บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท มิสเตอร์. ดี.ไอ.วาย. โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") มีรายได้เติบโตแข็งแกร่งต่อเนื่องในไตรมาส 3 ปี 2569 โดยมีแรงขับเคลื่อนจากการขยายเครือข่ายสาขาทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรมที่ปรับตัวสูงขึ้น เป็นผลให้รายได้รวมอยู่ที่ 5,964.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.1 มาอยู่ที่ 648.1 ล้านบาท

ในไตรมาสนี้ บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่ 55 สาขา ส่งผลให้ ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 มีจำนวนสาขาทั่วประเทศรวม 1,300 สาขา การขยายสาขาอย่างต่อเนื่องช่วยช่วยให้จำนวนธุรกรรมเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับมูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรมที่ปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน ขณะที่อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) เป็นบวกที่ร้อยละ 0.7 แม้ผู้บริโภคโดยรวมยังคงระมัดระวังการใช้จ่าย

ด้านความสามารถในการทำกำไร อัตรากำไรขั้นต้น (GPM) อยู่ที่ร้อยละ 50.4 เทียบกับร้อยละ 52.5 ในไตรมาส 3 ปี 2568 สาเหตุหลักมาจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เพิ่มขึ้น เพื่อปรับเปลี่ยนสินค้าที่วางจำหน่ายและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่ชั้นวางสินค้าในการสร้างยอดขายให้ดียิ่งขึ้น

สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้รวม 17,293.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 2,083.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.0 โดยบริษัทฯ ยังคงมุ่งขยายเครือข่ายสาขาและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ภาวะเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมการดำเนินงานในประเทศไทย

สภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจในประเทศไทยในไตรมาส 3 ปี 2569 ยังคงมีความท้าทาย แม้ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมจะปรับตัวดีขึ้น การบริโภคภาคเอกชนเพิ่มขึ้นในภาพรวมของไตรมาส โดยได้รับแรงสนับสนุนส่วนหนึ่งจากมาตรการภาครัฐ ก่อนจะชะลอลงในเดือนกันยายน เนื่องจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจยังไม่ทั่วถึงและยืดเยื้อจากภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง รวมถึงราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นซึ่งส่งผลให้ค่าครองชีพโดยรวมสูงขึ้นและกดดันกำลังซื้อ ขณะที่ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการค้าปลีกอ่อนตัวลงในเดือนกันยายน จากอุทกภัยครั้งใหญ่ในช่วงปลายไตรมาสที่ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ประสบภัย

ราคาพลังงานและอาหารที่สูงขึ้นเพิ่มแรงกดดันต่อค่าใช้จ่ายของภาคครัวเรือน โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.95 ในเดือนกรกฎาคมเป็นร้อยละ 2.82 ในเดือนกันยายน ขณะเดียวกัน ความเชื่อมั่นผู้บริโภคอ่อนตัวลง โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ลดลงจาก 51.1 เป็น 48.9 ในช่วงเดียวกัน ภายใต้ภาวะดังกล่าว ผู้บริโภคยังคงให้ความสำคัญกับสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวันและความคุ้มค่าในการเลือกซื้อ สะท้อนพฤติกรรมการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง

ผลการดำเนินงานทางการเงินที่สำคัญ

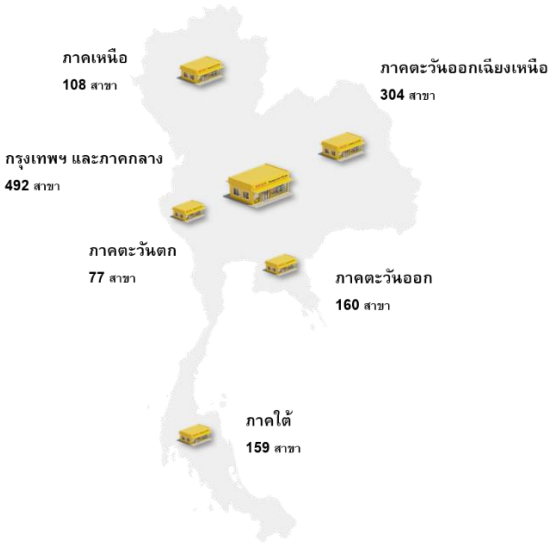
(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 3 ปี 2568	ไตรมาส 3 ปี 2569	เปลี่ยนแปลง		9 เดือน ปี 2568	9 เดือน ปี 2569	เปลี่ยนแปลง	
รายได้รวม	4,959.6	**5,964.1**	1,004.5	20.3%	14,430.3	**17,293.2**	2,863.0	19.8%
กำไรขั้นต้น	2,582.9	**2,982.6**	399.7	15.5%	7,438.4	**8,835.8**	1,397.4	18.8%
อัตรากำไรขั้นต้น	52.5%	**50.4%**	-2.1 p.p.		51.9%	**51.4%**	-0.4 p.p.	
กำไรจากการดำเนินงาน	907.7	**951.2**	43.5	4.8%	2,665.5	**3,012.8**	347.3	13.0%
กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	1,557.1	**1,728.0**	170.8	11.0%	4,508.6	**5,239.1**	730.5	16.2%
กำไรสุทธิ	604.9	**648.1**	43.2	7.1%	1,781.4	**2,083.4**	302.1	17.0%
อัตรากำไรสุทธิ	12.2%	**10.9%**	-1.3 p.p.		12.3%	**12.0%**	-0.3 p.p.	

ในไตรมาส 3 ปี 2569 รายได้เติบโตในอัตราที่สูงกว่ากำไร โดยมีสาเหตุหลักจากต้นทุนสินค้าที่สูงขึ้นและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งกดดันอัตรากำไรขั้นต้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูงขึ้นตามการขยายเครือข่ายสาขา และค่าขนส่งภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นตามราคาน้ำมัน ขณะที่ต้นทุนทางการเงินที่ลดลงช่วยชดเชยผลกระทบบางส่วน อย่างไรก็ตาม แม้การเติบโตของกำไรในไตรมาสนี้จะชะลอลง แต่เมื่อพิจารณาผลประกอบการงวด 9 เดือนของปี 2569 ทั้งรายได้และกำไรสุทธิยังคงเติบโตได้ดีเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

จากการเติบโตของกำไรอย่างต่อเนื่องและความสามารถในการสร้างกระแสเงินสดที่แข็งแกร่ง คณะกรรมการบริษัทฯ ได้อนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับไตรมาส 3 ปี 2569 ในอัตรา 0.06 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารวมประมาณ 361.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 55.7 ของกำไรสุทธิในไตรมาสนี้

เครือข่ายสาขาและผลการดำเนินงาน

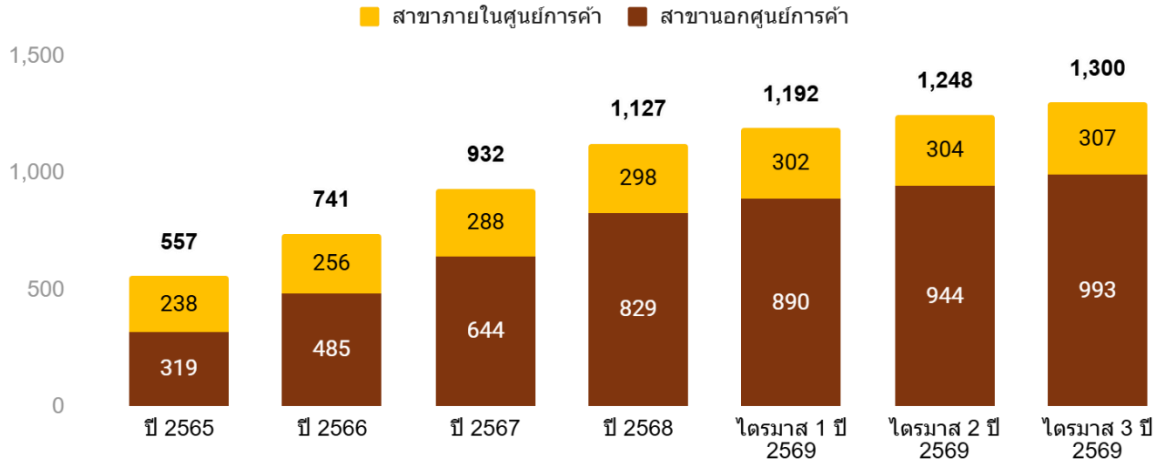
บริษัทฯ ยังคงขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่องในไตรมาส 3 ปี 2569 โดยเปิดสาขาใหม่ 55 สาขา และปิดสาขา 3 สาขา ส่งผลให้ ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 มีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 1,300 สาขา สาขาส่วนใหญ่ยังคงเป็นสาขานอกศูนย์การค้า โดยมีจำนวน 993 สาขา คิดเป็นร้อยละ 76.4 ของเครือข่ายสาขาทั้งหมด ขณะที่อีก 307 สาขา หรือร้อยละ 23.6 เป็นสาขาภายในศูนย์การค้า



ในช่วง 9 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ ได้เปิดสาขาใหม่รวม 180 สาขา และการขยายสาขายังคงเป็นไปตาม

แผนที่จะบรรลุเป้าหมายการเปิดสาขาใหม่ 210 สาขาในปี 2569 โดยสาขาที่เหลืออีก 30 สาขาอยู่ระหว่างการก่อสร้าง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดหาพื้นที่สำหรับการเปิดสาขาใหม่ในปี 2570 แล้วมากกว่าร้อยละ 40 ของแผนการเปิดสาขาใหม่จำนวน 210 สาขา

จำนวนสาขาแบ่งตามรูปแบบของสาขา *(ณ วันที่ 30 กันยายน 2569)*



รายได้จากการขายตามรูปแบบสาขา

รูปแบบสาขา (หน่วย: ล้านบาท)	**ไตรมาส 3 ปี 2568**	**ไตรมาส 3 ปี 2569**	**% เปลี่ยนแปลง**	**9 เดือน ปี 2568**	**9 เดือน ปี 2569**	**% เปลี่ยนแปลง**
สาขานอกศูนย์การค้า	3,403.1	4,342.7	27.6%	9,756.6	12,453.9	27.6%
สาขาภายในศูนย์การค้า	1,512.4	1,561.7	3.3%	4,565.8	4,681.8	2.5%
ยอดขายช่องทางสาขา	**4,915.5**	**5,904.4**	**20.1%**	**14,322.4**	**17,135.7**	**19.6%**
จำนวนสาขา (ณ สิ้นงวด)				1,072	1,300	21.3%
จำนวนพื้นที่ขายรวม (ตร.ม.; ณ สิ้นงวด)				685,334	822,325	20.0%

การเติบโตของยอดขายจากสาขาในไตรมาส 3 ปี 2569 ยังคงได้รับแรงขับเคลื่อนหลักจากสาขานอกศูนย์การค้า สอดคล้องกับแนวทางการขยายเครือข่ายที่มุ่งเน้นการเปิดสาขาใหม่ในรูปแบบดังกล่าว ยอดขายจากสาขานอกศูนย์การค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 73.5 ของยอดขายจากสาขารวม ขณะที่ยอดขายจากสาขาภายในศูนย์การค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.5 ทั้งนี้ สาขาภายในศูนย์การค้ายังคงมีบทบาทในการเสริมเครือข่าย โดยรองรับกลุ่มลูกค้าและรูปแบบการจับจ่ายที่แตกต่างกัน รวมถึงช่วยเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์ในภาพรวม

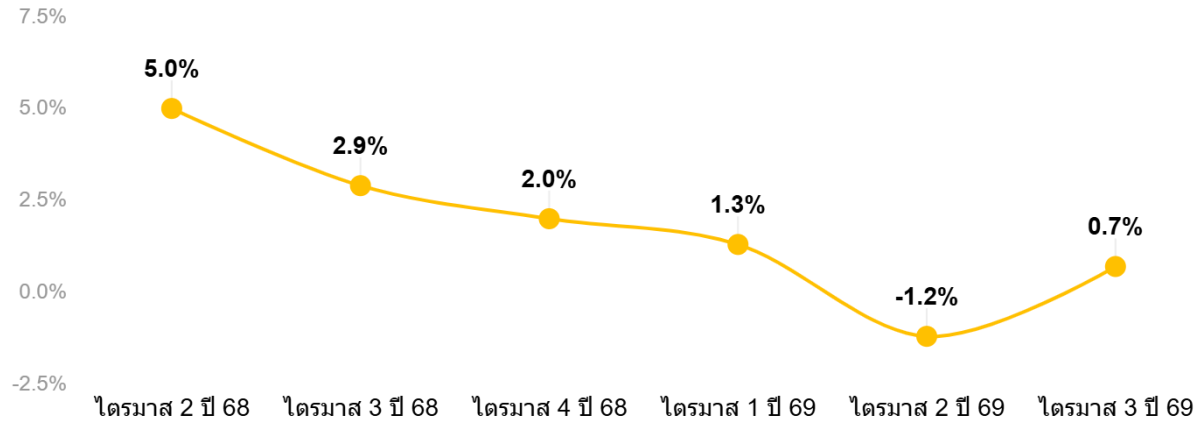
จำนวนธุรกรรมและมูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรม

	ไตรมาส 3 ปี 2568	ไตรมาส 3 ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง	9 เดือน ปี 2568	9 เดือน ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนธุรกรรม (ล้านรายการ)	30.3	35.9	18.5%	87.1	104.3	19.8%
มูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรม (บาท)	162.0	164.2	1.4%	164.5	164.3	-0.1%

จำนวนธุรกรรมที่เพิ่มขึ้นเป็นปัจจัยหลักที่สนับสนุนการเติบโตของยอดขายจากสาขาในไตรมาส 3 ปี 2569 โดยมีแรงหนุนจากการขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่อง จำนวนธุรกรรมรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 35.9 ล้านรายการ ขณะที่มูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรมกลับมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็น 164.2 บาทต่อรายการ

สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 จำนวนธุรกรรมรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็น 104.3 ล้านรายการ โดยมูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรมอยู่ที่ 164.3 บาท ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG)[1]

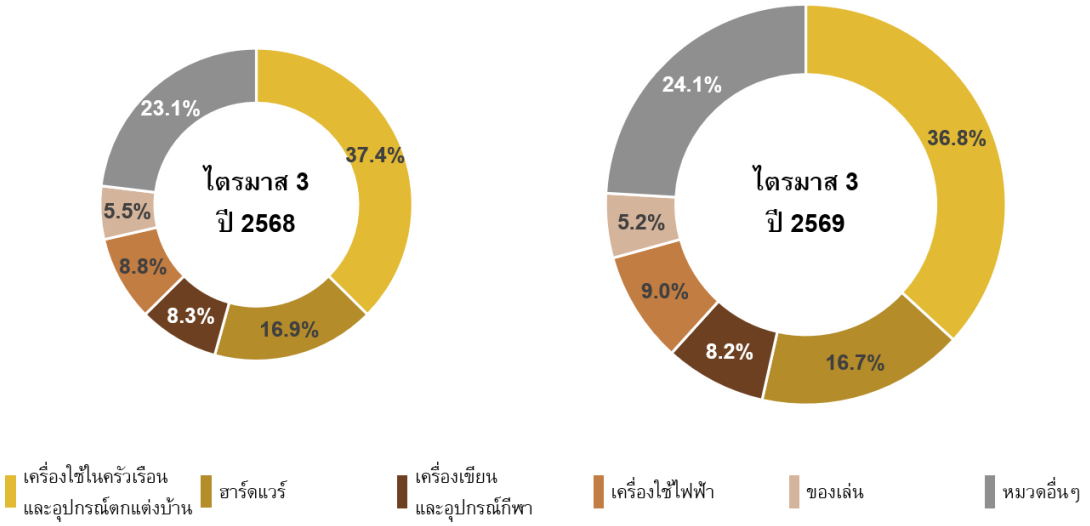


อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ในไตรมาส 3 ปี 2569 ปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 0.7 เนื่องจากผู้บริโภคทยอยปรับตัวต่อภาวะเศรษฐกิจ และยังคงให้ความสำคัญกับสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวันในราคาที่เข้าถึงได้ ซึ่งสอดคล้องกับการนำเสนอสินค้าที่คุ้มค่าคุ้มราคาของบริษัทฯ นอกจากนี้ ยังได้รับแรงสนับสนุนจากความต้องการสินค้าทำความสะอาดและอุปกรณ์ซ่อมแซมเบื้องต้นในพื้นที่ประสบอุทกภัยยังเพิ่มขึ้นในช่วงปลายเดือนกันยายน

[1] ตั้งแต่ไตรมาส 2 ปี 2569 เป็นต้นไป อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) คำนวณจากสาขาที่เปิดดำเนินงานมาแล้วมากกว่า 12 เดือน จากเดิมที่ใช้เกณฑ์มากกว่า 24 เดือน เพื่อให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติทั่วไปของอุตสาหกรรมค้าปลีก ทั้งนี้ ข้อมูลของงวดก่อนที่แสดงไว้นำเสนอโดยใช้เกณฑ์เดียวกันเพื่อให้สามารถเปรียบเทียบได้

รายได้จากการขายตามประเภทสินค้า[2]

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



[2] *ยอดรวมสัดส่วนรายได้จากการขายตามประเภทสินค้าอาจรวมกันไม่เท่ากับร้อยละ 100.0 เนื่องจากการปัดเศษตัวเลข*

ผลการดำเนินงานทางการเงิน

งบกำไรขาดทุน

สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 และ 2568

(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 3 ปี 2568	ไตรมาส 3 ปี 2569	เปลี่ยนแปลง	
รายได้จากการขาย	**4,924.3**	**5,920.4**	**996.1**	**20.2%**
ต้นทุนขาย	(2,341.4)	(2,937.8)	(596.4)	25.5%
กำไรขั้นต้น	**2,582.9**	**2,982.6**	**399.7**	**15.5%**
อัตรากำไรขั้นต้น	*52.5%*	*50.4%*	*-2.1 p.p.*	
รายได้อื่น[3]	35.3	43.7	8.4	23.8%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(1,426.6)	(1,750.4)	(323.7)	22.7%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(283.8)	(324.7)	(40.9)	14.4%
กำไรจากการดำเนินงาน	**907.7**	**951.2**	**43.5**	**4.8%**
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(24.1)	(39.1)	(15.0)	62.0%
ต้นทุนทางการเงิน - เงินกู้ยืม	(29.8)	(2.6)	27.2	-91.3%
ต้นทุนทางการเงิน - หนี้สินตามสัญญาเช่า	(69.3)	(77.9)	(8.6)	12.5%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	**784.5**	**831.6**	**47.1**	**6.0%**
ค่าใช้จ่ายภาษี	(179.6)	(183.4)	(3.9)	2.2%
กำไรสุทธิ	**604.9**	**648.1**	**43.2**	**7.1%**
อัตรากำไรสุทธิ	*12.2%*	*10.9%*	*-1.3 p.p.*	
กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	**1,557.1**	**1,728.0**	**170.8**	**11.0%**

[3] *รายได้อื่นประกอบด้วยกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้จากการให้บริการแก่บริษัทร่วม และรายได้อื่น ๆ*

สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 และ 2568

(หน่วย: ล้านบาท)	9 เดือน ปี 2568	9 เดือน ปี 2569	เปลี่ยนแปลง	
รายได้จากการขาย	**14,343.7**	**17,176.3**	**2,832.6**	**19.7%**
ต้นทุนขาย	(6,905.3)	(8,340.6)	(1,435.2)	20.8%
กำไรขั้นต้น	**7,438.4**	**8,835.8**	**1,397.4**	**18.8%**
อัตรากำไรขั้นต้น	*51.9%*	*51.4%*	*-0.4 p.p.*	
รายได้อื่น[4]	86.6	116.9	30.3	35.0%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(4,070.2)	(4,997.7)	(927.5)	22.8%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(789.3)	(942.2)	(152.9)	19.4%
กำไรจากการดำเนินงาน	**2,665.5**	**3,012.8**	**347.3**	**13.0%**
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(70.3)	(93.7)	(23.4)	33.4%
ต้นทุนทางการเงิน - เงินกู้ยืม	(87.3)	(2.9)	84.4	-96.7%
ต้นทุนทางการเงิน - หนี้สินตามสัญญาเช่า	(202.8)	(229.4)	(26.6)	13.1%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	**2,305.1**	**2,686.7**	**381.7**	**16.6%**
ค่าใช้จ่ายภาษี	(523.7)	(603.3)	(79.6)	15.2%
กำไรสุทธิ	**1,781.4**	**2,083.4**	**302.1**	**17.0%**
อัตรากำไรสุทธิ	*12.3%*	*12.0%*	*-0.3 p.p.*	
กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	**4,508.6**	**5,239.1**	**730.5**	**16.2%**

[4] *รายได้อื่นประกอบด้วยกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้จากการให้บริการแก่บริษัทร่วม และรายได้อื่น ๆ*

รายได้จากการขาย

รายได้จากการขายในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ 5,920.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีแรงหนุนหลักจากการขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่องและจำนวนธุรกรรมที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ความต้องการสินค้าทำความสะอาดและอุปกรณ์ซ่อมแซมเบื้องต้นในพื้นที่ประสบอุทกภัยยังเพิ่มขึ้นในช่วงปลายเดือนกันยายน สาขานอกศูนย์การค้ายังคงเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของการเติบโต สะท้อนแนวทางการคัดเลือกพื้นที่ขยายสาขาอย่างรอบคอบ ทั้งการเข้าสู่ตลาดใหม่และการเพิ่มสาขาในพื้นที่เดิมที่ยังมีศักยภาพด้านความต้องการซื้อ เมื่อพิจารณาตามประเภทสินค้า เครื่องใช้ในครัวเรือนและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน และฮาร์ดแวร์ยังคงเป็นสองหมวดสินค้าที่มีสัดส่วนยอดขายสูงสุด โดยรวมกันคิดเป็นร้อยละ 53.5 ของยอดขายในไตรมาสนี้

สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 รายได้จากการขายอยู่ที่ 17,176.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเปิดสาขาใหม่ในช่วงเวลาดังกล่าว

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ 2,982.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้น (GPM) ลดลงจากร้อยละ 52.5 ในไตรมาส 3 ปี 2568 มาอยู่ที่ร้อยละ 50.4 สาเหตุหลักมาจากต้นทุนสินค้าที่สูงขึ้นและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เพิ่มขึ้น โดยกิจกรรมส่งเสริมการขายดังกล่าวจัดขึ้นก่อนเข้าสู่ช่วงที่มียอดขายสูงในไตรมาส 4 เพื่อปรับเปลี่ยนสินค้าที่วางจำหน่ายและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่ชั้นวางสินค้าในการสร้างยอดขาย

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เริ่มปรับราคาขายเพื่อบรรเทาผลกระทบจากต้นทุนสินค้าที่สูงขึ้น โดยคาดว่าจะทยอยเห็นผลของการปรับราคาดังกล่าวในงวดต่อๆ ไป

สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 8,835.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 51.4 เทียบกับร้อยละ 51.9 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและกำไรจากการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ 1,750.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ปัจจัยหลักมาจากค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามการขยายเครือข่ายสาขา รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานคลังสินค้าที่สูงขึ้นหลังจากเปิดคลังสินค้าเพิ่มเติมในไตรมาส 2 ปี 2569 นอกจากนี้ ค่าขนส่งภายในประเทศยังเพิ่มขึ้นตามราคาน้ำมันที่สูงขึ้น โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 1.0 ของยอดขายในไตรมาสนี้

ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 324.7 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายบุคลากรและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสำนักงานที่สูงขึ้น ซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายจากการเพิ่มจำนวนพนักงานเพื่อรองรับการขยายการเติบโตของธุรกิจ

ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนมีผลจากรายการที่เกิดขึ้นครั้งเดียว ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมฉลองครบรอบประมาณ 15.0 ล้านบาทในไตรมาส 3 ปี 2569 และค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) จำนวน 20.6 ล้านบาทในไตรมาส 3 ปี 2568 โดยรวม ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร (SG&A) เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 34.5 เป็นร้อยละ 34.8 เมื่อประกอบกับอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง ส่งผลให้กำไรจากการดำเนินงานเติบโตร้อยละ 4.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 951.2 ล้านบาท

สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นร้อยละ 34.3 ของรายได้รวม เทียบกับร้อยละ 33.7 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่กำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.0 อยู่ที่ 3,012.8 ล้านบาท

ในไตรมาส 3 ปี 2569 KKV เปิดสาขาใหม่ 2 สาขา และปิดสาขา 2 สาขา ทำให้ ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 ยังคงมีสาขาเปิดดำเนินการ 20 สาขา บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมจำนวน 39.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 24.1 ล้านบาทในไตรมาส 3 ปี 2568 สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 ส่วนแบ่งขาดทุนดังกล่าวอยู่ที่ 93.7 ล้านบาท เทียบกับ 70.3 ล้านบาทในช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยในจำนวนนี้รวมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นครั้งเดียวจากการปิดสาขาประมาณ 11.6 ล้านบาท

ต้นทุนทางการเงินและกำไรสุทธิ

ต้นทุนทางการเงินในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ 80.5 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากดอกเบี้ยจ่ายจากเงินกู้ยืมที่ลดลง ซึ่งช่วยชดเชยผลกระทบบางส่วนจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูงขึ้น และส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 648.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 10.9 ลดลงจากร้อยละ 12.2 ในไตรมาส 3 ปี 2568

สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 ต้นทุนทางการเงินอยู่ที่ 232.3 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 19.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนอยู่ที่ 2,083.4 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 12.0 เทียบกับร้อยละ 12.3 สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2568

งบฐานะการเงิน

(หน่วย: ล้านบาท)	**31 ธ.ค. 2568**	**30 ก.ย. 2569**	**เปลี่ยนแปลง**	
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	1,770.7	570.2	(1,200.5)	-67.8%
สินค้าคงเหลือ	5,544.7	6,298.3	753.7	13.6%
ที่ดิน ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่า และอุปกรณ์	3,049.3	5,441.2	2,391.9	78.4%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	6,188.7	6,310.3	121.6	2.0%
สินทรัพย์อื่น	1,839.8	1,606.6	(233.2)	-12.7%
สินทรัพย์รวม	**18,393.2**	**20,226.7**	**1,833.5**	**10.0%**
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	-	1,001.3	1,001.3	n/a
หนี้สินตามสัญญาเช่า	6,605.9	6,705.8	99.8	1.5%
หนี้สินอื่น	2,087.7	1,821.4	(266.3)	-12.8%
หนี้สินรวม	**8,693.6**	**9,528.5**	**834.8**	**9.6%**
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม	**9,699.5**	**10,698.2**	**998.6**	**10.3%**

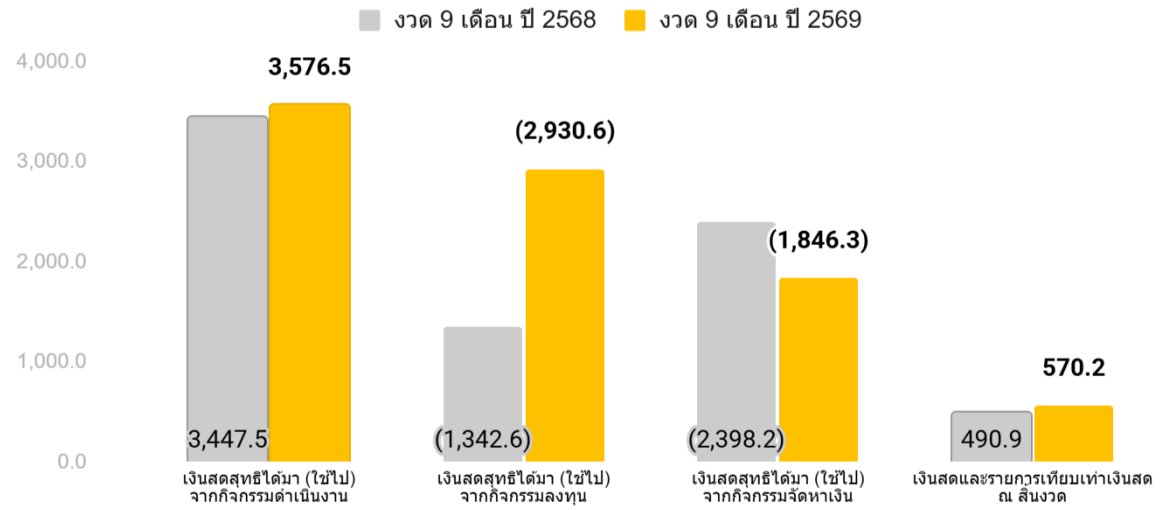
ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 20,226.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.0 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2568 ขณะที่หนี้สินรวมและส่วนของผู้ถือหุ้นรวมอยู่ที่ 9,528.5 ล้านบาท และ 10,698.2 ล้านบาท ตามลำดับ

สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 753.7 ล้านบาท มาอยู่ที่ 6,298.3 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการสำรองสินค้าเพิ่มขึ้นตามฤดูกาลเพื่อเตรียมเข้าสู่ช่วงที่มียอดขายสูงในไตรมาส 4 และรองรับจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการใช้เงินกู้ยืมระยะสั้นเพื่อรองรับความต้องการเงินทุนหมุนเวียน ส่งผลให้หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยอยู่ที่ 1,001.3 ล้านบาท

ที่ดิน ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่า และอุปกรณ์เพิ่มขึ้นจาก 3,049.3 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 เป็น 5,441.2 ล้านบาท โดยหลักจากการซื้อที่ดินสำหรับโครงการคลังสินค้าอัตโนมัติ รวมถึงการลงทุนขยายสาขาและคลังสินค้าอย่างต่อเนื่อง ขณะที่เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดอยู่ที่ 570.2 ล้านบาท หลังจากการใช้จ่ายเพื่อลงทุน รองรับความต้องการเงินทุนหมุนเวียน และจ่ายเงินปันผลในระหว่างงวด

สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่าอยู่ที่ 6,310.3 ล้านบาท และ 6,705.8 ล้านบาท ตามลำดับ ส่วนใหญ่เกิดจากการเช่าพื้นที่สาขาและคลังสินค้า ขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น 998.6 ล้านบาท จากสิ้นปี 2568 ซึ่งเป็นผลจากกำไรสะสมภายหลังการจ่ายเงินปันผล

งบกระแสเงินสด (หน่วย: ล้านบาท)



กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานในงวด 9 เดือนของปี 2569 อยู่ที่ 3,576.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 จาก 3,447.5 ล้านบาทในช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนความสามารถของบริษัทฯ ในการสร้างกระแสเงินสดจากการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ กระแสเงินสดดังกล่าวลดลงบางส่วนเป็นผลจากการสำรองสินค้าตามฤดูกาล และการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลที่เพิ่มขึ้นตามผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนอยู่ที่ 2,930.6 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในโครงการคลังสินค้าอัตโนมัติ การขยายสาขา และการเพิ่มขีดความสามารถของคลังสินค้า ขณะที่กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินอยู่ที่ 1,846.3 ล้านบาท โดยหลักเป็นการชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าและการจ่ายเงินปันผล ซึ่งมีเงินรับจากการกู้ยืมระยะสั้นเพื่อรองรับความต้องการเงินทุนหมุนเวียนมาชดเชยบางส่วน ส่งผลให้เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 อยู่ที่ 570.2 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วน	หน่วย	ไตรมาส 3 ปี 2568	ไตรมาส 3 ปี 2569
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	(วัน)	206.2	194.4
อัตรากำไรขั้นต้น	(ร้อยละ)	52.5	50.4
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย	(ร้อยละ)	31.4	29.0
อัตรากำไรสุทธิ	(ร้อยละ)	12.2	10.9
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(ร้อยละ)	45.9	27.2
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น[5]	(เท่า)	0.40	0.04

[5] *คำนวณจากหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยรวม หักด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด หารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นรวม*

แนวโน้มธุรกิจปี 2570 และการดำเนินงานในอนาคต

ในปี 2570 บริษัทฯ จะเดินหน้าขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่อง พร้อมให้ความสำคัญยิ่งขึ้นกับการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของสาขาและการนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทฯ จะนำแนวคิดร้าน MR. D.I.Y. 2.0 มาใช้กับสาขานอกศูนย์การค้าที่เปิดใหม่ เพื่อสร้างบรรยากาศภายในร้านที่น่าเลือกซื้อและยกระดับประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้า ควบคู่กับการปรับปรุงสาขาเดิมบางแห่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่ขายและปรับปรุงสภาพแวดล้อมโดยรวมภายในร้านให้เหมาะกับการเลือกซื้อสินค้า

บริษัทฯ จะยังคงพัฒนาการนำเสนอสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่มากขึ้น โดยจัดสัดส่วนสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ สินค้าจากแบรนด์ภายนอก และสินค้าลิขสิทธิ์ที่ได้รับการคัดสรรอย่างเหมาะสม สำหรับประเภทสินค้าหลัก บริษัทฯ จะพัฒนาทางเลือกด้านราคาและคุณภาพให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าและรูปแบบการจับจ่ายที่แตกต่างกัน ทั้งการซื้อสินค้าตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และการตัดสินใจซื้อโดยไม่ได้วางแผนล่วงหน้า โดยยังคงรักษาจุดยืนด้านความคุ้มค่าคุ้มราคาซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ

การขยายสาขา

สำหรับปี 2570 บริษัทฯ มีแผนเปิดสาขาใหม่ประมาณ 210 สาขา ซึ่งจะทำให้มีจำนวนสาขาทั่วประเทศรวมมากกว่า 1,500 สาขาภายในสิ้นปี 2570 ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาวะตลาด โดยบริษัทฯ ได้จัดหาพื้นที่สำหรับการเปิดสาขาใหม่แล้วมากกว่าร้อยละ 40 ของแผนดังกล่าว การขยายสาขาจะยังคงมุ่งเน้นสาขานอกศูนย์การค้าเป็นหลัก ทั้งในอำเภอที่ยังไม่มีสาขาและพื้นที่เดิมที่ยังมีความต้องการซื้อรองรับการเติบโต บริษัทฯ จะคัดเลือกทำเลอย่างรอบคอบ และคงความยืดหยุ่นในการพัฒนาสาขาให้เหมาะสมกับแต่ละทำเล โดยยังคงเน้นรูปแบบธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนในสินทรัพย์ไม่สูง และรักษาเป้าหมายระยะเวลาคืนทุนภายใน 3 ปี

ประมาณการรายจ่ายฝ่ายทุน

สำหรับปี 2569 บริษัทฯ ประมาณการรายจ่ายฝ่ายทุนรวมไว้ที่ประมาณ 4,000 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรองรับโครงการคลังสินค้าอัตโนมัติ การเปิดสาขาใหม่ การปรับปรุงสาขา และโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การลงทุนในสาขายังรวมถึงการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาอย่างต่อเนื่องในทำเลที่เหมาะสม เพื่อช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าในระยะยาว

บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าพัฒนาคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าอัตโนมัติ ณ นิคมอุตสาหกรรมอารยะ จังหวัดสมุทรปราการ โดยอยู่ระหว่างการทบทวนแบบโครงการ เทคโนโลยีระบบอัตโนมัติ และขอบเขตการลงทุน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการด้านการดำเนินงานในอนาคตและเพิ่มประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ คาดว่าจะทยอยพัฒนาโครงการเป็นระยะ โดยตั้งเป้าเริ่มเปิดดำเนินงานระยะแรกในปี 2571 ทั้งนี้ โครงการได้รับการออกแบบให้รองรับเครือข่ายสาขาได้สูงสุดประมาณ 3,000 สาขาเมื่อพัฒนาแล้วเสร็จทั้งหมด

เป้าหมายด้านความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ ผสานประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ากับการดำเนินธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการเติบโตในระยะยาวอย่างมีความรับผิดชอบ สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานดังกล่าวขับเคลื่อนผ่านแนวทางที่มุ่งยกระดับมาตรฐานด้านความยั่งยืน (ESG) จริยธรรมทางธุรกิจ และการบริหารความเสี่ยง ภายใต้กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน “D.I.Y. for a Sustainable Future” บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดหาอย่างมีความรับผิดชอบ และการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชน โดยมีแนวปฏิบัติด้านห่วงโซ่อุปทานอย่างมีจริยธรรมและการนำเสนอสินค้าที่มีความรับผิดชอบเป็นองค์ประกอบสำคัญ

ในไตรมาส 3 ปี 2569 บริษัทฯ เดินหน้าขยายการใช้พลังงานหมุนเวียน โดยติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพิ่มเติมในอีก 91 สาขา ส่งผลให้มีสาขาที่ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์รวม 201 สาขา การดำเนินงานดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ

ด้านธรรมาภิบาล บริษัทฯ ได้รับผลการประเมินระดับ 5 ดาวจากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2569 (CGR 2026) โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และได้รับผลการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2569 (AGM Checklist) ในระดับดีเยี่ยมด้วยคะแนน 100 คะแนน ผลการประเมินดังกล่าวสะท้อนความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการกำกับดูแลกิจการที่ดี ความโปร่งใส และการคุ้มครองสิทธิของผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการยกระดับแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน ครอบคลุมทั้งมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระยะยาวของบริษัทฯ