ผ่านมา เศรษฐกิจไทยมีการเติบโตขึ้นแบบชะลอตัวลงเล็กน้อย จากข้อจำกัดในด้านต่างๆ อาทิ มูลค่าการส่งออกที่หดตัวลง สืบเนื่องมาจากอุปสงค์ของภาคการผลิตอุตสาหกรรมที่ลดลง ด้วยแรงกดดันจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ทั้งนี้หลังการขึ้นดอกเบี้ยเพื่อควบคุมอัตราเงินเฟ้อของธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค และทำให้เกิดหนี้ครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ยังคงเป็นแรงผลักดันสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในปีที่ผ่านมา โดยมีนักท่องเที่ยว เดินทางเข้ามายังประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้อยกว่าเป้าหมายในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2566 แต่ยังคงส่งผลให้เกิดการบริโภคและการใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่เพิ่มสูงขึ้น เกิดการจ้างงาน และการขยายขยายธุรกิจเพื่อรองรับอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้น

ในช่วงครึ่งแรกของ ปี 2566 รัฐบาลได้มีการออกมาตรการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชน ได้แก่ มาตรการช้อปดีมีคืน โดยมีระยะเวลาโครงการตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2566 ถึงวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2566 ซึ่งส่งผลให้เกิดการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นผลบวกของธุรกิจค้าปลีกทั้งในส่วนของยอดขายในช่องทางสาขาและออนไลน์ที่เติบโตขึ้น รวมถึงช่วงฤดูร้อน มีค่าเฉลี่ยอุณหภูมิสูงเกินกว่าปกติ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อน ส่งผลให้ยอดขายสินค้ากลุ่มเครื่องทำความเย็น อาทิ พัดลม และ เครื่องปรับอากาศ เพิ่มขึ้น อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้ริเริ่มโครงการ 'แลกเก่าเพื่อโลกใหม่' หรือ 'Trade In' โดยลูกค้าสามารถนำสินค้าเก่ามาแลกเปลี่ยนลดในการซื้อสินค้าใหม่ เพื่อกระตุ้นยอดขายและส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน และเป็นการผลักดันยอดขายส่วนหนึ่ง ส่งผลให้ยอดขายของครึ่งปีแรกโดยรวม มีการเติบโตอย่างเป็นไปตามเป้าหมาย

อย่างไรก็ตาม ในช่วงครึ่งปีหลัง หลังจากการเลือกตั้ง ได้มีการจัดตั้งรัฐบาลใหม่ แต่จากกระบวนการที่มีความล่าช้า ทำให้การเบิกจ่ายงบประมาณ และมาตรการในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ต้องมีการขยายเวลาออกไปนานขึ้น ส่งผลให้การประกาศมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในหลายๆ ด้าน มีผลบังคับใช้ในปี 2567 เป็นต้นไป จึงเกิดการชะลอตัวของ การใช้จ่ายในครึ่งปีหลัง รวมถึงในครึ่งปีหลังนี้ ยังได้รับผลกระทบจากหลายด้าน เช่น อัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มสูงขึ้น การ

เพิ่มขึ้นของหนี้ภาคครัวเรือน การลงทุนของภาคเอกชนที่ลดลง ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค ทำให้ยอดขายในช่วงครึ่งปีหลังโดยรวมต่ำกว่าเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ อย่างไรก็ตาม บริษัท ได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่น งาน HomePro Super Expo ที่ไฮมโปรทุกสาขาทั่วประเทศและทางออนไลน์ งาน HomePro Expo ที่อิมแพ็ค เมืองทองธานี และกิจกรรม Double Day ในช่องทางออนไลน์

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมองเห็นโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ จากการกลับมาฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย จึงได้มีการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์การใช้ชีวิตของลูกค้ามากขึ้น รวมถึงเร่งขยายสาขาในพื้นที่ที่มีศักยภาพ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า และเพิ่มอัตราการขยายตัวของรายได้และกำไร

