



MR.D.I.Y.

Always Low Prices

MR. D.I.Y. Holding (Thailand) Plc.

Management Discussion and Analysis

For the 3Q2025 Earning Results



บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท มีสเตอร์. ดี.ไอ.วาย. โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) เป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ตกแต่งบ้านและสินค้าไลฟ์สไตล์ที่เติบโตเร็วที่สุดในประเทศไทย มีจำนวนสาขามากกว่า 1,000 แห่งครอบคลุมครบทั้งหมด 77 จังหวัดทั่วภูมิภาคประเทศไทย นับตั้งแต่เปิดดำเนินการสาขาแรกในปี 2559 บริษัทฯ ได้ขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่องจนมีสถานะผู้นำตลาดระดับประเทศ โดย ณ สิ้นปี 2567 มีส่วนแบ่งร้อยละ 9 สำหรับรายได้รวมของอุตสาหกรรม และร้อยละ 39 สำหรับกลุ่มร้านค้าปลีกที่มีเครือข่ายสาขา (Chain retailers) (ข้อมูลจาก Frost & Sullivan) ด้วยจำนวนสินค้ากว่า 16,000 รายการ บริษัทฯ นำเสนอสินค้าที่หลากหลาย ครอบคลุมทุกหมวดหมู่สำหรับการใช้งานในชีวิตประจำวัน ในราคาที่เข้าถึงได้ ผ่านรูปแบบสาขานอกศูนย์การค้า (Standalone) และสาขาภายในศูนย์การค้า (Retail mall-based) เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงผู้บริโภคทั่วประเทศ

ภาวะเศรษฐกิจไทย

ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2568 เศรษฐกิจไทยขยายตัว ขยายตัวร้อยละ 3.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยอัตราการเติบโตในไตรมาส 2 ชะลอตัวลงเล็กน้อยอยู่ที่ร้อยละ 2.8 จาก ร้อยละ 3.1 ในไตรมาสแรกของปี 2568 สำหรับไตรมาส 3 เศรษฐกิจไทยยังมีแนวโน้มอ่อนแอ แต่เริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวในช่วงปลายไตรมาส โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไป (headline inflation) เดือนกันยายนอยู่ในแดนลบ ซึ่งเป็นผลจากราคาพลังงานและอาหารสดที่ปรับลดลง ตามข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย กำลังซื้อในประเทศที่อ่อนแอ และหนี้ครัวเรือนในระดับสูงยังคงกดดันกำลังซื้อ จากแนวโน้มดังกล่าวข้างต้น ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายลงสู่ระดับร้อยละ 1.5 ในเดือนสิงหาคม 2568 เพื่อเสริมสภาพคล่อง และกระตุ้นการบริโภคภาคครัวเรือน ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (Consumer Confidence Index) เดือนกันยายน 2568 อยู่ที่ระดับ 50.7 จุด ลดลง 8.3 จุดนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2568 ได้มีสาเหตุหลักมาจากฝนตกหนักและน้ำท่วมในหลายจังหวัดของภาคกลางและภาคเหนือ ความไม่แน่นอนทางการเมือง รวมถึงความล่าช้าในการดำเนินการมาตรการทางการคลัง

แม้เผชิญสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ท้าทาย บริษัทฯ ยังคงรักษาแรงขับเคลื่อนการเติบโตได้อย่างมั่นคงต่อเนื่องถึงไตรมาส 3 ปี 2568 โดยได้รับแรงสนับสนุนจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า สนับสนุนให้ความต้องการสินค้าราคาย่อมเยาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าผลักดันผลการดำเนินงานผ่านการส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้าภายใต้แนวคิด “ราคาถูกทุกวัน” (Always Low Prices) โดยมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพคุ้มค่า ความหลากหลายของสินค้า และประสบการณ์การช้อปปิ้งที่สะดวกสบาย

ผลการดำเนินงานทางการเงินที่สำคัญ

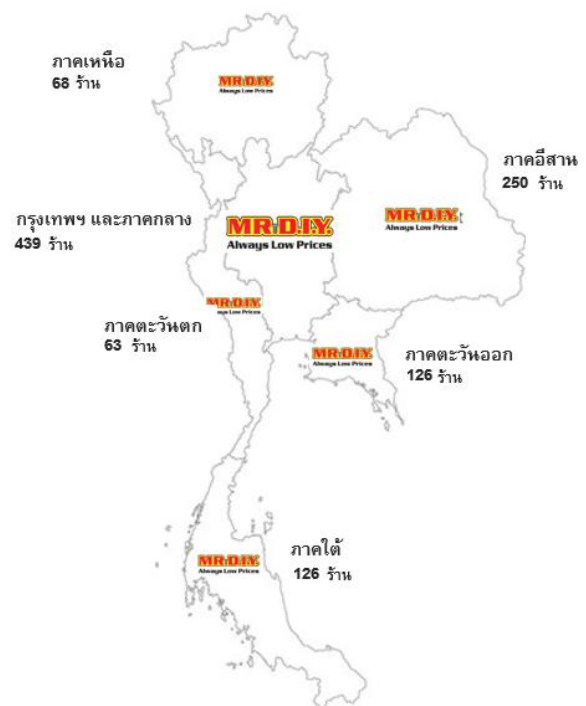
ในไตรมาส 3 ปี 2568 บริษัท มีรายได้รวม 4,959.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงขับเคลื่อนจากการขยายสาขาเชิงกลยุทธ์ไปยังทำเลที่มีศักยภาพสูง ซึ่งช่วยยกระดับการรับรู้แบรนด์และการมีส่วนร่วมของลูกค้า อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้นจาก 48.5% มาอยู่ที่ 52.5% โดยได้รับประโยชน์จากขนาดธุรกิจที่ขยายใหญ่ขึ้น การบริหารสัดส่วนสินค้าที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยนที่เอื้ออำนวย ส่งผลให้บริษัท มีกำไรสุทธิ 604.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 78.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และลดลงร้อยละ 4.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2568 บริษัท มีรายได้รวม 14,430.3 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิ 1,781.4 ล้านบาท เติบโตอย่างแข็งแกร่ง ร้อยละ 25.2 และร้อยละ 57.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ ผลการดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงความสามารถของบริษัท ในการรักษาแนวโน้มการเติบโต และความสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง ภายใต้การบริหารต้นทุนและการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ท้าทาย

บริษัท ประกาศจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลครั้งแรกภายหลังการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จากผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2568 ในอัตรา 0.05 บาทต่อหุ้น คิดเป็นเงินปันผลรวมทั้งสิ้นประมาณ 301 ล้านบาท คิดเป็นประมาณร้อยละ ของกำไรสุทธิสำหรับไตรมาส ซึ่งสูงกว่านโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัท ที่กำหนดไว้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิ

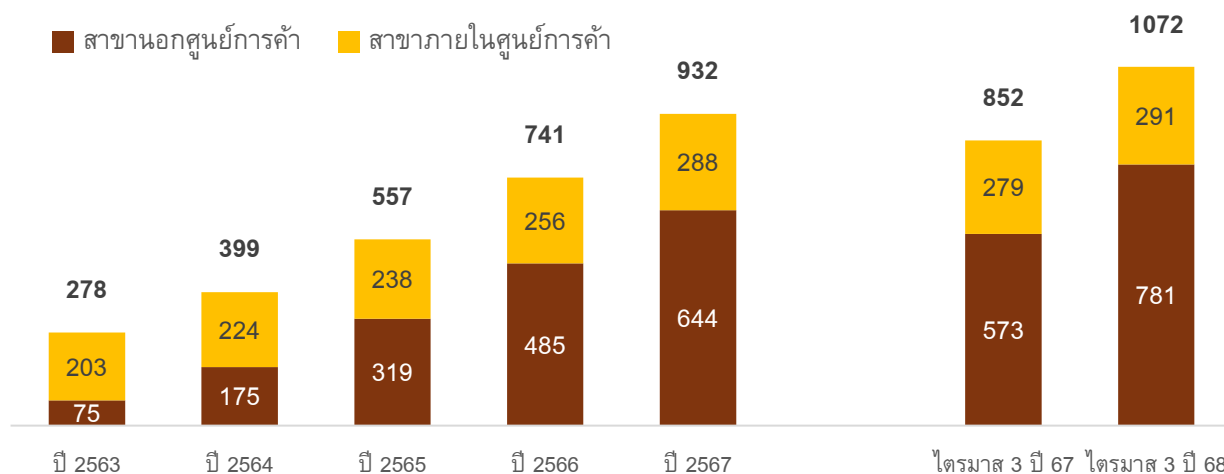
เครือข่ายร้านค้าปลีกและผลการดำเนินงาน:

ณ สิ้นเดือนกันยายน 2568 บริษัท มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 1,072 สาขาทั่วประเทศ แบ่งเป็นสาขานอกศูนย์การค้า 781 สาขา (73%) และสาขาภายในศูนย์การค้า 291 สาขา (27%) ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 บริษัท ได้เปิดสาขาใหม่จำนวน 145 สาขา โดยมีจำนวนสาขาเพิ่มสุทธิ 45 สาขาในไตรมาส 3 ปี 2568 ซึ่งประมาณร้อยละ 90 เป็นสาขานอกศูนย์การค้า โดยบริษัท ยังคงดำเนินงานเป็นไปตามแผนเพื่อบรรลุเป้าหมายการเปิดสาขาใหม่ 200 สาขาภายในปี 2568

อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 ได้รับแรงสนับสนุนจากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรม และการปรับตัวดีขึ้นของจำนวนลูกค้าเข้าร้าน สะท้อนถึงกลยุทธ์การดำเนินงานที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่กับการขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่อง



จำนวนสาขาแบ่งตามรูปแบบของสาขา (ณ วันที่ 30 กันยายน 2568)



ในไตรมาส 3 ปี 2568 สาขานอกศูนย์การค้า (Standalone) ยังคงเป็นแหล่งรายได้หลักของบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 69.2 ของยอดขายสาขาทั้งหมด ขณะที่สาขาภายในศูนย์การค้าคิดเป็นร้อยละ 30.8

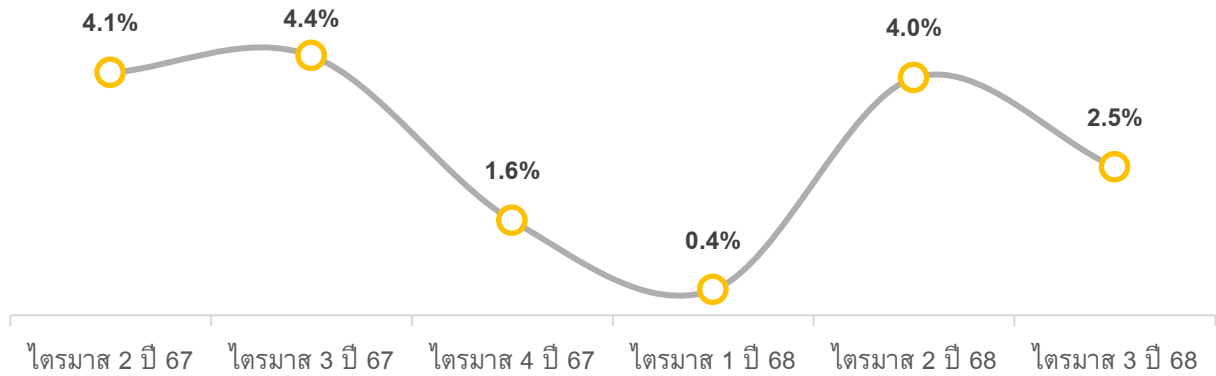
รูปแบบสาขา	ไตรมาส 3 ปี 2567	ไตรมาส 3 ปี 2568	% เปลี่ยนแปลง	9 เดือนแรก ปี 2567	9 เดือนแรก ปี 2568	% เปลี่ยนแปลง
สาขานอกศูนย์การค้า	2,493.6	3,403.1	36.5%	7,114.0	9,756.5	37.1%
สาขาภายในศูนย์การค้า	1,433.0	1,512.4	5.5%	4,329.1	4,565.8	5.5%
ยอดขายสาขา	3,926.6	4,915.4	25.2%	11,443.1	14,322.3	25.2%
จำนวนสาขา (ณ สิ้นงวด)	852	1,072	25.8%			

จำนวนธุรกรรมและมูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรม

	ไตรมาส 3 ปี 2567	ไตรมาส 3 ปี 2568	% เปลี่ยนแปลง	9 เดือนแรก ปี 2567	9 เดือนแรก ปี 2568	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนธุรกรรม (ล้านรายการ)	24.5	30.3	23.7%	70.9	87.1	22.9%
มูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรม (บาท)	160.1	162.0	1.2%	161.5	164.5	1.9%

ในไตรมาส 3 ปี 2568 บริษัทฯ มียอดธุรกรรมรวมทั้งสิ้น 30.3 ล้านรายการ ส่งผลให้ยอดธุรกรรมรวมในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 อยู่ที่ 87.1 ล้านรายการ ปริมาณธุรกรรมที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากการยกระดับการรับรู้แบรนด์ที่ช่วยดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้นอย่างต่อเนื่องควบคู่กับการขยายเครือข่ายสาขา มูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรม (average basket size) ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องอยู่ที่ 162.0 บาทต่อรายการ ในไตรมาส 3 และ 164.5 บาทต่อรายการในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568

อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG)*



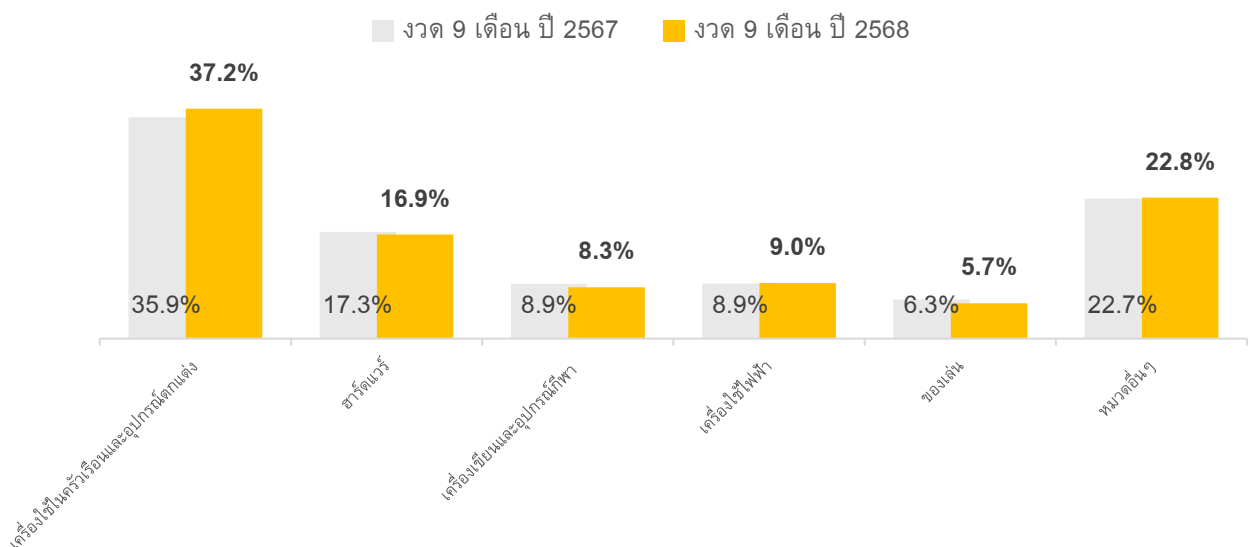
*เป็นตัวชี้วัดการเติบโตของรายได้เทียบกับปีก่อนจากสาขาที่เปิดดำเนินการมาแล้วอย่างน้อย 24 เดือน ซึ่งสะท้อนภาพรวมการเติบโตของยอดขายอย่างระมัดระวัง

ในไตรมาส 3 ปี 2568 บริษัทฯ สามารถบริหารอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม ให้อยู่ในทิศทางเชิงบวกที่ร้อยละ 2.5 ท่ามกลางปัจจัยท้าทายทางเศรษฐกิจและสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย โดยบริษัทฯ จะยังคงดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ เพื่อเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง แม้อยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ท้าทาย

รายได้จากการขายตามประเภทสินค้า

ประเภทสินค้าของบริษัทฯ ถูกแบ่งออกเป็น 6 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) เครื่องใช้ในครัวเรือนและอุปกรณ์ตกแต่ง (Household and Furnishing) 2) ฮาร์ดแวร์ (Hardware) 3) เครื่องเขียนและอุปกรณ์กีฬา (Stationery & Sports) 4) เครื่องใช้ไฟฟ้า (Electronics) 5) ของเล่น (Toys) และ 6) หมวดอื่น ๆ (Others) ซึ่งประกอบด้วยของขวัญ เครื่องประดับ เครื่องสำอาง อุปกรณ์เสริมรถยนต์ รวมถึงสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม

ตารางแสดงสัดส่วนรายได้จากการขายตามประเภทสินค้าสำหรับช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 และ 2567



ผลการดำเนินงานทางการเงิน

งบกำไรขาดทุน

สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2568 และ 2567

(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 3 ปี 2567	ไตรมาส 3 ปี 2567	เปลี่ยนแปลง	% เปลี่ยนแปลง
รายได้จากการขาย	3,937.6	4,924.3	986.7	25.1%
ต้นทุนขาย	(2,027.7)	(2,341.4)	(313.7)	15.5%
กำไรขั้นต้น	1,909.9	2,582.9	673.0	35.2%
% อัตรากำไรขั้นต้น	48.5%	52.5%	3.9 p.p.	
รายได้อื่น ⁽¹⁾	22.2	35.3	13.1	59.0%
ค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่าย	(1,135.8)	(1,426.6)	(290.9)	25.6%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(252.5)	(283.8)	(31.3)	12.4%
กำไรจากการดำเนินงาน	543.8	907.7	363.9	66.9%
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	-	(24.1)	(24.1)	n/a
ต้นทุนทางการเงิน - เงินกู้ยืม	(32.9)	(29.8)	3.1	(9.4%)
ต้นทุนทางการเงิน - หนี้สินตามสัญญาเช่า	(60.6)	(69.3)	(8.7)	14.4%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	450.3	784.5	334.2	74.2%
ค่าใช้จ่ายภาษี	(111.9)	(179.6)	(67.7)	60.5%
กำไรสุทธิ	338.5	604.9	266.4	78.7%
% อัตรากำไรสุทธิ	8.5%	12.2%	3.6 p.p.	
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหัก ดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัด จำหน่าย (EBITDA)	1,082.4	1,557.1	474.7	43.9%

สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2568 และ 2567

(หน่วย: ล้านบาท)	งวด 9 เดือน ปี 2567	งวด 9 เดือน ปี 2568	เปลี่ยนแปลง เปลี่ยนแปลง	% เปลี่ยนแปลง
รายได้จากการขาย	11,492.9	14,343.7	2,850.8	24.8%
ต้นทุนขาย	(5,824.4)	(6,905.3)	(1,080.9)	18.6%
กำไรขั้นต้น	5,668.5	7,438.4	1,769.9	31.2%
% อัตรากำไรขั้นต้น	49.3%	51.9%	2.5 p.p.	
รายได้อื่น ⁽¹⁾	33.6	86.6	53.0	158.0%
ค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่าย	(3,311.5)	(4,070.2)	(758.7)	22.9%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(642.0)	(789.3)	(147.3)	22.9%
กำไรจากการดำเนินงาน	1,748.6	2,665.5	916.9	52.4%
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	-	(70.3)	(70.3)	n/a
ต้นทุนทางการเงิน - เงินกู้ยืม	(102.0)	(87.3)	14.7	(14.4%)
ต้นทุนทางการเงิน - หนี้สินตามสัญญาเช่า	(174.4)	(202.8)	(28.4)	16.3%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	1,472.2	2,305.1	832.8	56.6%
ค่าใช้จ่ายภาษี	(340.0)	(523.7)	(183.7)	54.0%
กำไรสุทธิ	1,132.2	1,781.3	649.1	57.3%
% อัตรากำไรสุทธิ	9.8%	12.3%	2.5 p.p.	
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหัก ดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัด จำหน่าย (EBITDA)	3,283.8	4,508.6	1,224.8	37.3%

(1) รายได้อื่น ประกอบด้วย กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้จากการให้บริการแก่บริษัทร่วม และรายได้อื่น ๆ

รายได้จากการขาย

ในไตรมาส 3 ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายจำนวน 4,924.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่งร้อยละ 25.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน การเติบโตดังกล่าวเป็นผลมาจากการขยายเครือข่ายสาขาที่เพิ่มขึ้นจาก 852 สาขาในปีก่อนมาเป็น 1,072 สาขาในปัจจุบัน ประกอบกับการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม ที่ระดับร้อยละ 2.5 เมื่อพิจารณาตามประเภทสินค้า พบว่ากลุ่มเครื่องใช้ในครัวเรือนและอุปกรณ์ตกแต่งและฮาร์ดแวร์ ยังคงเป็นประเภทสินค้าหลักที่สร้างรายได้สูงสุด รวมกันคิดเป็นร้อยละ 54.1 ของรายได้จากการขายทั้งหมดในไตรมาสนี้

ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในไตรมาสนี้ส่งผลให้รายได้จากการขายสำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2568 เพิ่มขึ้นเป็น 14,343.7 ล้านบาท คิดเป็นการเติบโตขึ้นร้อยละ 24.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน รับแรงหนุนจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากสาขาในทุกภูมิภาคของประเทศ สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นการขยายสาขาไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงทั่วประเทศ

กำไรขั้นต้น

ในไตรมาส 3 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 2,582.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีอัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 52.5 การขยายตัวของอัตรากำไรขั้นต้นได้รับแรงสนับสนุนจากประโยชน์จากการประหยัดจากขนาดที่เพิ่มขึ้น อันเป็นผลจากการขยายเครือข่ายสาขา การบริหารจัดการและนำเสนอสินค้าที่เหมาะสมยิ่งขึ้น ตลอดจนปัจจัยบวกจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เอื้ออำนวย

สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 7,438.4 ล้านบาท และมีอัตรากำไรขั้นต้นขยายตัวมาอยู่ที่ร้อยละ 51.9 สะท้อนถึงความสามารถของบริษัทฯ ในการใช้ประโยชน์จากขนาดธุรกิจ การบริหารจัดการสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และการรักษาความสามารถในการทำกำไรได้อย่างมั่นคง แม้เผชิญสภาวะเศรษฐกิจที่ท้าทาย

ค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่ายในไตรมาส 3 ปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 1,426.6 ล้านบาท ขณะที่งวด 9 เดือนแรกของปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.9 อยู่ที่ 4,070.2 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นผลมาจากค่าเสื่อมราคา ค่าขนส่ง และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานที่สูงขึ้น อันเป็นผลจากการขยายเครือข่ายสาขาและคลังสินค้า อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายดังกล่าวถูกชดเชยบางส่วนด้วยการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคในอัตราที่ชะลอลง ซึ่งได้รับประโยชน์จากอัตราค่าไฟฟ้าผันแปร (FT rate) ที่ลดลง และโครงการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม ยังคงทรงตัวอยู่ที่ร้อยละ 28.8 ในไตรมาส 3 ปี 2568 และร้อยละ 28.2 สำหรับช่วง 9 เดือนแรกของปี ไกล่เคียงกับอัตราส่วนดังกล่าวในช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงความสามารถของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้และการขยายเครือข่ายสาขาอย่างมีวินัย

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวนในไตรมาส 3 ปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 283.8 ล้านบาท ขณะที่ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.9 อยู่ที่ 789.3 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นผลมาจากจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้น ณ สำนักงานใหญ่ การรับรู้ค่าเสื่อมราคาที่สูงขึ้นจากการขยายพื้นที่สำนักงาน และค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมและบำรุงรักษาที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงร้านค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับประสบการณ์การซื้อสินค้าของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม

ในไตรมาส 3 ปี 2568 และช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมจำนวน 24.1 ล้านบาท และ 70.3 ล้านบาท ตามลำดับ สะท้อนถึงผลการดำเนินงานในช่วงเริ่มต้นของร้าน KKV ซึ่งเริ่มดำเนินการในเดือนตุลาคม 2567 อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานของร้าน KKV มีทิศทางปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ณ ไตรมาส 3 ปี 2568 มีสาขาเปิดให้บริการแล้ว 12 สาขา และมีระดับการขาดทุนต่อสาขาลงได้เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า อันเป็นผลจากการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการจัดสรรสินค้า และการควบคุมต้นทุนที่เข้มงวดมากขึ้น

ต้นทุนทางการเงิน

ในไตรมาส 3 ปี 2568 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 99.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นจากหนี้สินตามสัญญาเช่า ซึ่งเกิดจากการขยายเครือข่ายสาขาของบริษัทฯ ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นดังกล่าวได้รับการชดเชยบางส่วนด้วยค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยจากเงินกู้ยืมสถาบันการเงินที่ลดลงภายหลังการชำระคืนตามกำหนด สำหรับช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน โดยอยู่ที่ 290.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิ

ในไตรมาส 3 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 604.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 78.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตรากำไรสุทธิขยายตัวมาอยู่ที่ร้อยละ 12.2 การปรับตัวดีขึ้นนี้เป็นผลจากอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น และการขยายเครือข่ายสาขาเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยเสริมประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในไตรมาสนี้ส่งผลให้กำไรสุทธิสำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2568 เพิ่มขึ้นเป็น 1,781.4 ล้านบาท หรือเติบโตขึ้นร้อยละ 57.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงความสามารถของบริษัทฯ ในการรักษาความสามารถในการทำกำไรได้อย่างมั่นคง ภายใต้การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและการบริหารจัดการอย่างมีวินัย

งบแสดงสถานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท	31 ธ.ค. 2567	30 ก.ย. 2568	เปลี่ยนแปลง	%เปลี่ยนแปลง
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	784.3	490.9	(293.3)	(37.4%)
สินค้าคงเหลือ	4,893.5	5,509.5	616.0	12.6%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	5,932.1	5,895.4	(36.7)	(0.6%)
สินทรัพย์อื่น	3,690.2	4,341.4	651.2	17.6%
สินทรัพย์รวม	15,300.1	16,237.3	937.2	6.1%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	2,600.4	2,662.8	62.4	2.4%
หนี้สินตามสัญญาเช่า	6,344.5	6,317.9	(26.7)	(0.4%)
หนี้สินอื่น	1,596.7	1,662.8	66.0	4.1%
หนี้สินรวม	10,541.7	10,643.5	101.8	1.0%
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม	4,758.3	5,593.8	835.4	17.6%

สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 30 กันยายน 2568 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 16,237.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 937.2 ล้านบาท จาก 15,300.1 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2567 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นผลมาจากการลงทุนเพื่อรองรับการขยายธุรกิจ โดยเฉพาะในส่วนของ การปรับปรุงทรัพย์สินและอุปกรณ์จำนวน 387.1 ล้านบาท รวมถึงสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น 616.0 ล้านบาท ก่อนเข้าสู่ช่วงวันหยุด China Golden Week และรองรับการเปิดสาขาใหม่ รวมถึงความต้องการสินค้าที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในไตรมาส 4 ปี 2568 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ลงทุนเพิ่มเติมในบริษัทร่วม KKVSC ⁽²⁾ เพื่อสนับสนุนการเติบโตในอนาคตของธุรกิจดังกล่าว

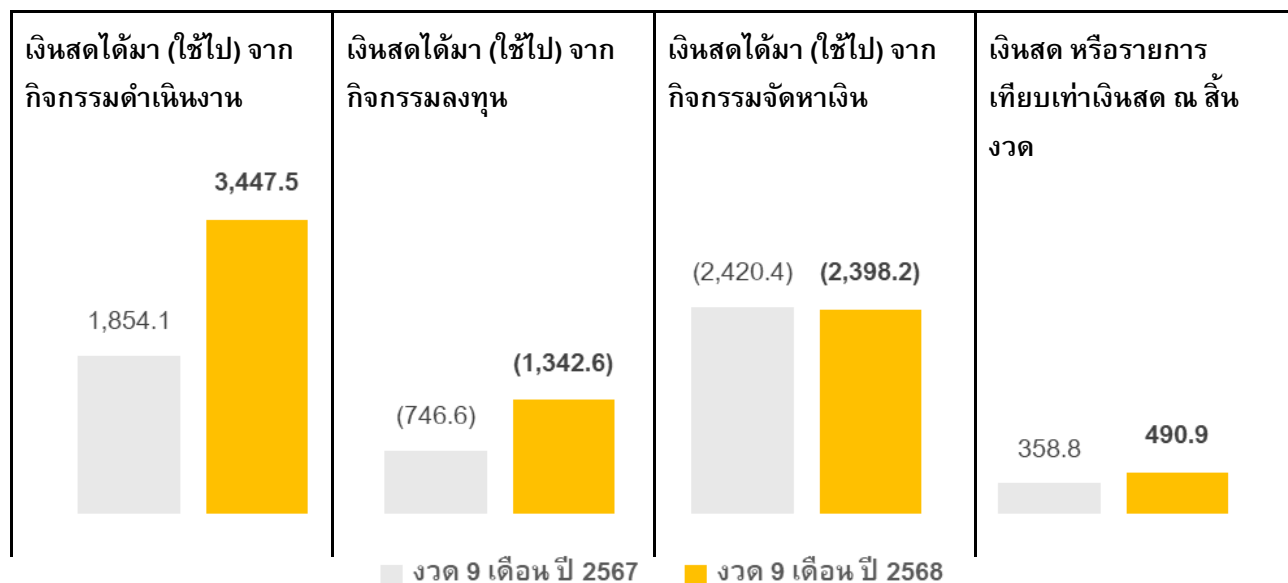
หนี้สินรวม

ณ วันที่ 30 กันยายน 2568 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 10,643.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 101.8 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.0 จาก 10,541.7 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2567 สาเหตุหลักมาจากการใช้วงเงินกู้ยืมระยะสั้น เพื่อสั่งซื้อสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2568 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมจำนวน 5,593.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 835.4 ล้านบาท จาก 4,758.3 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2567 การเพิ่มขึ้นดังกล่าว มีสาเหตุหลักจากกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 ซึ่งถูกหักลบบางส่วนด้วยเงินปันผลจำนวน 945.9 ล้านบาท ที่บริษัทฯ จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น

(1) KKVSC หมายถึง บริษัท เคเควี ซัพพลาย เซน จำกัด

งบกระแสเงินสด (หน่วย: ล้านบาท)


ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานจำนวน 3,447.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 85.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเติบโตในอัตราที่สูงกว่าการเติบโตของรายได้ สะท้อนถึงความสามารถของบริษัทฯ ในการสร้างกระแสเงินสดจากการดำเนินงานได้อย่างแข็งแกร่ง โดยมีอัตราส่วนกระแสเงินสดต่อกำไร (cash flow-to-income ratio) อยู่ในระดับมั่นคงที่อยู่ที่ร้อยละ 133.7 กระแสเงินสดที่เกิดขึ้นนี้ บริษัทฯ นำไปใช้ประโยชน์อย่างมีกลยุทธ์ โดยส่วนใหญ่ใช้สำหรับสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน และการลงทุนเพื่อขยายสาขาและคลังสินค้าเพิ่มเติม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	หน่วย	3Q2024	3Q2025
วันค้างสินค้าคงเหลือ	(วัน)	198.9	206.2
อัตรากำไรขั้นต้น	(%)	48.5%	52.5%
อัตรากำไรก่อนหักค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ต้นทุนทางการเงิน และภาษี	(%)	27.3%	31.4%
อัตรากำไรสุทธิ	(%)	8.5%	12.2%
อัตราส่วนผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(%)	39.2%	45.9%
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.5	0.4

แนวโน้มสำหรับปี 2569

แนวโน้มตลาด

อ้างอิงตามรายงานวิจัยตลาดที่จัดทำโดยบริษัท ฟรอสต์ แอนด์ ซัลลิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด (“Frost & Sullivan”) อุตสาหกรรมค้าปลีกอุปกรณ์ตกแต่งบ้านทั้งหมดในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ในอัตราร้อยละ 4.8 จากปี 2567 ถึงปี 2572 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาอุตสาหกรรมค้าปลีกเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ Chain Retailer คาดว่าการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) เท่ากับร้อยละ 15.3% สะท้อนถึงการเปลี่ยนผ่านจากการค้าปลีกแบบดั้งเดิมสู่รูปแบบค้าปลีกสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันบริษัทฯ ครองตำแหน่งผู้นำในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีสาขาจำนวนมาก (Chain Retailer) ด้วยส่วนแบ่งการตลาดปัจจุบันประมาณร้อยละ 9 บริษัทฯ ยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการใช้ศักยภาพในตลาดที่ยังมีการกระจายตัวสูง บริษัทฯ มีความพร้อมในการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายร้านค้าทั่วประเทศ โดยมีระบบการดำเนินงานที่มีความยืดหยุ่นและสามารถขยายขนาดได้ตามการเติบโตของธุรกิจ และแบรนด์ที่มีความน่าเชื่อถือ บริษัทฯ พร้อมทั้งจะรักษาการเติบโตอย่างแข็งแกร่งในอุตสาหกรรมในตลาดค้าปลีกสินค้าปรับปรุงบ้านและไลฟ์สไตล์ของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

การขยายสาขา

บริษัทฯ มีเป้าหมายเปิดสาขาใหม่ประมาณ 200 สาขาในปี 2568 ซึ่งปัจจุบันได้มีการจัดหาทำเลที่ตั้งครบถ้วนแล้วและ ในปี 2569 และ ปี 2570 บริษัทฯ มีการวางแผนจะเปิดเพิ่มอีกประมาณ 210 สาขาต่อปี ส่งผลให้บริษัทฯ มีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้นมากกว่า 1,500 สาขาภายในสิ้นปี 2570

การขยายสาขาจะมุ่งเน้นรูปแบบสาขานอกศูนย์การค้า (Standalone) ที่ตั้งอยู่ภายในชุมชน เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงลูกค้าและสร้างความคุ้มค่าในการจับจ่ายสินค้าในชีวิตประจำวัน โดยสาขาใหม่แต่ละแห่งคาดว่าจะคืนทุนภายในประมาณ 3 ปี และสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมในระยะยาว เพื่อรองรับการขยายตัวอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ประมาณรายจ่ายฝ่ายทุน

ใน 2568 และ 2569 บริษัทฯ ตั้งประมาณรายจ่ายฝ่ายทุนรวมประมาณ 2,000 ล้านบาท และ 4,000 ล้านบาท โดยเน้นการลงทุนสำหรับการเปิดสาขาใหม่ การปรับปรุงสาขาเดิม และการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

โครงการสำคัญคือการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าอัตโนมัติแห่งใหม่ (3) ภายในนิคมอุตสาหกรรมอารายะ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเปลี่ยนจากรูปแบบการเช่าคลังสินค้าเป็นการพัฒนาและบริหารจัดการคลังสินค้าของตนเอง โครงการนี้มีมูลค่าการลงทุนรวมประมาณ 4,500 ล้านบาท ครอบคลุมระยะเวลา 2568-2574 ศูนย์กระจายสินค้า

แห่งใหม่จะติดตั้งเทคโนโลยี Automated Storage and Retrieval System (ASRS) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บสินค้า ความแม่นยำในการหยิบสินค้า และลดต้นทุนแรงงานและค่าเช่า

เมื่อแล้วเสร็จ ศูนย์ฯ จะสามารถรองรับการดำเนินงานได้มากถึง 3,000 สาขา ถือเป็นก้าวสำคัญในการลงทุนพัฒนาโครงสร้างซัพพลายเชนเพื่อรองรับการขยายสาขาทั่วประเทศในอนาคต

เป้าหมายด้านความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามหลักความยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มุ่งเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานควบคู่กับการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนผ่านการดำเนินโครงการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ในคลังสินค้าและสาขานอกศูนย์การค้า (Standalone) ที่ได้รับการคัดเลือก ซึ่งช่วยลดต้นทุนพลังงานได้สูงสุดถึงร้อยละ 35 และมีระยะเวลาคืนทุนประมาณ 3 ปี

ด้านสังคม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับสวัสดิการ ความปลอดภัย และความเท่าเทียมของพนักงาน โดยจัดให้มีการฝึกอบรมและโครงการส่งเสริมสุขภาพในสถานที่ทำงานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังสนับสนุนชุมชนผ่านการบริจาคสิ่งของจำเป็นให้กับชุมชนท้องถิ่นและสภาเกษตรกรไทย รวมถึงโครงการ CSR เพื่อช่วยเหลือเด็กและผู้ด้อยโอกาสทั่วประเทศ

ด้านธรรมาภิบาล บริษัทฯ ยังคงเสริมสร้างระบบควบคุมภายในและกรอบการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายเพื่อสนับสนุนหลักการความซื่อสัตย์ โปร่งใส และความรับผิดชอบ โดยมีคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน ซึ่งมีกรรมการอิสระเป็นประธาน ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างใกล้ชิด

แนวทางดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมุ่งสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียโดยรวม