

“โฮมโปร” อวดกำไรสุทธิ งวด 9 เดือน ปี 61 กว่า 3,926.85 ล้านบาท โต 16.86%



“โฮมโปร” อวดกำไรสุทธิ งวด 9 เดือน ปี 61 กว่า 3,926.85 ล้านบาท โต 16.86 %

หลังกวาดรายได้รวมทะลุ 48,859.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.51%

“โฮมโปร” โชว์รายได้รวมงวด 9 เดือน ปี 61 ทะลุ 48,859.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,657.73 ล้านบาท หรือ 3.51%

ผลมาจากการเติบโตของยอดขายสาขาเดิมของธุรกิจโฮมโปร และโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซีย ปรับตัวดีขึ้น รวมถึงรายได้ค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นภายในศูนย์การค้ามาร์เกต วิลเลจ และพื้นที่ให้เช่าสาขาใหม่ของสาขาโฮมโปร และรายได้จาก “Home Service” เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีกำไรสุทธิงวด 9 เดือนอยู่ที่ 3,926.85 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 566.42 ล้านบาท หรือ 16.86 % เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน

นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ “โฮมโปร” ผู้นำในธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านและที่อยู่อาศัยในประเทศไทยเปิดเผยถึงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 เผยว่า บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิเท่ากับ 3,926.85 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 566.42 ล้านบาท หรือ 16.86% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนโดยมีรายได้รวมจำนวน 48,859.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,657.73 ล้านบาท หรือ 3.51% เมื่อเทียบกับปีก่อน

โดยเพิ่มขึ้นจากรายได้จากการขาย จำนวน 45,720.21 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,549.60 ล้านบาท หรือ 3.51% % จากการเติบโตจากยอดขายสาขาใหม่ ทั้งธุรกิจโฮมโปร เมกา โฮม และโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซีย และมีรายได้จากค่าเช่าและบริการ จำนวน 1,437.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 58.26 ล้านบาท หรือ 4.22% เป็นผลมาจากรายได้ค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นจากพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้ามาร์เกต วิลเลจ และพื้นที่ให้เช่าสาขาใหม่ของสาขาโฮมโปร นอกจากนี้ยังมีส่วนของรายได้อื่นจำนวน 1,701.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49.88 ล้านบาท หรือ 3.02% โดยเป็นผลมาจากการเติบโตของรายได้ส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้า รวมถึงรายได้จากค่าบริการ “Home Service”

ทั้งนี้ บริษัทฯ มี กำไรขั้นต้น จำนวน 12,402.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 878.85 ล้านบาท หรือ 7.63% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายเพิ่มขึ้นจาก 26.09% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 27.13% โดยเป็นผลมาจากการปรับเปลี่ยนของส่วนผสมสินค้ามีไว้เพื่อขายทั้งกลุ่มสินค้าทั่วไป และกลุ่มสินค้า Direct Sourcing รวมถึงการปรับปรุงแผนการจัดซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่องของธุรกิจโฮมโปร และเมกาโฮม

บริษัท มี ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 10,411.53 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 342.92 ล้านบาท หรือ 3.41%เมื่อเทียบกับปีก่อน ปัจจัยหลักของการเพิ่มขึ้นที่เป็นตัวเงินเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายกลุ่มเงินเดือน ต้นทุนในการให้บริการแก่ลูกค้า ต้นทุนค่าขนส่ง ค่าเช่า และค่าซ่อมแซม อย่างไรก็ตามอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายมีการลดลงจาก 22.79% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 22.77%

นายคุณวุฒิ กล่าวต่อไปว่า ในช่วงไตรมาส 3 โดยปกติถือเป็นช่วง Low Season ของธุรกิจค้าปลีกที่เกิดจากผลกระทบของฤดูกาลเป็นหลัก ทั้งนี้ปริมาณฝนตกในปีนี้อาจถือว่ามากกว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นอุปสรรคในการเข้ามาจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าภาคการส่งออกและท่องเที่ยวจะยังขยายตัวก็ตาม แต่ราคาพืชผลทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ รวมถึงระดับหนี้สินภาคครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง ทำให้ยอดขายในไตรมาสที่ 3 ยังไม่ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

อย่างไรก็ตามบริษัท ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยของลูกค้า โดยได้มีการจัดงาน โฮมโพร แฟร์ (HomePro Fair) ที่เมืองทองธานีในช่วงเดือนกรกฎาคม รวมถึงการจัดงานโฮมโพร แฟร์ ในเมืองที่ยังมีการเติบโต เช่น หาดใหญ่ ตลอดจนการจัดกิจกรรม “ฉลองโฮมโพรครบรอบ 22 ปี” ในทุกสาขา เป็นต้น

สำหรับไตรมาสที่ 3 นี้ บริษัท ยังไม่มีการเปิดสาขา อย่างไรก็ตามบริษัท ยังคงมีแผนที่จะเปิดสาขา โฮมโพร เอส ในช่วงไตรมาสที่ 4 โดยเป็นการเปิดสาขาในเขตกรุงเทพฯ เป็นหลัก ส่งผลให้บริษัท มีสาขาในรูปแบบต่างๆ ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 ดังนี้ (1) โฮมโพร 82 สาขา (2) โฮมโพร เอส 5 สาขา (3) เมกา โฮม 12 สาขา และ (4) โฮมโพร ที่ประเทศมาเลเซีย 6 สาขา ทั้งนี้บริษัท ยังคงมุ่งเน้นในการปรับปรุงประสิทธิภาพและดำเนินงานตามแนวโน้มเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผลการดำเนินงานในภาพรวมของบริษัท ยังคงเป็นที่น่าพอใจ นายคุณวุฒิ กล่าวสรุปในตอนท้าย