สำหรับภาพรวมในการดำเนินงานในด้านต่างๆ ของบริษัทฯ ในปี 2566 มีรายละเอียดดังนี้

ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการสร้างรายได้

ในปัจจุบัน บริษัทฯ มีการเพิ่มช่องทางและโอกาสในการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านการสร้าง Omni Channel ที่แข็งแกร่งและไร้รอยต่อ ทั้งในส่วนของงานที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทั้งสาขาไฮมโปรและเมกาไฮม ภายหลังการควบรวมธุรกิจทั้งสองเข้าด้วยกัน บริการ Click & Collect กดสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และรับสินค้าที่หน้าร้าน บริการ Same Day Delivery & Installation จัดส่งสินค้าพร้อมติดตั้งภายในวัน รวมถึงการพัฒนาระบบการขายสินค้าและบริการของช่องทางสาขาและออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบโจทย์ทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ เว็บไซต์ www.homepro.co.th แอปพลิเคชัน HomePro Application, Home Service Application, HomeCard Application การจำหน่ายผ่านบริการ SHOP4YOU ในช่องทางไลน์และเฟสบุ๊ก การเปิดร้านค้า HomePro Living Official บนแพลตฟอร์ม Marketplace ของ Shopee และ Lazada อีกทั้งยังมีการสร้างเว็บไซต์สำหรับกลุ่มลูกค้าธุรกิจ (B2B customers) เพื่อการซื้อขายสินค้าและบริการที่ครอบคลุมสำหรับธุรกิจหลากหลายประเภท

ในปี 2566 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการนำเสนอแคมเปญ 'แลกเก่าเพื่อโลกใหม่' หรือ 'Trade In' โดยลูกค้าสามารถนำสินค้าเก่าในหมวดที่ร่วมรายการต่างๆ อาทิ หมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า หมวดประปา หมวดห้องครัวและอุปกรณ์ หมวดที่นอน หมวดเฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ มาแลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าใหม่ พร้อมบริการช่างติดตั้งสินค้าใหม่ที่บ้าน และรับสินค้าเก่าที่จะแลกคืน โดยมีวัตถุประสงค์โครงการเพื่อการสนับสนุนการจัดการสินค้าเก่าอย่างถูกวิธีและเหมาะสม เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน รวมถึงเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในการจำหน่ายสินค้าอีกด้วย

ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองเทรนด์และพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองเทรนด์และไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยมีการให้ความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า รวมไปถึงการติดตามนวัตกรรมที่ทันสมัย เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ และครอบคลุมการใช้ชีวิตของลูกค้าในทุกด้าน อาทิ ได้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ โซลาร์รูฟท็อป 'ไฮม โซลาร์' ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่บริการสำรวจ บริการออกแบบและติดตั้ง

รวมถึงการรับประกันและงานดูแลระบบหลังการขาย แบบครบวงจร เพื่อสนับสนุนเทรนด์การหันมาใช้พลังงานทางเลือก แทนการใช้พลังงานจากไฟฟ้า และเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในระยะยาว รวมถึงในปี 2566 ที่ผ่านมามีการพัฒนาสินค้าร่วมกับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) และ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ได้แก่ ผ้าผ่านประหยัดพลังงาน หรือ 'ผ้าผ่านเบอร์ 5' ซึ่งมีคุณสมบัติในการช่วยป้องกันแสงแดดและความร้อน รวมถึงช่วยปรับอุณหภูมิในพื้นที่อยู่อาศัย และสามารถประหยัดพลังงานได้ส่วนหนึ่ง

ด้านการพัฒนาประสิทธิภาพในการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

บริษัทฯ ได้มีการริเริ่มโครงการ 'แลกเปลี่ยนเพื่อโลกใหม่' หรือ 'Trade In' เพื่อการจัดการสินค้าเก่าอย่างถูกวิธี และครบวงจร โดยได้ร่วมกับพันธมิตร ในเรื่องของการสนับสนุนความยั่งยืน ทั้งนี้ สินค้าเก่าที่ลูกค้านำมาแลกเปลี่ยน จะถูกคัดแยกเพื่อนำชิ้นส่วนที่สามารถรีไซเคิลได้ กลับมาใช้เป็นวัสดุเพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าชิ้นใหม่ เพื่อเป็นการลดปริมาณขยะในสิ่งแวดล้อม และก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านของการลดมลพิษจากการทิ้งขยะที่ไม่ถูกวิธี

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องของการสนับสนุนความยั่งยืนในด้าน สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) อย่างต่อเนื่อง โดยมีการเข้าร่วมเป็นสมาชิก United Nations Global Compact (UNGC) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 และมีการตั้งเป้าหมายในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิจากการประกอบกิจการเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) รวมถึงมีการพัฒนากระบวนการทำงานภายในต่างๆ ตลอดเวลา เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่ได้ตั้งไว้ อาทิ การบริหารจัดการขยะให้เป็นศูนย์ (Zero Waste) การสนับสนุนการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Plastic Consumption) การใช้รถ EV ในการขนส่งสินค้า โดยในปี 2566 เริ่มมีการใช้รถ EV ในการให้บริการลูกค้าแล้วจำนวน 10 คัน และ การติดตั้งหลังคาโซลาร์เซลล์ (Solar Rooftop) ที่สาขา โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทฯ ติดตั้งหลังคาโซลาร์เซลล์แล้วทั้งสิ้น จำนวน 90 สาขา

ด้านการขยายสาขาในปี 2566

บริษัทฯ เดินหน้าขยายสาขาทั้งโฮมโพรและเมกาโฮม สืบเนื่องจากการมองเห็นโอกาสเติบโตของธุรกิจค้าปลีก หลังจากการเริ่มกลับมาฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศไทย รวมถึงจากการที่ได้วางระบบและรากฐานภายในบริษัทที่แข็งแกร่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ภายหลังจากควมรวบรวมธุรกิจโฮมโพรและเมกาโฮมเข้าด้วยกันตั้งแต่ปี 2565 ที่ผ่านมามี ในปี 2566 บริษัทฯ มีการเปิดสาขาโฮมโพรใหม่ 3 สาขา ได้แก่ สาขาบางบัวทอง สาขาภูเก็ท (เจ้าฟ้า) และสาขาซีคอน บางแค ซึ่งเป็นการเปิดทดแทนสาขาโลดส์ บางแค ที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน เพื่ออำนวยความสะดวกสบายแก่ลูกค้ามากขึ้น จากพื้นที่ให้บริการที่ใหญ่ขึ้น อีกทั้ง บริษัทฯ มีการเปิดสาขาเมกาโฮมใหม่ จำนวน 9 สาขา ได้แก่ สาขา รัตนวิเศษ บางพลี ดิวานนท์ นครปฐม เชียงใหม่ บางแสน ปลูกแดง ทุ่งสง และ ภูเก็ต (เจ้าฟ้า) ซึ่ง ณ สิ้นปี 2566 บริษัทฯ มีโฮมโพร 89 สาขา โฮมโพรเอส 5 สาขา เมกาโฮม 27 สาขา โฮมโพรในประเทศมาเลเซียอีก 7 สาขา และโฮมโพรในประเทศเวียดนามที่ยังคงจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทาง E-marketplace เป็นหลัก

ทั้งนี้ บริษัทฯ ขอแสดงความขอบคุณในความทุ่มเท มุ่งมั่น ตั้งใจ และมีความรับผิดชอบของบุคลากรทุกระดับ ตลอดจนการสนับสนุนที่ดีจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเสมอมา บริษัทฯ เชื่อว่าการเติบโตทางธุรกิจที่สร้างคุณค่าให้กับทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน คู่ค้า ผู้ถือหุ้น ตลอดจนชุมชนและสังคม เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่ช่วยผลักดันให้องค์กรก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน พร้อมเป็นส่วนหนึ่งของประเทศในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนเช่นกัน

สำหรับผลการดำเนินงานงวดประจำปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566 ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1: สรุปข้อมูลทางการเงินประจำงวดประจำปี 2566

หน่วย: ล้านบาท

งบการเงินรวม	2566	% ร้อยละ	2565	% ร้อยละ	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	% เปลี่ยนแปลง
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	68,283.31	100.00%	65,090.88	100.00%	3,192.43	4.90%
รายได้ค่าเช่า	1,882.23	2.76%	1,720.58	2.64%	161.65	9.39%
รายได้อื่น	2,656.23	3.89%	2,577.96	3.96%	78.27	3.04%
รวมรายได้	72,821.77	106.65%	69,389.43	106.60%	3,432.34	4.95%
ต้นทุนขายและบริการ	50,117.64	73.40%	48,077.70	73.86%	2,039.94	4.24%
กำไรขั้นต้น	18,165.67	26.60%	17,013.19	26.14%	1,152.49	6.77%
ต้นทุนค่าเช่า	786.39	1.15%	704.95	1.08%	81.44	11.55%
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร	13,402.99	19.63%	12,519.17	19.23%	883.82	7.06%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	8,514.75	12.47%	8,087.61	12.43%	427.14	5.28%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	-0.86	0.00%	-1.95	0.00%	1.09	-55.77%
รายได้ทางการเงิน	27.73	0.04%	16.95	0.03%	10.78	63.56%
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	567.46	0.83%	444.58	0.68%	122.88	27.64%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	7,974.16	11.68%	7,658.04	11.77%	316.12	4.13%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1,532.60	2.24%	1,440.95	2.21%	91.65	6.36%
กำไรสำหรับงวด	6,441.56	9.43%	6,217.09	9.55%	224.47	3.61%

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิสำหรับปี 2566 เท่ากับ 6,441.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 224.47 ล้านบาท หรือ 3.61% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักดังนี้

- รายได้รวมจำนวน 72,821.77 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,432.34 ล้านบาท หรือ 4.95% ซึ่งประกอบไปด้วย
 - รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วยรายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 68,283.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,192.43 ล้านบาท หรือ 4.90% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งการปรับตัวเพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากการรับรู้รายได้ที่เพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของโฮมโปร

และเมกาโฮม จากการขยายสาขาตั้งแต่ปี 2565 การจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้นสืบเนื่องมาจากโครงการ Trade-In รวมถึงการผลักดันยอดขายจากการจัดกิจกรรมและงานต่างๆ ได้แก่ งาน HomePro Super Expo ที่โฮมโปรทุกสาขาทั่วประเทศ และทางออนไลน์ งาน HomePro Expo ที่อิมแพ็ค เมืองทองธานี และกิจกรรม Double Day ในช่องทางออนไลน์ เพื่อสร้างความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าให้กับลูกค้าจากช่องทางการซื้อสินค้าและบริการที่หลากหลายขึ้น

- 1.2. รายได้ค่าเช่า จำนวน 1,882.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 161.65 ล้านบาท หรือ 9.39% จากปีก่อน เป็นผลมาจากการจัดเก็บรายได้ค่าเช่าพื้นที่เช่าในสาขาของโฮมโปรและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจได้มากขึ้น เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน การรับรู้รายได้ค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นจากพื้นที่เช่าในโฮมโปรสาขาใหม่ และรายได้ค่าเช่าจากการจัดงานใหญ่ HomePro Expo ในช่วงไตรมาส 4
- 1.3. รายได้อื่น จำนวน 2,656.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 78.27 ล้านบาท หรือ 3.04% โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าทั้งในช่องทางสาขา ช่องทางออนไลน์ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
2. กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า (Home Service) รวมจำนวน 18,165.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,152.49 ล้านบาท หรือ 6.77% เมื่อเทียบกับปีก่อน รวมถึงอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายก็เพิ่มขึ้นจาก 26.14% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 26.60% ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมของกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง การบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงรายได้จากการบริการ Home Service ที่เพิ่มขึ้น แม้ต้นทุนค่าขนส่งในการกระจายสินค้าสู่สาขาจะปรับตัวสูงขึ้นจากราคาน้ำมันก็ตาม
3. ต้นทุนค่าเช่า จำนวน 786.39 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 81.44 ล้านบาท หรือ 11.55% โดยมาจากต้นทุนค่าสาธารณูปโภคที่เพิ่มขึ้น ในช่วงไตรมาส 1 ถึง 3 ปี 2566
4. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 13,402.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 883.82 ล้านบาท หรือ 7.06% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายอยู่ในระดับ 19.63% ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ระดับ 19.23% จากค่าใช้จ่ายในการเปิดสาขาใหม่ของโฮมโปรและเมกาโฮม เงินเดือน ค่าเสื่อมราคา และค่าสาธารณูปโภค
5. รายได้ทางการเงิน จำนวน 27.73 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.78 ล้านบาท หรือ 63.56% จากรายได้ดอกเบี้ยรับที่เพิ่มขึ้น
6. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 567.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 122.88 ล้านบาท หรือ 27.64% จากการออกหุ้นกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้ที่ครบกำหนดบางส่วนตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ต่อเนื่องจนถึงไตรมาสที่ 4 ปี 2566 ในอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน รวมถึงบริษัท มีการทำสัญญาเช่าระยะยาวสำหรับสาขาใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้ดอกเบี้ยจ่ายตามมาตรฐาน TFRS16 สูงขึ้น
7. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 1,532.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 91.65 ล้านบาท หรือ 6.36% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนเป็นผลจากกำไรก่อนหักภาษีที่เพิ่มขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาว วรรณิ์ จันทามงคล)

รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน