

SYNOPSIS

HMPRO

Neutral

ผ่านจุดต่ำสุดแล้วใน 3Q... เข้าสู่ไฮซีซั่นใน 4Q

Flash Points

- ฝ่ายวิจัยประเมินว่า HMPRO จะมีกำไรสุทธิงวด 3Q68 ที่ 1.35 พันล้านบาท (-4% QoQ, -6% YoY) โดยกำไรที่ลดลง QoQ มีสาเหตุหลักจากรายได้จากการขายและบริการที่ลดลงราว 5% QoQ จากผลเชิงลบของฤดูกาลที่เป็นช่วงหน้าฝน ประกอบกับค่าใช้จ่ายขายและบริการต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 20.0% จาก 18.9% ใน 2Q68 เนื่องจากบริษัทมีการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการตลาดขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขาย
- ส่วนกำไรที่คาดว่าจะลดลง YoY เป็นเพราะ 1) ค่าลดหนี้จากการขายและบริการลดลง 2% YoY ตามยอดขายสาขาเดิม (Same Store Sales Growth-SSSG) ที่น่าจะชะลอตัวลงราว 6.0% อย่างไรก็ดี ยังมียอดขายสาขาใหม่เข้ามาช่วยพยุง จากสาขาที่เพิ่มขึ้นเป็น 139 สาขาใน 3Q68 เทียบกับ 133 สาขาใน 3Q67 2) ค่าอัตรากำไรขั้นต้น (มาร์จิ้น) ลดลง 0.3% จาก 27.9% ในงวด 3Q67 เนื่องจากกิจกรรมทางการตลาดเช่น วันช้อปโอมโปร (บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าฟรีค่าแรง) โดยมีค่าใช้จ่ายช่วงเข้ามาในต้นกุมภาพันธ์ 3) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการต่อยอดขายเพิ่มขึ้นเล็กน้อย YoY โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายด้านพนักงานที่เพิ่มสูงขึ้น และมีค่าใช้จ่ายก่อนการเปิดสาขาใหม่ โดยมีแผนเปิดสาขาใหม่อีก 6 สาขาใน 4Q68

Impact Insight

- คาดการณ์กำไรสุทธิของ HMPRO กลับมาปรับเพิ่มขึ้น QoQ ใน 4Q68 จากผลของฤดูกาลเป็นหลัก ประกอบกับคาดว่าจะบริษัทจะมีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยที่ลดลงเล็กน้อยตามอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่ปรับลง อย่างไรก็ดี เราคาดว่ากำไรยังน่าจะหดตัว YoY จากแนวโน้ม SSSG ที่ยังอ่อนแอและน่าจะยังติดลบต่อเนื่องตามภาพรวมกำลังซื้อในประเทศที่ซบเซา ประกอบกับคาดว่าจะมาร์จิ้นจะยังลดลง YoY เนื่องจากบริษัทยังต้องจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นยอดขาย

Execution

- ฝ่ายวิจัยปรับเพิ่มคำแนะนำขึ้นเป็น “Neutral” จากเดิม “Underperform” เนื่องจากคาดการณ์กำไรผ่านจุดต่ำสุดของปีใน 3Q68 แล้ว ก่อนจะฟื้นตัวขึ้นเข้าสู่ช่วง High season ใน 4Q68 โดยกำไรในช่วง 9M68 คิดเป็น 75% ของประมาณการกำไรทั้งปี 2568 ที่ 5.9 พันล้านบาท (-9% YoY) และคาดการณ์กำไรจะเติบโตได้ราว 10% เป็น 6.5 พันล้านบาท ในปี 2569 ทั้งนี้เราปรับไปใช้ราคาเป้าหมายปี 2569 ที่ 8.30 บาท (คงระดับ PER ที่ 16.7 เท่า หรือ -1.5S.D.)

Technical Chart



แนวโน้มราคา : Sideways Up

แนวรับ : 6.80 บาท

แนวต้าน : 8.00 บาท

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

จัดทำโดย : ธิดารัตน์ ฟูโลม
นักวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานด้านตลาดทุน
เลขทะเบียนนักวิเคราะห์: 016564

ราคาปัจจุบัน (บาท)	7.15
ราคาเป้าหมาย (บาท)	8.30
Upside (%)	16.1
Dividend yield (%)	6.0

Consensus Analysis

EPS (บาท)	ASPS	IAA Cons	% diff
2568F	0.45	0.48	-6%
2569F	0.50	0.51	-3%

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

Global Peers

หุ้น	PE		P/BV	
	2568F	2569F	2568F	2569F
FLOOR & DECOR-A	39.0	32.9	3.2	2.9
MR DIY GROUP M B	25.8	23.4	7.8	7.2
HORN BACH HOLDING	9.0	9.1	0.7	0.7
KOHAN SHOJI CO	7.5	NA	NA	NA
DCM HD	10.9	10.4	0.8	0.7
KINGFISHER PLC	14.6	13.3	0.8	0.8

ที่มา : Bloomberg

ประมาณการตัวชี้วัดสำคัญตามงบการเงิน

สิ้นสุด 31 ส.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)	14.6	14.5	15.8	14.4	13.6
Dividend Yield (%)	5.6%	6.0%	5.6%	6.0%	6.3%
PBV (เท่า)	3.7	3.5	3.4	3.2	3.1

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

ESG Assessment

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

ที่มา : SET

คำเตือน

การลงทุนมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูล และทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไขผลตอบแทนและความเสี่ยง ก่อนตัดสินใจลงทุน

คาดการณ์ 3Q68 ลดลงทั้ง QoQ และ YoY

ฝ่ายวิจัยประเมินว่า HMPRO จะมีกำไรสุทธิงวด 3Q68 ที่ 1.35 พันล้านบาท (-4% QoQ, -6% YoY) โดยกำไรที่ลดลง QoQ มีสาเหตุหลักจากรายได้จากการขายและบริการที่ลดลงราว 5% QoQ จากผลเชิงลบของฤดูกาลที่เป็นช่วงหน้าฝน ประกอบกับค่าใช้จ่ายขายและบริการต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 20.0% จาก 18.9% ใน 2Q68 เนื่องจากบริษัทมีการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการตลาดขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขาย ซึ่งสองปัจจัยนี้มีน้ำหนักมากกว่าแรงหนุนจากอัตรากำไรขั้นต้น (มาร์จิ้น) ที่เพิ่มขึ้นเป็น 27.6% ใน 3Q68 จาก 26.7% ใน 2Q68 ตามสัดส่วนสินค้าที่มีมาร์จิ้นสูง อย่างสินค้าแบรนด์ของตัวเอง (owned brand) ปรับเพิ่มขึ้น และสินค้าที่มีมาร์จิ้นต่ำ (เครื่องใช้ไฟฟ้า) ปรับลดลง

ส่วนกำไรที่คาดการณ์ YoY เป็นเพราะ

- 1) คาดรายได้จากการขายและบริการลดลง 2% YoY ตามยอดขายสาขาเดิม (Same Store Sales Growth-SSSG) ที่น่าจะชะลอตัวราว 6.0% จากกำลังซื้อที่อ่อนแอ อย่างไรก็ดี ยังมียอดขายสาขาใหม่เข้ามาช่วยพยุงจากสาขาที่เพิ่มขึ้นเป็น 139 สาขาใน 3Q68 เทียบกับ 133 สาขาใน 3Q67 หลังจากที่มีการเปิดสาขาใหม่เพิ่มอีก 7 สาขา (โฮมโปร 5 สาขา และเมกะโฮม 2 สาขา) แต่มีปิดสาขาโฮมโปรขนาดเล็กไป 1 สาขา
- 2) คาดมาร์จิ้นลดลง 0.3% จาก 27.9% ในงวด 3Q67 เนื่องจากกิจกรรมทางการตลาดเช่น วันชางโฮมโปร (บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าฟรีค่าแรง) โดยมีค่าใช้จ่ายชางเข้ามาในต้นทุนขาย
- 3) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการต่อยอดขายเพิ่มขึ้นเล็กน้อย YoY โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายด้านพนักงานที่เพิ่มสูงขึ้น และมีค่าใช้จ่ายก่อนการเปิดสาขาใหม่ (pre-opening expense) ซึ่งตามแผนจะมีการเปิดสาขาใหม่อีก 6 สาขาใน 4Q68

กำไรน่าจะกลับมาบวก QoQ แต่ยังคง YoY ใน 4Q68

คาดการณ์กำไรสุทธิของ HMPRO กลับมาปรับเพิ่มขึ้น QoQ ใน 4Q68 จากผลของฤดูกาลเป็นหลัก โดยปกติไตรมาสที่ 3 จะมีรายได้ต่ำสุดของปีเนื่องจากเป็นฤดูฝนทำให้ลูกค้าออกมาจับจ่ายใช้สอยน้อยลง และความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าทำความเย็น/ความร้อน น้อยกว่าฤดูอื่น ประกอบกับคาดว่าบริษัทจะมีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยที่ลดลงเล็กน้อยตามอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่ปรับลง อย่างไรก็ดี เราคาดว่ากำไรยังน่าจะหดตัว YoY จากแนวโน้ม SSSG ที่ยังอ่อนแอและอาจจะยังติดลบต่อเนื่องตามภาพรวมกำลังซื้อในประเทศที่ซบเซา ประกอบกับคาดว่ามาร์จิ้นจะลดลง YoY เช่นเดียวกับใน 3Q68 เนื่องจากบริษัทยังต้องจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นยอดขาย

คงคำแนะนำ “Underperform” ปรับไปใช้ราคาเป้าหมายปี 2569 ที่ 8.30 บาท

ฝ่ายวิจัยปรับเพิ่มคำแนะนำขึ้นเป็น “Neutral” จากเดิม “Underperform” เนื่องจากคาดการณ์กำไรผ่านจุดต่ำสุดของปีใน 3Q68 แล้ว ก่อนจะฟื้นตัวขึ้นเข้าสู่ช่วง High season ใน 4Q68 โดยกำไรในช่วง 9M68 คิดเป็น 75% ของประมาณการกำไรทั้งปี 2568 ที่ 5.9 พันล้านบาท (-9% YoY) และคาดการณ์จะเติบโตได้ราว 10% เป็น 6.5 พันล้านบาท ในปี 2569 ทั้งนี้ เราปรับไปใช้ราคาเป้าหมายปี 2569 ที่ 8.30 บาท (คงระดับ PER ที่ 16.7 เท่า หรือ -1.5S.D.) จากเดิมใช้ราคาเป้าหมายปี 2568 ที่ 7.50 บาท

ESG

Environment (E)

- สนับสนุนการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Consumption) ผ่านการพัฒนาและการสนับสนุนกลุ่มสินค้า ECO Product โดยมีสินค้ากลุ่มเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สินค้ากลุ่มประหยัดพลังงาน สินค้ากลุ่มประหยัดน้ำ สินค้ากลุ่มรักษาป่าไม้ สินค้ากลุ่มลดก๊าซเรือนกระจกสินค้ากลุ่มสุขภาพและความปลอดภัย 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 เพื่อให้มีมาตรฐานสามารถให้บริการลูกค้าอย่างเพียงพอ อย่างไรก็ตามลูกค้าประสบปัญหาในการหาช่างที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการ ทั้งนี้ในมุมมองของบริษัทฯ ได้มีการขยายงานบริการอย่างต่อเนื่อง และต้องการช่างเป็นจำนวนมาก เนื่องจากช่างที่รับงานจากบริษัทฯ มีทั้งในรูปแบบบริษัทและช่างทั่วไป บริษัทพบว่ามีช่างเป็นจำนวนมากที่มีความรู้ความสามารถ และอยากเป็นเจ้าของกิจการ มีบริษัทเป็นของตนเอง แต่ขาดทุนทรัพย์ บริษัทจึงให้การสนับสนุน และช่วยเหลือช่างกลุ่มนี้ให้มีโอกาสเติบโตเป็นเจ้าของกิจการ มีความพร้อมรับการกระจายงานของบริษัทและเติบโตไปพร้อมกับบริษัท
- บริษัทยังส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น บริษัทจึงเดินหมอนอบห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย ในโรงเรียนสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ทั่วประเทศผ่านโครงการ “ห้องน้ำ ของหนู” และหมอนอบห้องน้ำ มาตรฐาน Universal Design หรือ UD ผ่านโครงการ “ห้องน้ำ เพื่อสังคมและผู้สูงอายุ” ในสวนสาธารณะ โดยร่วมกับสำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานครในการคัดเลือกสวนสาธารณะใน 17 เขต พื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อเข้าดำเนินการปรับปรุงห้องน้ำ

Governance (G)

- บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ยึดถือหลักธรรมาภิบาล มีจริยธรรมและโปร่งใส ให้ความสำคัญและส่งเสริมพันธมิตรทางธุรกิจอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ มีกระบวนการคัดเลือกและการปฏิบัติต่อคู่ค้าเป็นไปอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการมีคู่ค้าที่มีชื่อเสียงที่ดี มีการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีจริยธรรม (Ethical Sourcing) ความเป็นมืออาชีพ คำนึงถึงประเด็นสังคม

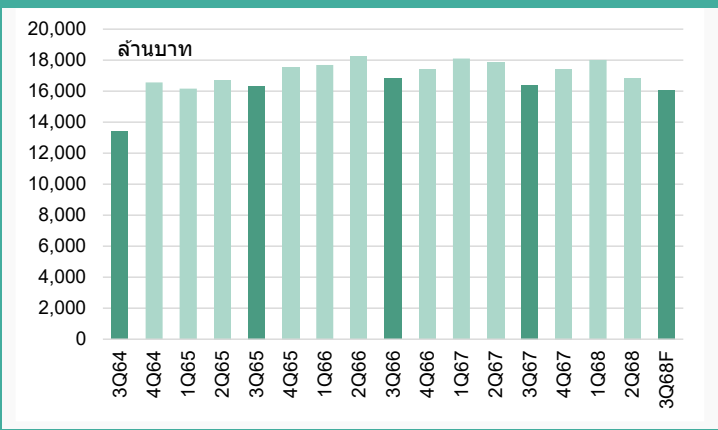
ESG Comment: เป้าหมายของบริษัทและการดำเนินการด้าน ESG ที่ผ่านมา ซึ่งทำได้ตามเป้าหมาย นอกจากส่งผลให้ HMPRO ได้ SET ESG rating ที่ AA แล้ว ยังช่วยให้มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภค และช่วยเกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายต่างๆด้วย ซึ่งจะนำไปสู่กำไรที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ผลการดำเนินงานรายไตรมาส

(ล้านบาท)	3Q66	4Q66	1Q67	2Q67	3Q67	4Q67	1Q68	2Q68	3Q68F	QoQ (%)	YoY (%)
รายได้จากการขายและบริการ	16,824	17,388	18,115	17,856	16,397	17,438	18,019	16,867	16,083	-4.6%	-1.9%
ต้นทุนขายและบริการ	(12,211)	(12,460)	(13,225)	(13,034)	(11,821)	(12,465)	(13,161)	(12,364)	(11,646)	-5.8%	-1.5%
กำไรขั้นต้น	4,614	4,929	4,890	4,822	4,576	4,973	4,858	4,502	4,437	-1.4%	-3.0%
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	(3,237)	(3,507)	(3,273)	(3,339)	(3,203)	(3,525)	(3,192)	(3,192)	(3,216)	0.7%	0.4%
รายได้อื่นๆ	666	787	673	679	574	844	636	590	620	5.0%	8.1%
กำไรปกติ	1,533	1,677	1,713	1,622	1,442	1,727	1,707	1,399	1,350	-3.5%	-6.4%
กำไรสุทธิ	1,533	1,677	1,713	1,622	1,442	1,727	1,707	1,399	1,350	-3.5%	-6.4%
EPS	0.12	0.13	0.13	0.12	0.11	0.13	0.13	0.11	0.10	-3.5%	-6.4%
Gross Profit Margin (%)	27.4%	28.3%	27.0%	27.0%	27.9%	28.5%	27.0%	26.7%	27.6%		
SG&A/Sales (%)	19.2%	20.2%	18.1%	18.7%	19.5%	20.2%	17.7%	18.9%	20.0%		
Net Profit Margin (%)	9.1%	9.6%	9.5%	9.1%	8.8%	9.9%	9.5%	8.3%	8.4%		
Norm Profit Margin (%)	9.1%	9.6%	9.5%	9.1%	8.8%	9.9%	9.5%	8.3%	8.4%		

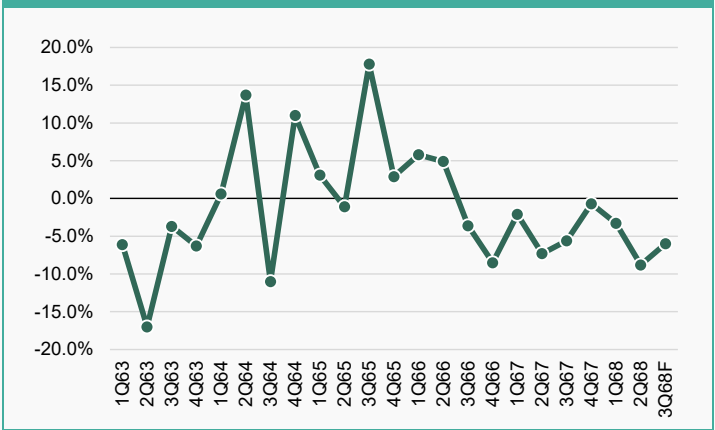
ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

รายได้จากการขายและบริการ



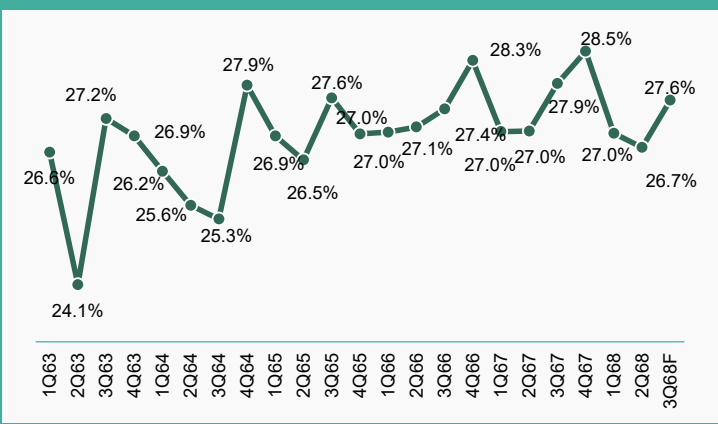
ที่มา : HMPRO และ สายงานวิจัย บล.เอเชีย พลัส

การเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิม (SSSG)



ที่มา : HMPRO และ สายงานวิจัย บล.เอเชีย พลัส

อัตรากำไรขั้นต้น



ที่มา : HMPRO และ สายงานวิจัย บล.เอเชีย พลัส

ประเด็นความเสี่ยง

1. เศรษฐกิจที่ชะลอตัว และกำลังซื้อที่ลดลง
2. การแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรม
3. การแย่งลูกค้ากันเองของสาขาที่เปิดบริเวณใกล้เคียงกัน

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชีย พลัส

ประมาณการผลการดำเนินงานปี 2568-2570 ของ HMPRO

งบกำไรขาดทุน (ล้านบาท)

สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
ยอดขาย	69,806	68,383	71,476	74,351
ต้นทุนขาย	(50,545)	(49,740)	(51,705)	(53,629)
กำไรขั้นต้น	19,261	18,643	19,771	20,721
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(13,340)	(13,092)	(13,616)	(14,164)
กำไรจากการดำเนินงาน	8,691	8,012	8,655	9,157
รายได้(ค่าใช้จ่าย)อื่น	2,769	2,460	2,500	2,600
ส่วนแบ่งกำไรจากบริกร่วม	1	0	0	0
ดอกเบี้ยจ่าย	(688)	(694)	(604)	(607)
กำไรก่อนหักภาษี	8,066	7,378	8,111	8,611
ภาษีเงินได้	(1,562)	(1,439)	(1,582)	(1,679)
กำไรสุทธิก่อนส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	6,504	5,939	6,529	6,931
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	-	-	-	-
กำไรสุทธิ	6,504	5,939	6,529	6,931
กำไรปกติ	6,504	5,939	6,529	6,931
EPS	0.49	0.45	0.50	0.53
Norm EPS	0.49	0.45	0.50	0.53
การเติบโตของยอดขาย (YoY%)	-0.5%	-2.0%	4.5%	4.0%
การเติบโตของกำไรจากการดำเนินงาน (YoY%)	2.1%	-7.8%	8.0%	5.8%
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น	27.6%	27.3%	27.7%	27.9%
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	12.4%	11.7%	12.1%	12.3%

งบกำไรขาดทุนรายไตรมาส (ล้านบาท)

	4Q67	1Q68	2Q68	3Q68F
ยอดขาย	17,438	18,019	16,867	16,083
ต้นทุนขาย	(12,465)	(13,161)	(12,364)	(11,646)
กำไรขั้นต้น	4,973	4,858	4,502	4,437
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(3,525)	(3,192)	(3,192)	(3,216)
รายได้อื่นๆ	844	636	590	620
ส่วนแบ่งกำไรจากบริกร่วม	0	(0)	(0)	-
ดอกเบี้ยจ่าย	(188)	(177)	(178)	(170)
กำไรก่อนหักภาษี	2,131	2,130	1,745	1,677
ภาษีเงินได้	(404)	(423)	(346)	(327)
กำไรสุทธิก่อนผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	1,727	1,707	1,399	1,350
ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	-	-	-	-
กำไรสุทธิ	1,727	1,707	1,399	1,350
รายการพิเศษ	-	-	-	-
กำไรปกติ	1,727	1,707	1,399	1,350

อัตราส่วนทางการเงิน

สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.9	0.8	0.9	0.9
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเร็ว (เท่า)	0.3	0.3	0.3	0.3
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	33.9	34.2	35.1	35.0
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	3.5	3.4	3.5	3.4
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า (เท่า)	3.3	3.2	3.3	3.3
หนี้สินต่อทุน (เท่า)	1.6	1.6	1.5	1.5
หนี้สินที่มียอดเกินกว่าส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.1	1.1	1.1	1.1
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์เฉลี่ย	9.4%	8.5%	9.1%	9.5%
ผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นเฉลี่ย	24.8%	22.0%	23.6%	24.0%

งบกระแสเงินสด (ล้านบาท)

สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน				
กำไรก่อนภาษีเงินได้	8,066	7,378	8,111	8,611
รายการเปลี่ยนแปลงที่ไม่กระทบเงินสด	715	(47)	-	-
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3,543	3,766	3,831	3,890
เพิ่ม/ลด จากกิจกรรมการดำเนินงาน	(599)	48	(99)	(56)
อื่นๆ	(1,571)	(1,412)	(1,552)	(1,649)
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ	10,153	9,732	10,291	10,795
กระแสเงินสดจากการลงทุน				
เพิ่ม/ลด จากการลงทุนระยะสั้น	(58)	-	-	-
เพิ่ม/ลด จากสินทรัพย์ถาวร	(3,345)	(3,500)	(3,500)	(3,500)
อื่นๆ	(289)	(800)	(800)	(800)
กระแสเงินสดจากการลงทุนสุทธิ	(3,691)	(4,300)	(4,300)	(4,300)
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน				
เพิ่ม/ลด เงินกู้	(1,237)	1,090	(700)	-
เพิ่ม/ลด หนี้สินอื่นๆ	(843)	(177)	(173)	(173)
เพิ่ม/ลด ทุนและส่วนเกินมูลค่าหุ้น	-	-	-	-
เพิ่ม/ลด การปรับส่วนผู้ถือหุ้น	-	-	-	-
ลด จ่ายปันผล	(5,260)	(5,655)	(5,260)	(5,918)
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินสุทธิ	(7,339)	(4,742)	(6,133)	(6,091)
เพิ่ม/ลด เงินสดสุทธิ	(877)	690	(142)	405
กระแสเงินสดสุทธิ	5,554	6,244	6,101	6,506

งบดุล (ล้านบาท)

สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
เงินสดและรายการเทียบเท่า	5,554	6,244	6,101	6,506
ลูกหนี้การค้า	2,008	1,994	2,084	2,168
สินค้าคงเหลือ	14,900	14,620	15,284	15,898
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	188	199	208	217
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	31,941	32,611	33,224	33,787
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	15,075	15,185	15,304	15,414
สินทรัพย์รวม	69,665	70,853	72,206	73,990
เจ้าหนี้การค้า	15,459	15,204	15,808	16,399
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	2,202	2,157	2,178	2,197
หนี้ที่มียอดเกินกว่ากำหนดชำระ 1 ปี	8,288	12,975	8,275	9,275
หนี้สินที่มียอดเกินกว่าระยะยาว	15,301	11,800	15,900	15,000
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	1,612	1,629	1,689	1,749
หนี้สินรวม	42,862	43,766	43,850	44,621

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ทุนเรียกชำระแล้ว	13,151	13,151	13,151	13,151
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	646	646	646	646
กำไรสะสม	13,030	13,314	14,583	15,596
ส่วนของผู้ถือหุ้น	26,802	27,087	28,355	29,369
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	69,665	70,853	72,206	73,990

สมมติฐานในการประมาณการ

สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
รายได้ขายและบริการ (ล้านบาท)				
- ยอดขายสินค้า	67,952	66,454	69,470	72,265
- รายได้ค่าเช่า	1,854	1,929	2,006	2,086
อัตรากำไรขั้นต้น				
- จากการขายสินค้าและบริการ	26.8	26.4	26.8	27.0
- จากการให้เช่าพื้นที่	56.0	57.0	57.5	58.0

ที่มา : รายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส