

## บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท มิสเตอร์. ดี.ไอ.วาย. โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีผลการดำเนินงานในไตรมาส 2 ปี 2569 เติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่องและจำนวนธุรกรรมที่เพิ่มขึ้น รายได้รวมเพิ่มขึ้นเป็น 5,876.8 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อัตรากำไรขั้นต้น (GPM) ปรับตัวดีขึ้นเป็นร้อยละ 52.0 จากร้อยละ 51.4 ในไตรมาส 2 ปี 2568 ขณะที่กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.4 มาอยู่ที่ 757.0 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ (NPM) ร้อยละ 12.9 โดยภาพรวม ผลการดำเนินงานในไตรมาสนี้ยังคงสะท้อนการเติบโตและความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่ 59 สาขาในไตรมาส 2 ปี 2569 ส่งผลให้ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 มีจำนวนสาขา รวมทั้งสิ้น 1,248 สาขา จำนวนธุรกรรมรวมยังคงเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ติดลบร้อยละ 1.2 โดยมีสาเหตุหลักจากฐานเปรียบเทียบที่ค่อนข้างสูงในไตรมาส 2 ปี 2568 ซึ่งได้รับแรงหนุนจากความต้องการซื้อสินค้าจำเป็นบางประเภทที่เพิ่มขึ้นในช่วงหลังเหตุการณ์แผ่นดินไหว

สำหรับครึ่งแรกของปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้รวม 11,329.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.0 มาอยู่ที่ 1,435.3 ล้านบาท ผลการดำเนินงานดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากการขยายเครือข่ายสาขาควบคู่กับการบริหารอัตรากำไรขั้นต้นอย่างมีวินัย และการมุ่งนำเสนอสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวันที่มีคุณภาพในราคาที่เข้าถึงได้อย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางภาวะกำลังซื้อที่ยังฟื้นตัวไม่ทั่วถึง

## ภาวะเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมการดำเนินงานในประเทศไทย

สภาพแวดล้อมการดำเนินงานในไตรมาส 2 ปี 2569 ยังคงมีความท้าทายและการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ทั่วถึง อุปสงค์ในประเทศยังคงอ่อนตัวเกือบตลอดไตรมาส เนื่องจากภาคครัวเรือนยังต้องเผชิญกับค่าครองชีพและภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ขณะที่กำลังซื้อปรับตัวขึ้นอย่างจำกัด ส่งผลให้ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังและเลือกใช้จ่ายมากขึ้น ขณะเดียวกัน ปัจจัยภายนอกยังมีความผันผวนในช่วงต้นไตรมาส โดยความตึงเครียดในตะวันออกกลางส่งผลให้ต้นทุนด้านพลังงาน ค่าขนส่ง และปัจจัยการผลิตปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งกดดันความเชื่อมั่นภาคธุรกิจโดยรวม แม้ว่าสถานการณ์จะเริ่มคลี่คลายในช่วงปลายไตรมาส โดยได้รับแรงสนับสนุนบางส่วนจากการตรึงราคาพลังงาน การบรรเทาภาระด้านราคา และมาตรการสนับสนุนชั่วคราวของภาครัฐ แต่การฟื้นตัวของการใช้จ่ายในประเทศยังคงจำกัดและไม่กระจายในวงกว้าง

ตัวชี้วัดด้านผู้บริโภคและภาคธุรกิจสะท้อนแนวโน้มดังกล่าว โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 45.0 ในเดือนเมษายนเป็น 50.2 ในเดือนมิถุนายน ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (BSI) ฟื้นตัวมาอยู่ที่ 46.1 ในเดือนมิถุนายน หลังอ่อนตัวลงในช่วงต้นไตรมาส อย่างไรก็ดี ดัชนีดังกล่าวยังคงต่ำกว่าระดับฐานที่ 50.0 ขณะเดียวกัน อัตราเงินเฟ้อทั่วไปในไตรมาส 2 ปี 2569 เหนืออยู่ที่ร้อยละ 2.7

จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนการปรับเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าขนส่ง และอาหารสำเร็จรูป ในช่วงก่อนหน้า ส่งผลให้การใช้จ่ายยังคงมุ่งไปที่สินค้าจำเป็นและสินค้าราคาไม่สูง ขณะที่การใช้จ่ายในหมวดที่ไม่เร่งด่วนยังอยู่ในระดับจำกัด โดยผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและความจำเป็นเป็นหลักในการตัดสินใจซื้อ

### ผลการดำเนินงานทางการเงินที่สำคัญ

| (หน่วย: ล้านบาท)                                                 | ไตรมาส 2<br>ปี 2568 | ไตรมาส 2<br>ปี 2569 | เปลี่ยนแปลง |       | ครึ่งแรก<br>ปี 2568 | ครึ่งแรก<br>ปี 2569 | เปลี่ยนแปลง |       |
|------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|-------------|-------|---------------------|---------------------|-------------|-------|
| รายได้รวม                                                        | 4,978.5             | <b>5,876.8</b>      | 898.3       | 18.0% | 9,470.7             | <b>11,329.1</b>     | 1,858.4     | 19.6% |
| กำไรขั้นต้น                                                      | 2,546.5             | <b>3,034.4</b>      | 488.0       | 19.2% | 4,855.5             | <b>5,853.2</b>      | 997.7       | 20.5% |
| อัตรากำไรขั้นต้น                                                 | 51.4%               | <b>52.0%</b>        | 0.6 p.p.    |       | 51.5%               | <b>52.0%</b>        | 0.5 p.p.    |       |
| กำไรจากการดำเนินงาน                                              | 947.5               | <b>1,082.3</b>      | 134.8       | 14.2% | 1,757.7             | <b>2,061.6</b>      | 303.8       | 17.3% |
| กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) | 1,555.1             | <b>1,826.4</b>      | 271.3       | 17.4% | 2,951.4             | <b>3,511.1</b>      | 559.7       | 19.0% |
| กำไรสุทธิ                                                        | 634.3               | <b>757.0</b>        | 122.7       | 19.4% | 1,176.4             | <b>1,435.3</b>      | 258.9       | 22.0% |
| อัตรากำไรสุทธิ                                                   | 12.7%               | <b>12.9%</b>        | 0.1 p.p.    |       | 12.4%               | <b>12.7%</b>        | 0.2 p.p.    |       |

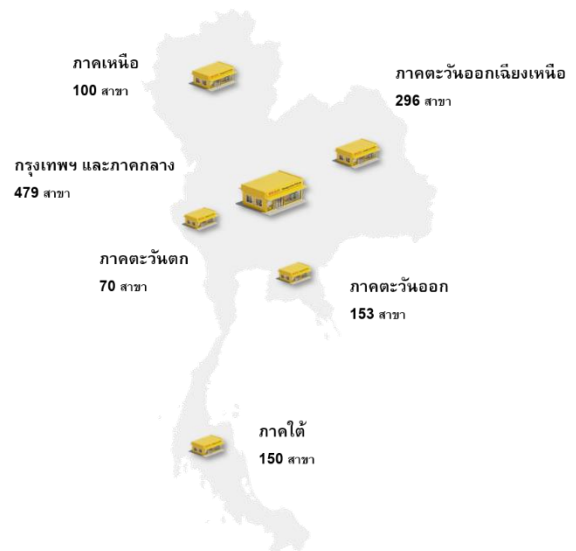
ตัวชี้วัดทางการเงินที่สำคัญในไตรมาส 2 ปี 2569 ยังคงเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.4 ได้รับแรงสนับสนุนจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้นและต้นทุนทางการเงินที่ลดลง ขณะที่ยอดขายที่ชะลอลงในช่วงปลายไตรมาสส่งผลให้แรงหนุนต่อการเติบโตของกำไรจากการดำเนินงานอยู่ในระดับจำกัด สำหรับครึ่งแรกของปี 2569 รายได้และกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนปัจจัยสนับสนุนจากการขยายเครือข่ายสาขาและการดำเนินงานอย่างมีวินัยในทุกส่วนของธุรกิจ

จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของกำไรสุทธิและการสร้างกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง คณะกรรมการบริษัท ได้อนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 ในอัตรา 0.065 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารวม 391.1 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 51.7 ของกำไรสุทธิในไตรมาสนี้

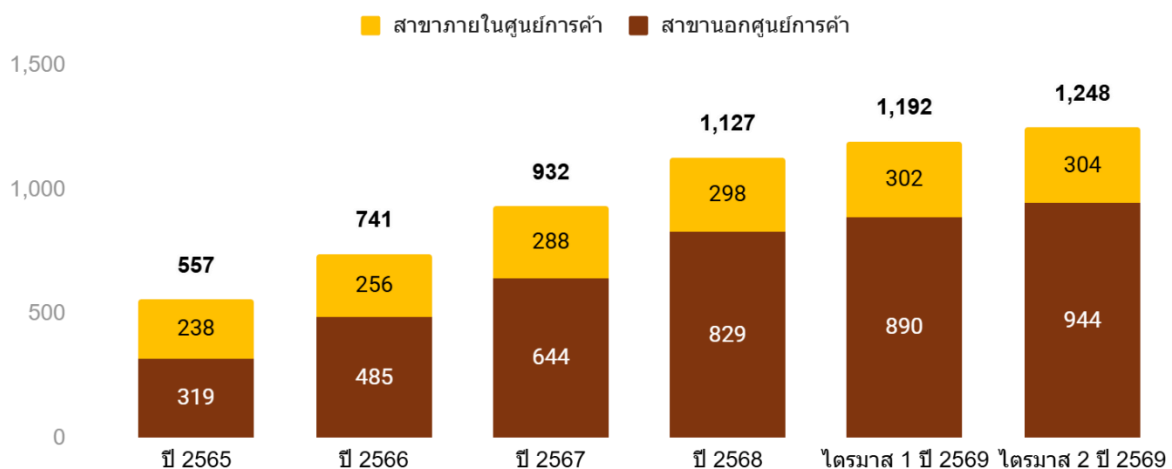
## เครือข่ายสาขาและผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ยังคงขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่องในไตรมาส 2 ปี 2569 เปิดสาขาใหม่จำนวน 59 สาขา และปิดสาขา 3 สาขา ส่งผลให้ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 1,248 สาขา การขยายสาขายังคงมุ่งเน้นไปที่รูปแบบสาขานอกศูนย์การค้าเป็นหลัก ซึ่งมีจำนวน 944 สาขา คิดเป็นร้อยละ 75.6 ของเครือข่ายสาขาทั้งหมด ขณะที่อีก 304 สาขา หรือร้อยละ 24.4 เป็นสาขาภายในศูนย์การค้า

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดหาพื้นที่และ/หรือเริ่มงานก่อสร้างแล้วมากกว่าร้อยละ 95 ของเป้าหมายการเปิดสาขาใหม่ในปี 2569 จำนวน 210 สาขา สะท้อนถึงความพร้อมในการดำเนินงานตามแผนเปิดสาขาในช่วงที่เหลือของปี



### จำนวนสาขาแบ่งตามรูปแบบของสาขา (ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569)



## รายได้จากการขายตามรูปแบบสาขา

| รูปแบบสาขา (หน่วย: ล้านบาท)           | ไตรมาส 2<br>ปี 2568 | ไตรมาส 2<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง | ครึ่งแรก<br>ปี 2568 | ครึ่งแรก<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|------------------|---------------------|---------------------|------------------|
| สาขานอกศูนย์การค้า                    | 3,361.6             | 4,217.9             | 25.5%            | 6,353.5             | 8,111.2             | 27.7%            |
| สาขาภายในศูนย์การค้า                  | 1,583.2             | 1,601.6             | 1.2%             | 3,053.4             | 3,120.1             | 2.2%             |
| <b>ยอดขายช่องทางสาขา</b>              | <b>4,944.8</b>      | <b>5,818.5</b>      | <b>17.7%</b>     | <b>9,406.9</b>      | <b>11,231.3</b>     | <b>19.4%</b>     |
| จำนวนสาขา (ณ สิ้นงวด)                 |                     |                     |                  | 1,027               | 1,248               | 21.5%            |
| จำนวนพื้นที่ขายรวม (ตร.ม.; ณ สิ้นงวด) |                     |                     |                  | 659,574             | 789,099             | 19.6%            |

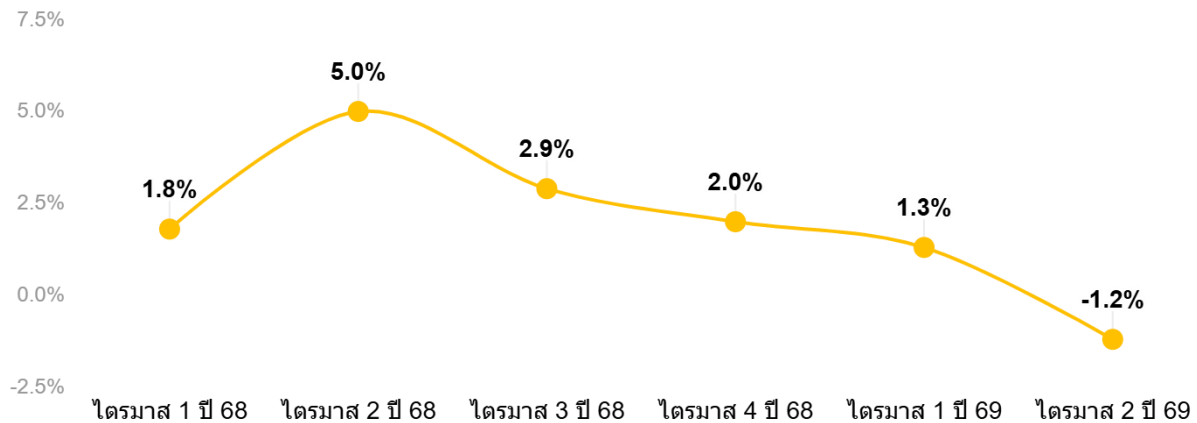
การเติบโตของยอดขายจากสาขาในไตรมาส 2 ปี 2569 ยังคงได้รับแรงขับเคลื่อนหลักจากสาขานอกศูนย์การค้า สอดคล้องกับกลยุทธ์การเปิดสาขาใหม่ที่มุ่งเน้นรูปแบบดังกล่าว โดยสาขานอกศูนย์การค้าสร้างรายได้คิดเป็นร้อยละ 72.5 ของยอดขายจากสาขารวมในไตรมาสนี้ ขณะที่สาขาภายในศูนย์การค้ามีส่วนร้อยละ 27.5 ทั้งนี้ สาขาภายในศูนย์การค้ายังคงเป็นส่วนสำคัญของเครือข่าย เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าและรูปแบบการใช้จ่ายที่แตกต่างกัน รวมถึงช่วยเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์อย่างต่อเนื่อง

## จำนวนธุรกรรมและมูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรม

|                              | ไตรมาส 2<br>ปี 2568 | ไตรมาส 2<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง | ครึ่งแรก<br>ปี 2568 | ครึ่งแรก<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง |
|------------------------------|---------------------|---------------------|------------------|---------------------|---------------------|------------------|
| จำนวนธุรกรรม (ล้านรายการ)    | 29.4                | 34.9                | 18.8%            | 56.7                | 68.3                | 20.5%            |
| มูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรม (บาท) | 168.4               | 166.9               | -0.9%            | 165.9               | 164.4               | -0.9%            |

จำนวนธุรกรรมที่เพิ่มขึ้นยังคงเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักของยอดขายจากสาขาในไตรมาส 2 ปี 2569 โดยการขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่องช่วยให้บริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในวงกว้างมากขึ้น จำนวนธุรกรรมรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 34.9 ล้านรายการ ขณะที่ มูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรมปรับลดลงจาก 168.4 บาทต่อรายการในไตรมาส 2 ปี 2568 มาอยู่ที่ 166.9 บาทต่อรายการ สะท้อนถึงการใช้จ่ายในหมวดสินค้าที่ไม่เร่งด่วนซึ่งยังคงถูกกดดันในไตรมาสนี้

## อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG)<sup>1</sup>

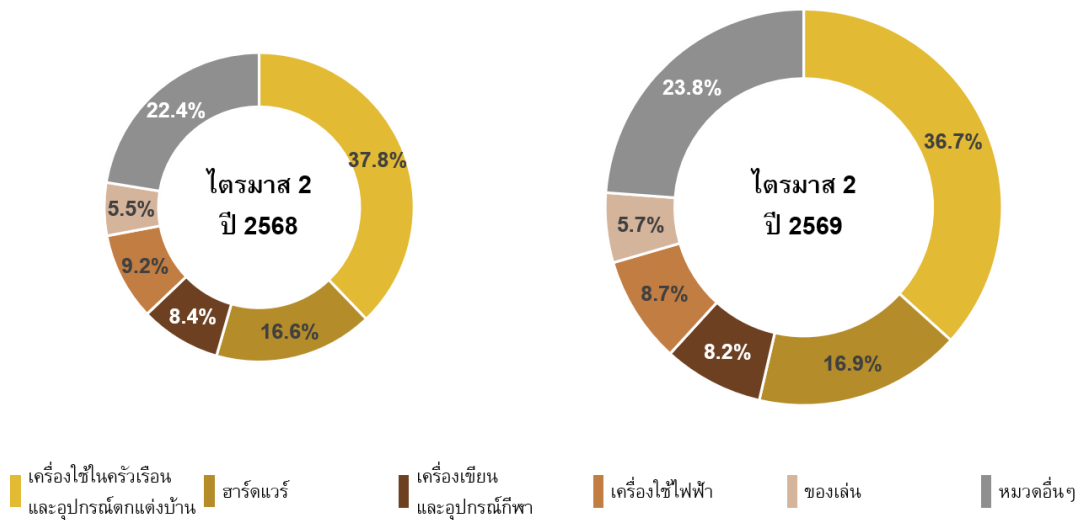


อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ในไตรมาส 2 ปี 2569 ติดลบร้อยละ 1.2 โดยมีสาเหตุหลักจากฐานเปรียบเทียบที่สูงในไตรมาส 2 ปี 2568 เนื่องจากยอดขายในช่วงเดียวกันของปีก่อนได้รับแรงสนับสนุนจากการซื้อสินค้าภายหลังเหตุการณ์แผ่นดินไหวในช่วงต้นไตรมาส รวมถึงการใช้จ่ายในช่วงเปิดภาคเรียนที่สูงกว่า ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการที่ผู้บริโภคเริ่มรู้สึกว่าสามารถนำใบกำกับภาษีของบริษัทฯ ไปใช้สิทธิตามมาตรการภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้ ภายใต้ภาวะดังกล่าว บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์ด้านสินค้าที่มุ่งเน้นความคุ้มค่า โดยให้ความสำคัญกับสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวันในราคาที่เข้าถึงได้ และสินค้าตามฤดูกาลที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

<sup>1</sup> ตั้งแต่ไตรมาส 2 ปี 2569 เป็นต้นไป อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) คำนวณจากสาขาที่เปิดดำเนินงานมาแล้วมากกว่า 12 เดือน จากเดิมที่ใช้เกณฑ์มากกว่า 24 เดือน เพื่อให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติทั่วไปของอุตสาหกรรมค้าปลีก ทั้งนี้ ข้อมูลของงวดก่อนที่แสดงไว้นำเสนอโดยใช้เกณฑ์เดียวกันเพื่อให้สามารถเปรียบเทียบได้

## รายได้จากการขายตามประเภทสินค้า<sup>2</sup>

หมวดหมู่สินค้าของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 6 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) เครื่องใช้ในครัวเรือนและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน (Household and Furnishing) 2) ฮาร์ดแวร์ (Hardware) 3) เครื่องเขียนและอุปกรณ์กีฬา (Stationery & Sports) 4) เครื่องใช้ไฟฟ้า (Electrical) 5) ของเล่น (Toys) และ 6) หมวดอื่น ๆ (Others) ซึ่งประกอบด้วยของขวัญ เครื่องประดับ เครื่องสำอาง อุปกรณ์เสริมในรถยนต์ รวมถึงอาหารและเครื่องดื่ม



<sup>2</sup> ยอดรวมสัดส่วนรายได้จากการขายตามประเภทสินค้าอาจรวมกันไม่เท่ากับร้อยละ 100.0 เนื่องจากการปัดเศษตัวเลข

## ผลการดำเนินงานทางการเงิน

### งบกำไรขาดทุน

สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ 2568

| (หน่วย: ล้านบาท)                                                 | ไตรมาส 2<br>ปี 2568 | ไตรมาส 2<br>ปี 2569 | เปลี่ยนแปลง |        |
|------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|-------------|--------|
| รายได้จากการขาย                                                  | 4,951.2             | 5,832.1             | 880.9       | 17.8%  |
| ต้นทุนขาย                                                        | (2,404.7)           | (2,797.7)           | (392.9)     | 16.3%  |
| กำไรขั้นต้น                                                      | 2,546.5             | 3,034.4             | 488.0       | 19.2%  |
| อัตรากำไรขั้นต้น                                                 | 51.4%               | 52.0%               | 0.6 p.p.    |        |
| รายได้อื่น <sup>3</sup>                                          | 27.2                | 44.7                | 17.4        | 63.9%  |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย                                  | (1,369.4)           | (1,679.4)           | (310.0)     | 22.6%  |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหาร                                            | (256.9)             | (317.4)             | (60.6)      | 23.6%  |
| กำไรจากการดำเนินงาน                                              | 947.5               | 1,082.3             | 134.8       | 14.2%  |
| ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม                           | (33.8)              | (27.0)              | 6.8         | -20.2% |
| ต้นทุนทางการเงิน - เงินกู้ยืม                                    | (28.2)              | (0.3)               | 27.9        | -98.9% |
| ต้นทุนทางการเงิน - หนี้สินตามสัญญาเช่า                           | (67.7)              | (78.0)              | (10.3)      | 15.2%  |
| กำไรก่อนภาษีเงินได้                                              | 817.7               | 976.9               | 159.3       | 19.5%  |
| ค่าใช้จ่ายภาษี                                                   | (183.4)             | (219.9)             | (36.5)      | 19.9%  |
| กำไรสุทธิ                                                        | 634.3               | 757.0               | 122.7       | 19.4%  |
| อัตรากำไรสุทธิ                                                   | 12.7%               | 12.9%               | 0.1 p.p.    |        |
| กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) | 1,555.1             | 1,826.4             | 271.3       | 17.4%  |

<sup>3</sup> รายได้อื่นประกอบด้วยกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้จากการให้บริการแก่บริษัทร่วม และรายได้อื่น ๆ

**สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ 2568**

| (หน่วย: ล้านบาท)                                                     | ครึ่งแรก<br>ปี 2568 | ครึ่งแรก<br>ปี 2569 | เปลี่ยนแปลง |        |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|-------------|--------|
| รายได้จากการขาย                                                      | 9,419.4             | 11,255.9            | 1,836.5     | 19.5%  |
| ต้นทุนขาย                                                            | (4,563.9)           | (5,402.7)           | (838.8)     | 18.4%  |
| กำไรขั้นต้น                                                          | 4,855.5             | 5,853.2             | 997.7       | 20.5%  |
| อัตรากำไรขั้นต้น                                                     | 51.5%               | 52.0%               | 0.5 p.p.    |        |
| รายได้อื่น <sup>4</sup>                                              | 51.3                | 73.2                | 21.9        | 42.7%  |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย                                      | (2,643.6)           | (3,247.3)           | (603.8)     | 22.8%  |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหาร                                                | (505.5)             | (617.5)             | (112.0)     | 22.2%  |
| กำไรจากการดำเนินงาน                                                  | 1,757.7             | 2,061.6             | 303.8       | 17.3%  |
| ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม                               | (46.2)              | (54.6)              | (8.5)       | 18.4%  |
| ต้นทุนทางการเงิน - เงินกู้ยืม                                        | (57.5)              | (0.3)               | 57.2        | -99.5% |
| ต้นทุนทางการเงิน - หนี้สินตามสัญญาเช่า                               | (133.5)             | (151.5)             | (18.0)      | 13.5%  |
| กำไรก่อนภาษีเงินได้                                                  | 1,520.6             | 1,855.2             | 334.6       | 22.0%  |
| ค่าใช้จ่ายภาษี                                                       | (344.1)             | (419.9)             | (75.7)      | 22.0%  |
| กำไรสุทธิ                                                            | 1,176.4             | 1,435.3             | 258.9       | 22.0%  |
| อัตรากำไรสุทธิ                                                       | 12.4%               | 12.7%               | 0.2 p.p.    |        |
| กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อม<br>ราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) | 2,951.4             | 3,511.1             | 559.7       | 19.0%  |

<sup>4</sup> รายได้อื่นประกอบด้วยกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้จากการให้บริการแก่บริษัทร่วม และรายได้อื่น ๆ



## รายได้จากการขาย

รายได้จากการขายในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 5,832.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีแรงหนุนหลักจากการขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่องและจำนวนธุรกรรมที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายในหมวดสินค้าที่ไม่เร่งด่วนยังอ่อนตัว และลดทอนการเติบโตบางส่วนในไตรมาสนี้

สาขานอกศูนย์การค้ายังคงเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของการเติบโต สอดคล้องกับแนวทางการขยายสาขาไปยังพื้นที่ที่บริษัทฯ ยังมีสาขาไม่มากและการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงร้านค้าได้สะดวกยิ่งขึ้น เมื่อพิจารณาตามประเภทสินค้า เครื่องใช้ในครัวเรือนและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน และฮาร์ดแวร์ยังคงเป็นสองหมวดสินค้าที่มีสัดส่วนยอดขายสูงสุด โดยรวมกันคิดเป็นร้อยละ 53.6 ของยอดขายในไตรมาสนี้

สำหรับครึ่งแรกของปี 2569 รายได้จากการขายอยู่ที่ 11,255.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน การเติบโตดังกล่าวสะท้อนว่าสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวันที่มีราคาเข้าถึงได้ ยังคงสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค แม้การฟื้นตัวโดยรวมจะยังไม่ทั่วถึง

## กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 3,034.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้นเป็นร้อยละ 52.0 จากร้อยละ 51.4 ในไตรมาส 2 ปี 2568 การปรับตัวดีขึ้นดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากการประหยัดต่อขนาดตามการขยายเครือข่าย ประกอบกับโครงสร้างยอดขายสินค้าที่เหมาะสมมากขึ้น โดยเฉพาะสัดส่วนยอดขายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท (Private Label) ที่เพิ่มขึ้น

สำหรับครึ่งแรกของปี 2569 กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 5,853.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้น 0.5 จุด มาอยู่ที่ร้อยละ 52.0 ซึ่งเป็นผลมาจากการบริหารสินค้าคงเหลือและอัตรากำไรอย่างต่อเนื่อง โดยสินค้าคงเหลือที่บริษัทฯ มีอยู่ช่วยบรรเทาผลกระทบในระยะสั้นจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ค่าระวางขนส่ง และต้นทุนปัจจัยการผลิตในช่วงดังกล่าว

## ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและกำไรจากการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 1,679.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นจาก 1,027 สาขาในไตรมาส 2 ปี 2568 เป็น 1,248 สาขาในไตรมาส 2 ปี 2569 ปัจจัยหลักมาจากค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการเช่าพื้นที่สาขา การปรับปรุงร้านค้า และการขยายขีดความสามารถของคลังสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายพนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการดำเนินงานของสาขาและคลังสินค้า นอกจากนี้ ค่าขนส่งภายในประเทศเพิ่มขึ้นตามจำนวนเที่ยวขนส่งและราคาน้ำมันที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายดังกล่าวยังคงคิดเป็นสัดส่วนเพียงประมาณร้อยละ 0.7 ของยอดขายในไตรมาสนี้

ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 317.4 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการขยายพื้นที่สำนักงานเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคลังสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่น ๆ ที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ ส่งผลให้กำไรจากการดำเนินงานในไตรมาสนี้อยู่ที่ 1,082.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

สำหรับครึ่งแรกของปี 2569 ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร (SG&A) เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นร้อยละ 34.1 ของรายได้รวม เทียบกับร้อยละ 33.3 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม รายได้ที่เติบโตและอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้นยังช่วยให้กำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.3 มาอยู่ที่ 2,061.6 ล้านบาท

ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2569 KKV มีสาขาเปิดดำเนินการ 20 สาขา บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทรวมในไตรมาสนี้จำนวน 27.0 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนแม้จำนวนสาขาจะเพิ่มขึ้น โดยเริ่มเห็นผลจากแผนการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม สำหรับครึ่งแรกของปี 2569 ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทรวมยังคงเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 54.6 ล้านบาท เนื่องจากสาขาส่งส่วนใหญ่ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นการดำเนินงาน ทั้งนี้ ผลกระทบดังกล่าวยังอยู่ในระดับจำกัดเมื่อเทียบกับความสามารถในการทำกำไรโดยรวมของบริษัทฯ

### **ต้นทุนทางการเงินและกำไรสุทธิ**

ต้นทุนทางการเงินในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 78.3 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากภาระหนี้ที่ลดลงภายหลัง IPO โดยต้นทุนทางการเงินในไตรมาสนี้ส่วนใหญ่เป็นดอกเบี้ยจากหนี้สินตามสัญญาเช่า ขณะที่ดอกเบี้ยจ่ายจากเงินกู้ยืมระยะสั้นมีเพียงเล็กน้อย

จากการเติบโตของรายได้ ประกอบกับอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้นและต้นทุนทางการเงินที่ลดลง ส่งผลให้กำไรสุทธิในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 757.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรสุทธิปรับตัวขึ้นเป็นร้อยละ 12.9 จากร้อยละ 12.7 ในไตรมาส 2 ปี 2568

สำหรับครึ่งแรกของปี 2569 กำไรสุทธิอยู่ที่ 1,435.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสูงกว่าอัตรากำไรสุทธิของรายได้เล็กน้อย โดยได้รับแรงหนุนจากรายได้และอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น รวมถึงต้นทุนทางการเงินที่ลดลง

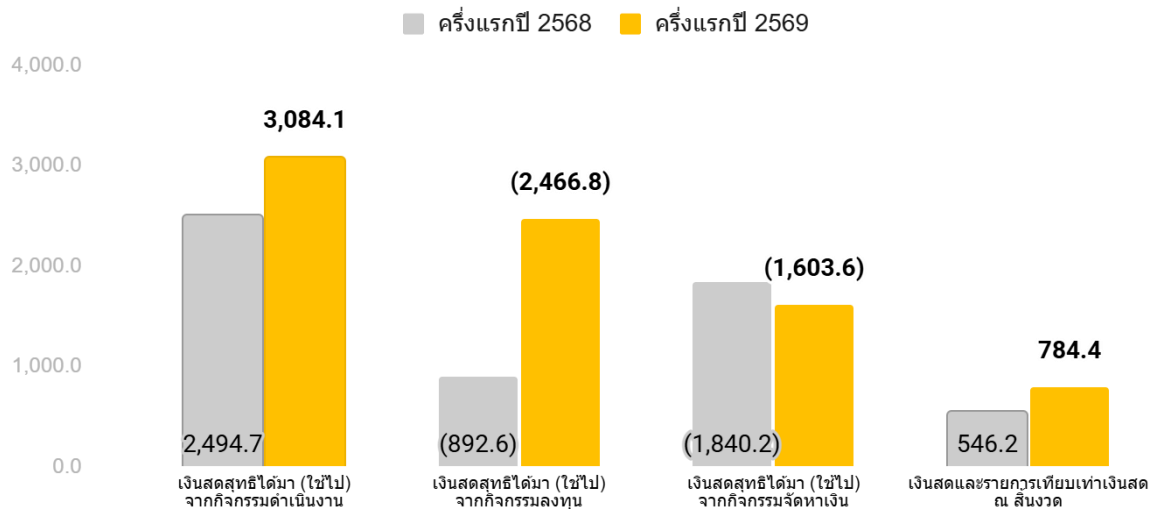
## งบฐานะการเงิน

| (หน่วย: ล้านบาท)                           | 31 ธ.ค. 2568    | 30 มิ.ย. 2569   | เปลี่ยนแปลง    |             |
|--------------------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|-------------|
| เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด             | 1,770.7         | 784.4           | (986.3)        | -55.7%      |
| สินค้าคงเหลือ                              | 5,544.7         | 5,561.1         | 16.4           | 0.3%        |
| ที่ดิน ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่าและอุปกรณ์ | 3,049.3         | 5,276.3         | 2,227.0        | 73.0%       |
| สินทรัพย์สิทธิการใช้                       | 6,188.7         | 6,233.8         | 45.1           | 0.7%        |
| สินทรัพย์อื่น                              | 1,839.8         | 1,571.2         | (268.6)        | -14.6%      |
| <b>สินทรัพย์รวม</b>                        | <b>18,393.2</b> | <b>19,426.8</b> | <b>1,033.6</b> | <b>5.6%</b> |
| หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย                   | -               | 251.2           | 251.2          | n/a         |
| หนี้สินตามสัญญาเช่า                        | 6,605.9         | 6,631.6         | 25.7           | 0.4%        |
| หนี้สินอื่น                                | 2,087.7         | 2,113.5         | 25.7           | 1.2%        |
| <b>หนี้สินรวม</b>                          | <b>8,693.6</b>  | <b>8,996.3</b>  | <b>302.6</b>   | <b>3.5%</b> |
| <b>ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม</b>                | <b>9,699.5</b>  | <b>10,430.5</b> | <b>731.0</b>   | <b>7.5%</b> |

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 19,426.8 ล้านบาท ขณะที่หนี้สินรวมและส่วนของผู้ถือหุ้นรวมอยู่ที่ 8,996.3 ล้านบาท และ 10,430.5 ล้านบาท ตามลำดับ ฐานะการเงินของบริษัทฯ ยังคงมั่นคง โดยภาระหนี้ลดลงภายหลัง IPO และหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยยังอยู่ในระดับจำกัด ทั้งนี้ บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมระยะสั้นจำนวน 251.2 ล้านบาท ซึ่งใช้เพื่อจัดซื้อสินค้าและเป็นเงินทุนหมุนเวียนตามความจำเป็น

ที่ดิน ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่า และอุปกรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 5,276.3 ล้านบาท โดยหลักมาจากการซื้อที่ดินสำหรับโครงการคลังสินค้าอัตโนมัติ ซึ่งแล้วเสร็จในเดือนมีนาคม 2569 รวมถึงการขยายสาขาและการเพิ่มขีดความสามารถของคลังสินค้า เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 784.4 ล้านบาท หลังจากบริษัทฯ ใช้เงินสำหรับการลงทุนเชิงกลยุทธ์ เงินทุนหมุนเวียน และการจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้นในระหว่างงวด ขณะที่สินค้าคงเหลืออยู่ที่ 5,561.1 ล้านบาท ซึ่งอยู่ในระดับเพียงพอสำหรับรองรับจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น สินค้าที่หลากหลาย และการรักษาความเพียงพอของสินค้าทั่วทั้งเครือข่าย

สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่าอยู่ที่ 6,233.8 ล้านบาท และ 6,631.6 ล้านบาท ตามลำดับ ส่วนใหญ่เกิดจากการเช่าพื้นที่สาขาและคลังสินค้า สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่ใช้พื้นที่เช่าเป็นหลัก โดยรวม ฐานะการเงินของบริษัทฯ ยังคงรองรับการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการบริหารเงินทุนอย่างเหมาะสม

**งบกระแสเงินสด (หน่วย: ล้านบาท)**


กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานในครึ่งแรกของปี 2569 อยู่ที่ 3,084.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 2,494.7 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามผลการดำเนินงานที่เติบโตและการสร้างกระแสเงินสดจากธุรกิจที่แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง โดยกระแสเงินสดจากการดำเนินงานส่วนใหญ่นำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและสนับสนุนการขยายธุรกิจ ขณะที่กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนอยู่ที่ 2,466.8 ล้านบาท โดยหลักมาจากการซื้อที่ดินสำหรับโครงการคลังสินค้าอัตโนมัติ การขยายสาขา และการเพิ่มขีดความสามารถของคลังสินค้า ส่วนกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินอยู่ที่ 1,603.6 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่เป็นการชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าและการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น ส่งผลให้เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ สิ้นงวด อยู่ที่ 784.4 ล้านบาท

**อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ**

| อัตราส่วน                                                               | หน่วย    | ไตรมาส 2 ปี 2568 | ไตรมาส 2 ปี 2569 |
|-------------------------------------------------------------------------|----------|------------------|------------------|
| ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย                                                 | (วัน)    | 199.2            | 187.6            |
| อัตรากำไรขั้นต้น                                                        | (ร้อยละ) | 51.4             | 52.0             |
| อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย               | (ร้อยละ) | 31.2             | 31.1             |
| อัตรากำไรสุทธิ                                                          | (ร้อยละ) | 12.7             | 12.9             |
| อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น                                       | (ร้อยละ) | 45.5             | 28.5             |
| อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น <sup>5</sup> | (เท่า)   | 0.3              | เงินสดสุทธิ      |

<sup>5</sup> คำนวณจากหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยรวม หักด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด หารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

## แนวโน้มธุรกิจปี 2569 และการดำเนินงานในอนาคต

ในอนาคต บริษัทฯ จะเดินหน้าขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าทั่วประเทศ โดยแผนเปิดสาขาใหม่ยังคงมุ่งเน้นสาขานอกศูนย์การค้าเป็นหลัก พร้อมนำแนวคิดร้าน MR. D.I.Y. 2.0 มาใช้กับสาขานอกศูนย์การค้าที่เปิดใหม่ เพื่อพัฒนารูปแบบร้านให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้นและยกระดับประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้า ขณะเดียวกัน บริษัทฯ จะยังคงคัดสรรและนำเสนอสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคชาวไทยในราคาที่เข้าถึงได้ พร้อมรักษาจุดยืนด้านความคุ้มค่า คัมราคาคือหัวใจสำคัญของธุรกิจ

บริษัทฯ จะยังคงพัฒนาการนำเสนอสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น โดยจัดสัดส่วนสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ สินค้าจากแบรนด์ภายนอก และสินค้าลิขสิทธิ์ที่ได้รับการคัดสรรอย่างเหมาะสม เพื่อรองรับทั้งการซื้อสินค้าที่จำเป็นและการซื้อแบบไม่ได้วางแผนล่วงหน้า สำหรับประเภทสินค้าหลัก บริษัทฯ จะพัฒนาทางเลือกด้านราคาและคุณภาพในแต่ละระดับให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น เพื่อเข้าถึงลูกค้าที่หลากหลายและรองรับรูปแบบการจับจ่ายที่แตกต่างกัน ด้วยเครือข่ายสาขาที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และระบบการดำเนินงานที่มีความพร้อม บริษัทฯ เชื่อว่าจะสามารถเดินหน้าสร้างการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ในอนาคต โดยยังคงดำเนินงานอย่างมีวินัย พร้อมติดตามภาวะเศรษฐกิจ พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค และสภาวะการแข่งขันอย่างใกล้ชิด

### การขยายสาขา

บริษัทฯ มีแผนเปิดสาขาใหม่ประมาณ 210 สาขาในปี 2569 โดยได้ดำเนินการจัดหาพื้นที่และ/หรือ เริ่มงานก่อสร้างแล้วมากกว่าร้อยละ 95 ของเป้าหมายดังกล่าว สำหรับปี 2570 บริษัทฯ ตั้งเป้าเปิดสาขาใหม่อีกประมาณ 210 สาขา ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนสาขารวมเพิ่มขึ้นเป็นมากกว่า 1,500 สาขา ภายในสิ้นปี 2570 ทั้งนี้ แผนการขยายสาขาดังกล่าวขึ้นอยู่กับสภาวะตลาด

การขยายสาขาจะยังคงมุ่งเน้นสาขานอกศูนย์การค้าในทำเลชุมชนเป็นหลัก เพื่อขยายการเข้าถึงลูกค้า และเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงร้านค้า โดยแนวทางการขยายสาขาของบริษัทฯ ยังคงเน้นรูปแบบที่ใช้เงินลงทุนในสินทรัพย์ไม่สูง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจปรับแนวทางการพัฒนาสาขาให้เหมาะสมกับทำเลที่มีศักยภาพบางแห่ง โดยมีเป้าหมายรักษากรอบระดับเงินลงทุนเฉลี่ยต่อสาขาและเป้าหมายระยะเวลาดำเนินการภายใน 3 ปี

## ประมาณการรายจ่ายฝ่ายทุน

สำหรับปี 2569 บริษัทฯ ประมาณการรายจ่ายฝ่ายทุนรวมไว้ที่ 4,000 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรองรับการเปิดสาขาใหม่ การขยายขีดความสามารถด้านคลังสินค้าและการขนส่ง การปรับปรุงสาขา และการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์ประกอบสำคัญของแผนดังกล่าวคือการเงินหน้าพัฒนาคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าอัตโนมัติ ณ นิคมอุตสาหกรรมอารยะ จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนเชิงกลยุทธ์จากรูปแบบคลังสินค้าที่เช่าอยู่ในปัจจุบัน

โครงการดังกล่าวคาดว่าจะใช้เงินลงทุนรวมประมาณ 4,500 ล้านบาทในช่วงปี 2568–2574 และจะติดตั้งระบบจัดเก็บและเบิกจ่ายสินค้าอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval System: ASRS) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่ ความแม่นยำในการหยิบสินค้า และประสิทธิภาพด้านการขนส่ง เมื่อโครงการแล้วเสร็จ คลังสินค้าแห่งใหม่นี้คาดว่าจะสามารถรองรับเครือข่ายสาขาได้สูงสุดประมาณ 3,000 สาขา และเสริมขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการขยายธุรกิจในระยะยาว

## เป้าหมายด้านความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ ผสานประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ากับการดำเนินธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการเติบโตในระยะยาวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานดังกล่าวขับเคลื่อนผ่านแนวทางที่มุ่งยกระดับมาตรฐานด้านความยั่งยืน (ESG) จริยธรรมทางธุรกิจ และการบริหารความเสี่ยง ภายใต้กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน “D.I.Y. for a Sustainable Future” บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดหาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ และการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชน โดยมีแนวปฏิบัติด้านห่วงโซ่อุปทานอย่างมีจริยธรรมและการนำเสนอสินค้าที่มีความรับผิดชอบต่อเป็นองค์ประกอบสำคัญ

ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ เดินหน้าขยายการใช้พลังงานหมุนเวียน โดยติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพิ่มเติมในอีก 47 สาขา ส่งผลให้มีสาขาที่ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์รวม 110 สาขา การดำเนินงานดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการยกระดับแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน ครอบคลุมทั้งมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระยะยาวของบริษัทฯ