

Company Update

HMPRO

Underperform

แนวโน้ม 2H68 ยังอ่อนแอ

Flash Points

- บริษัทเปิดเผยแนวโน้มธุรกิจ ใน 3Q68 ว่า ยอดขายสาขาเดิม (Same-store-sale growth: SSSG) น่าจะยังคงเป็นเลขตัวเดียวกลางๆ เนื่องจากกำลังซื้อของลูกค้าที่ลดลง อย่างไรก็ดี SSSG ใน 3Q68 น่าจะดีกว่าในช่วง 2Q68 ที่ลดลงสูงถึงกว่า 7% เนื่องจากเริ่มเห็นการฟื้นตัวของลูกค้ากลุ่มช่วง แต่ยอดขายลูกค้าทั่วไปยังคงอ่อนแอ
- บริษัทได้คงเป้าหมายในการขยายสาขาอีก 8 สาขา ในช่วง 2H68 เทียบกับ 1H68 ที่เปิดไป 3 สาขา โดยจะมีการเปิดสาขาใหม่ 2 สาขาใน 3Q68 และอีก 6 สาขาในช่วง 4Q68 ส่งผลให้จำนวนสาขาทั้งหมดจะเพิ่มเป็น 147 สาขา ในปลายปี 2568
- ในช่วง 2H68 บริษัทจะเน้นกลยุทธ์การใช้กิจกรรมทางการตลาดและบริการหลังการขายดึงดูดลูกค้าใหม่ให้เข้าร้าน เช่น โครงการสินค้าเก่าแลกใหม่ บริการติดตั้งฟรี และกิจกรรมวันช่างโฮมโปร เป็นต้น

Impact Insight

- คาดแนวโน้มกำไรใน 3Q68 ของ HMPRO จะยังอ่อนแอ ลดลงทั้ง QoQ และ YoY จากผลของฤดูกาลที่เข้าสู่หน้าฝนเต็มไตรมาส ประกอบกับกำลังซื้อที่ซบเซา นอกจากนี้ คาดบริษัทจะมีค่าใช้จ่ายขายและบริหารต่อยอดขายเพิ่มขึ้น จากทั้งยอดขายที่หดตัว และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดสาขาใหม่

Execution

- ฝ่ายวิจัยคงคำแนะนำ "Underperform" เนื่องจากแนวโน้มกำไรที่คาดยังคงหดตัวต่อเนื่องทั้ง QoQ และ YoY ใน 3Q68 ประกอบกับเศรษฐกิจของไทยยังขาดแรงหนุนเข้ามาช่วยกระตุ้นกำลังซื้อ โดยเราได้ปรับประมาณการกำไรสุทธิปี 2568 ลง 11% มาอยู่ที่ 5.9 พันล้านบาท (-9% YoY) และปี 2569 ลง 4% มาอยู่ที่ 6.8 พันล้านบาท (+10% YoY) เพื่อสะท้อนแนวโน้มยอดขายที่ลดลง รวมถึงค่าใช้จ่ายขายและบริหารต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งปรับราคาเป้าหมายปี 2568 จากเดิม 9.10 บาท ลงเหลือ 7.50 บาท (อิง PER ที่ระดับ 16.7 เท่า, -1.5S.D.)

Technical Chart



แนวโน้มราคา : Sideways Down

แนวรับ : 6.45 บาท

แนวต้าน : 8.55/9.85 บาท

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

Research
Division

จัดทำโดย ธิดารัตน์ พลโคม
นักวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานด้านตลาดทุน
เลขทะเบียนนักวิเคราะห์: 016564

ราคาปัจจุบัน (บาท)

6.95

Upside (%)

7.9

ราคาเป้าหมาย (บาท)

7.50

Dividend yield (%)

5.8

Consensus Analysis

EPS (บาท)	ASPS	IAA Cons	% diff
2568F	0.45	0.48	-6%
2569F	0.50	0.52	-4%

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

Global Peers

หุ้น	PE		P/BV	
	2568F	2569F	2568F	2569F
FLOOR & DECOR-A	45.69	38.33	3.75	3.44
MR DIY GROUP M B	24.12	21.87	7.39	6.75
HORNBACK HOLDING	10.37	10.30	0.80	0.77
KOHANAN SHOJI CO	7.69	7.74	NA	NA
DCM HD	11.05	9.79	0.76	0.71
KINGFISHER PLC	13.11	12.79	0.76	0.78

ที่มา : Bloomberg

ประมาณการตัวเลขสำคัญทางการเงิน

สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2,566	2567	2568F	2569F	2570F
ยอดขาย (ล้านบาท)	70,166	69,806	68,383	71,476	74,351
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	6,442	6,504	5,939	6,529	6,931
กำไรปกติ (ล้านบาท)	6,442	6,504	5,939	6,529	6,931
EPS (บาท)	0.49	0.49	0.45	0.50	0.53
DPS (บาท)	0.40	0.43	0.40	0.43	0.45
PER (เท่า)	14.2	14.1	15.4	14.0	13.2
Dividend Yield (%)	5.8%	6.2%	5.8%	6.2%	6.5%
PBV (เท่า)	3.6	3.4	3.3	3.1	3.0

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

ESG Assessment

SET ESG Ratings	AA
CG Score	ดีเลิศ
Anti-corruption ที่ผ่านการรับรอง	yes
ที่มา : SET	

ข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่สามารถที่จะยืนยันหรือรับรองความถูกต้องของข้อมูลเหล่านี้ได้ ไม่ว่าประการใดๆ บทวิเคราะห์และข้อมูลนี้ จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงหลักเกณฑ์ทางวิชาการเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์ และมีได้เป็นการชี้นำ หรือเสนอแนะให้ซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ การตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ของผู้อ่าน ไม่ว่าจะเกิดจากการอ่านบทความในเอกสารนี้หรือไม่ก็ตาม ว่าเป็นผลจากการใช้วิจารณญาณของผู้อ่าน โดยไม่ขึ้นต่อกับหรือพึ่งพิงข้อมูลใดๆ กับ บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่สามารถรับผิดชอบ

เน้นกิจกรรมทางการตลาดและบริการหลังการขายเพื่อดึงลูกค้า

บริษัทเปิดเผยแนวโน้มธุรกิจ ใน 3Q68 ว่า ยอดขายสาขาเดิม (Same-store-sale growth: SSSG) น่าจะยังติดลบ เป็นเลขตัวเดียวกลาง เนื่องจากยอดขายเฉลี่ยต่อใบเสร็จ (sales per ticket) ลดลงอย่างชัดเจน ซึ่งสะท้อนกำลังซื้อของลูกค้าที่ลดลง อย่างไรก็ดี SSSG ใน 3Q68 น่าจะดีกว่าในช่วง 2Q68 ที่ติดลบถึงกว่า 7% (สาขาของโฮมโปรติดลบ -8.8% และสาขาของเมกะโฮมติดลบ -1.6%) เนื่องจากเริ่มเห็นการฟื้นตัวของลูกค้ากลุ่มช่วง ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการปรับปรุงซ่อมแซมบ้านเดิมแทนการซื้อบ้านใหม่ รวมถึงอาจมีอุปสงค์การซ่อมแซมที่เกี่ยวกับแผ่นดินไหวเข้ามาบางส่วน อย่างไรก็ตาม ยอดขายกลุ่มลูกค้าทั่วไปยังมีแนวโน้มอ่อนแอ ทั้งนี้ ภายใต้สภาวะอุตสาหกรรมโดยรวมที่ซบเซา บริษัทได้วางกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายสำหรับช่วงที่เหลือของปีไว้ 2 แนวทางหลัก ได้แก่

- 1) การดึงดูดลูกค้าใหม่ ผ่านกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ เช่น โครงการ สินค้าเก่าแลกใหม่ ซึ่งจะมีการเพิ่มชนิดของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ลูกค้าสามารถนำมาร่วมโครงการให้มีความหลากหลายขึ้น
- 2) บริการหลังการขาย เช่น บริการติดตั้งฟรี กิจกรรมวันช่วงโฮมโปร (ซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่า หากซ่อมไม่ได้ ก็จะเสนอโครงการสินค้าเก่าแลกใหม่กับลูกค้า) และบริการส่งด่วนสินค้าชิ้นเล็ก เป็นต้น

ทั้งนี้ บริษัทได้คงเป้าหมายในการขยายสาขาอีก 8 สาขา ในช่วง 2H68 เทียบกับ 1H68 ที่เปิดไป 3 สาขา แม้ว่าในระยะสั้นจะมีแรงกดดันจากกำลังซื้อที่อ่อนแอ แต่บริษัทให้ความสำคัญกับการประกอบธุรกิจในระยะยาว รวมถึงการหางานจากผู้ประกอบการรายอื่น โดยเน้นทำเลที่มีศักยภาพที่ยังมีแนวโน้มอุปสงค์เติบโต โดยบริษัทจะมีการเปิดสาขาใหม่ 2 สาขาใน 3Q68 และอีก 6 สาขาในช่วง 4Q68 ส่งผลให้จำนวนสาขาทั้งหมดจะเพิ่มเป็น 147 สาขา ในปลายปี 2568

แนวโน้มกำไร 3Q68 คาดหดตัวทั้ง QoQ และ YoY

ฝ่ายวิจัยคาดแนวโน้มกำไรใน 3Q68 ของ HMPRO จะยังอ่อนแอ ลดลงทั้ง QoQ และ YoY จากผลของฤดูกาลที่เข้าสู่หน้าฝนเต็มไตรมาส ประกอบกับกำลังซื้อที่ซบเซา นอกจากนี้ คาดบริษัทจะมีค่าใช้จ่ายขายและบริหารต่อยอดขายเพิ่มขึ้น จากทั้งยอดขายที่หดตัว และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดสาขาใหม่ ส่วนแนวโน้มกำไรใน 4Q68 คาดฟื้นตัว QoQ จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นตามกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ที่จะมีมากขึ้นช่วงปลายปี และค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยที่คาดว่าจะลดลง อย่างไรก็ดี คาดว่ากำไรน่าจะยังเห็นการหดตัว YoY ต่อเนื่อง

คงคำแนะนำ “Underperform” และปรับประมาณการกำไรลง

ฝ่ายวิจัยคงคำแนะนำ “Underperform” เนื่องจากแนวโน้มกำไรที่คาดยังหดตัวต่อเนื่องทั้ง QoQ และ YoY ใน 3Q68 ประกอบกับภาพเศรษฐกิจโดยรวมของไทยยังขาดแรงหนุนที่ชัดเจนที่จะเข้ามาช่วยกระตุ้นกำลังซื้อ โดยเราได้ปรับประมาณการกำไรสุทธิปี 2568 ลง 11% มาอยู่ที่ 5.9 พันล้านบาท (-9% YoY) และปี 2569 ลง 4% มาอยู่ที่ 6.8 พันล้านบาท (+10% YoY) เพื่อสะท้อนแนวโน้มยอดขายที่ลดลง รวมถึงค่าใช้จ่ายขายและบริหารต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งปรับราคาเป้าหมายปี 2568 จากเดิม 9.10 บาท ลงเหลือ 7.50 บาท (อิง PER ที่ระดับ 16.7 เท่า, -1.5S.D.)

การดำเนินงานด้าน ESG ของ HMPRO

Environment (E):

-สนับสนุนการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Consumption) ผ่านการพัฒนาและการสนับสนุนกลุ่มสินค้า ECO Product โดยมีสินค้ากลุ่มเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สินค้ากลุ่มประหยัดพลังงาน สินค้ากลุ่มประหยัดน้ำ สินค้ากลุ่มรักษาป่าไม้ สินค้ากลุ่มลดก๊าซเรือนกระจก สินค้ากลุ่มสุขภาพและความปลอดภัย ซึ่งใน 1H68 บริษัทมีส่วนการจำหน่ายสินค้า ECO Product 51.0% ทำได้เกินเป้าหมายสัดส่วนการจำหน่ายสินค้า ECO Product ที่ 50% ภายในปี 2568 ขณะที่ส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Plastic Consumption) ที่ระดับ 90.2% ใน 1H68 โดยมีเป้าหมายที่จะทำได้ 100% ภายในปี 2568

Social (S):

บริษัทมุ่งเน้นที่จะสนับสนุนและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคม เพื่อให้ชุมชนได้รับค่าจ้างที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต (Living Wage) พร้อมทั้งส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ผ่านการฝึกพัฒนาช่างในโครงการเก้าแก่น้อย เพื่อให้มีมาตรฐานสามารถ ให้บริการลูกค้าอย่างเพียงพอ อย่างไรก็ตามลูกค้าประสบปัญหาในการหาช่างที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการ ทั้งนี้ในมุมมองของบริษัทฯ ได้มีการขยายงานบริการอย่างต่อเนื่อง และต้องการช่างเป็นจำนวนมาก เนื่องจากช่างที่รับงานจากบริษัทฯ มีทั้งในรูปแบบบริษัทและช่างทั่วไป บริษัทพบว่าช่างเป็นจำนวนมากที่มีความรู้ความสามารถ และอยากเป็นเจ้าของกิจการ มีบริษัทเป็นของตนเอง แต่ขาดทุนทรัพย์ บริษัทจึงให้การสนับสนุน และช่วยเหลือช่างกลุ่มนี้ให้มีโอกาสเติบโตเป็นเจ้าของกิจการ มีความพร้อมรับการกระจายงานของบริษัทและเติบโตไปพร้อมกับบริษัท

นอกจากนี้บริษัทยังส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น บริษัทจึงเดินหน้านำมอบห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย ในโรงเรียนสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ทั่วประเทศผ่านโครงการ “ห้องน้ำ ของหนู” และมอบห้องน้ำ มาตรฐาน Universal Design หรือ UD ผ่านโครงการ “ห้องน้ำ เพื่อสังคมและผู้สูงอายุ” ในสวนสาธารณะ โดยร่วมกับสำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานครในการคัดเลือกสวนสาธารณะใน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อเข้าดำเนินการปรับปรุงห้องน้ำ

Governance (G): บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ยึดถือหลักธรรมาภิบาล มีจริยธรรม และโปร่งใส ให้ความสำคัญและส่งเสริมพันธมิตรทางธุรกิจอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ มีกระบวนการคัดเลือกและการปฏิบัติต่อคู่ค้าเป็นไปอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีคู่ค้าที่มีชื่อเสียงที่ดี มีการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีจริยธรรม (Ethical Sourcing) ความเป็นมืออาชีพ คำนึงถึงประเด็นสังคม

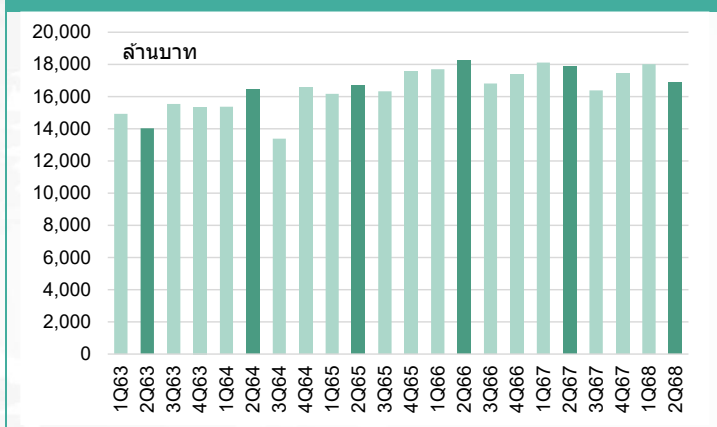
ESG Comment: เป้าหมายของบริษัทและการดำเนินการด้าน ESG ที่ผ่านมา ซึ่งทำได้ตามเป้าหมาย นอกจากส่งผลให้ HMPRO ได้ SET ESG rating ที่ AA แล้ว ยังช่วยให้มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภค และช่วยให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายต่างๆด้วย ซึ่งจะนำไปสู่กำไรที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ผลการดำเนินงานรายไตรมาส

(ล้านบาท)	2Q66	3Q66	4Q66	1Q67	2Q67	3Q67	4Q67	1Q68	2Q68	QoQ (%)	YoY (%)
รายได้จากการขายและบริการ	18,252	16,824	17,388	18,115	17,856	16,397	17,438	18,019	16,867	-6.4%	-5.5%
ต้นทุนขายและบริการ	(13,310)	(12,211)	(12,460)	(13,225)	(13,034)	(11,821)	(12,465)	(13,161)	(12,364)	-6.0%	-5.1%
กำไรขั้นต้น	4,943	4,614	4,929	4,890	4,822	4,576	4,973	4,858	4,502	-7.3%	-6.6%
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	(3,466)	(3,237)	(3,507)	(3,273)	(3,339)	(3,203)	(3,525)	(3,192)	(3,192)	0.0%	-4.4%
รายได้อื่นๆ	650	666	787	673	679	574	844	636	590	-7.1%	-13.0%
กำไรปกติ	1,620	1,533	1,677	1,713	1,622	1,442	1,727	1,707	1,399	-18.1%	-13.8%
กำไรสุทธิ	1,620	1,533	1,677	1,713	1,622	1,442	1,727	1,707	1,399	-18.1%	-13.8%
EPS	0.12	0.12	0.13	0.13	0.12	0.11	0.13	0.13	0.11	-18.1%	-13.8%
Gross Profit Margin (%)	27.1%	27.4%	28.3%	27.0%	27.0%	27.9%	28.5%	27.0%	26.7%		
SG&A/Sales (%)	19.0%	19.2%	20.2%	18.1%	18.7%	19.5%	20.2%	17.7%	18.9%		
Net Profit Margin (%)	8.9%	9.1%	9.6%	9.5%	9.1%	8.8%	9.9%	9.5%	8.3%		
Norm Profit Margin (%)	8.9%	9.1%	9.6%	9.5%	9.1%	8.8%	9.9%	9.5%	8.3%		

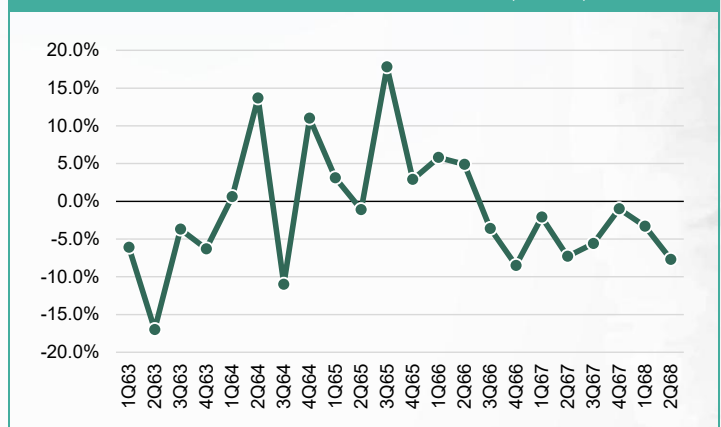
ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

รายได้จากการขายและบริการ



ที่มา : HMPRO, สายงานวิจัย บล.เอเชีย พลัส

การเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิม (SSSG)



ที่มา : HMPRO, สายงานวิจัย บล.เอเชีย พลัส

สมมติฐานในการทำประมาณการ

(ล้านบาท)	2568F			2569F		
	ก่อน	หลัง	(%)	ก่อน	หลัง	(%)
ยอดขาย	69,457	68,383	-1.5%	70,564	71,476	1.3%
ต้นทุนขาย	(50,187)	(49,740)	-0.9%	(50,872)	(51,705)	1.6%
อัตรากำไรขั้นต้น	27.7%	27.3%	-0.5%	27.9%	27.7%	-0.2%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(12,989)	(13,092)	0.8%	(13,195)	(13,616)	3.2%
SG&A/Sales	18.7%	19.1%	0.4%	18.7%	19.1%	0.4%
กำไรสุทธิ	6,648	5,939	-10.7%	6,826	6,529	-4.3%

ที่มา : HMPRO, สายงานวิจัย บล.เอเชีย พลัส

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) เศรษฐกิจที่ชะลอตัว และกำลังซื้อที่ลดลง
- 2) การแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรม
- 3) การแย่งลูกค้ากันเองของสาขาที่เปิดบริเวณใกล้เคียงกัน

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชีย พลัส

ประมาณการผลการดำเนินงานปี 2568-2570 ของ HMPRO

งบกำไรขาดทุน (ล้านบาท)					งบกระแสเงินสด (ล้านบาท)				
สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F	สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
ยอดขาย	69,806	68,383	71,476	74,351	กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน				
ต้นทุนขาย	(50,545)	(49,740)	(51,705)	(53,629)	ทำให้องค์กรมีเงินได้	8,066	7,378	8,111	8,611
กำไรขั้นต้น	19,261	18,643	19,771	20,721	รายการเปลี่ยนแปลงที่ไม่กระทบเงินสด	715	(47)	-	-
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(13,340)	(13,092)	(13,616)	(14,164)	ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3,543	3,766	3,831	3,890
กำไรจากการดำเนินงาน	8,691	8,012	8,655	9,157	เพิ่ม/ลด จากกิจกรรมการดำเนินงาน	(599)	48	(99)	(56)
รายได้(ค่าใช้จ่าย)อื่น	2,769	2,460	2,500	2,600	อื่นๆ	(1,571)	(1,412)	(1,552)	(1,649)
ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วม	1	0	0	0	กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ	10,153	9,732	10,291	10,795
ดอกเบี้ยจ่าย	(688)	(694)	(604)	(607)	กระแสเงินสดจากการลงทุน				
ทำให้องค์กรหักภาษี	8,066	7,378	8,111	8,611	เพิ่ม/ลด จากการลงทุนระยะสั้น	(58)	-	-	-
ภาษีเงินได้	(1,562)	(1,439)	(1,582)	(1,679)	เพิ่ม/ลด จากสินทรัพย์ถาวร	(3,345)	(3,500)	(3,500)	(3,500)
ทำธุรีก่อนส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	6,504	5,939	6,529	6,931	อื่นๆ	(289)	(800)	(800)	(800)
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	-	-	-	-	กระแสเงินสดจากการลงทุนสุทธิ	(3,891)	(4,300)	(4,300)	(4,300)
ทำธุริกสุทธิ	6,504	5,939	6,529	6,931	กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน				
กำไรปกติ	6,504	5,939	6,529	6,931	เพิ่ม/ลด เงินกู้	(1,237)	1,090	(700)	-
EPS	0.49	0.45	0.50	0.53	เพิ่ม/ลดหนี้สินอื่นๆ	(843)	(177)	(173)	(173)
Norm EPS	0.49	0.45	0.50	0.53	เพิ่ม/ลด กูยและส่วนเกินมูลค่าหุ้น	-	-	-	-
					เพิ่ม/ลด การปรับส่วนผู้ถือหุ้น	-	-	-	-
การเติบโตของยอดขาย (YoY%)	-0.5%	-0.5%	1.6%	2.6%	ลด จ่ายปันผล	(5,260)	(5,655)	(5,260)	(5,918)
การเติบโตของกำไรจากการดำเนินงาน (YoY%)	2.1%	6.1%	3.4%	2.2%	กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินสุทธิ	(7,339)	(4,742)	(6,133)	(6,091)
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น	27.6%	27.7%	27.9%	27.9%	เพิ่ม/ลด เงินสดสุทธิ	(877)	690	(142)	405
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	12.4%	9.0%	9.2%	9.2%	กระแสเงินสดสุทธิ	5,554	6,244	6,101	6,506
งบกำไรขาดทุนรายไตรมาส (ล้านบาท)					งบดุล (ล้านบาท)				
	3Q67	4Q67	1Q68	2Q68	สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
ยอดขาย	16,397	17,438	18,019	16,867	เงินสดและรายการเทียบเท่า	5,554	6,244	6,101	6,506
ต้นทุนขาย	(11,821)	(12,465)	(13,161)	(12,364)	ลูกหนี้การค้า	2,008	1,994	2,084	2,168
กำไรขั้นต้น	4,576	4,973	4,858	4,502	สินค้าคงเหลือ	14,900	14,620	15,284	15,898
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(3,203)	(3,525)	(3,192)	(3,192)	สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	188	199	208	217
รายได้อื่นๆ	574	844	636	590	ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	31,941	32,611	33,224	33,787
ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วม	0	0	(0)	(0)	สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	15,075	15,185	15,304	15,414
ดอกเบี้ยจ่าย	-180	-188	-177	-178	สินทรัพย์รวม	69,665	70,853	72,206	73,990
ทำให้องค์กรหักภาษี	1,773	2,131	2,130	1,745	เจ้าหนี้การค้า	15,459	15,204	15,808	16,399
ภาษีเงินได้	(331)	(404)	(423)	(346)	หนี้สินหมุนเวียนอื่น	2,202	2,157	2,178	2,197
ทำธุรีก่อนส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	1,442	1,727	1,707	1,399	หนี้ที่มีดอกเบี้ยครบกำหนดชำระ 1 ปี	8,288	12,975	8,275	9,275
ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	-	-	-	-	หนี้สินที่มีดอกเบี้ยระยะยาว	15,301	11,800	15,900	15,000
ทำธุริกสุทธิ	1,442	1,727	1,707	1,399	หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	1,612	1,629	1,689	1,749
รายการพิเศษ	-	-	-	-	หนี้สินรวม	42,862	43,766	43,850	44,621
กำไรปกติ	1,442	1,727	1,707	1,399	กูยเรียกชำระแล้ว	13,151	13,151	13,151	13,151
ยอดขาย (YoY%)	-2.5%	0.3%	-0.5%	-5.5%	ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	646	646	646	646
กำไรขั้นต้น (YoY%)	-0.8%	0.9%	-0.6%	-6.6%	กำไรสะสม	13,030	13,314	14,583	15,596
กำไรจากการดำเนินงาน (YoY%)	-4.7%	3.8%	0.5%	-12.1%	ส่วนของผู้ถือหุ้น	26,802	27,087	28,355	29,369
อัตราส่วนทางการเงิน					รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	69,665	70,853	72,206	73,990
สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F	สมมติฐานในการประมาณการ				
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.9	0.8	0.9	0.9	สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเร็ว (เท่า)	0.3	0.3	0.3	0.3	รายได้ขายและบริการ (ล้านบาท)				
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า(เท่า)	33.9	34.2	35.1	35.0	- ยอดขายสินค้า	67,952	66,454	69,470	72,265
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	3.5	3.4	3.5	3.4	- รายได้ค่าเช่า	1,854	1,929	2,006	2,086
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า (เท่า)	3.3	3.2	3.3	3.3	อัตรากำไรขั้นต้น				
หนี้สินต่อทุน (เท่า)	1.6	1.6	1.5	1.5	- จากการขายสินค้าและบริการ	26.8	26.4	26.8	27.0
หนี้สินที่มีดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนผู้ถือหุ้น(เท่า)	1.1	1.1	1.1	1.1	- จากการให้เข้าพื้นที่	56.0	57.0	57.5	58.0
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์เฉลี่ย	9.4%	8.5%	9.1%	9.5%					
ผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นเฉลี่ย	24.8%	22.0%	23.6%	24.0%					

ที่มา : รายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส