

## บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท มิสเตอร์. ดี.ไอ.วาย. โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) เป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ตกแต่งบ้านและสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มีอัตราการเติบโตสูงในประเทศไทย มีจำนวนสาขา มากกว่า 1,100 สาขา ครอบคลุมครบทั้ง 77 จังหวัดทั่วประเทศ นับตั้งแต่เปิดดำเนินการสาขาแรก ในปี 2559 บริษัทฯ ได้ขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่องและสร้างการรับรู้แบรนด์ในระดับประเทศ โดยในปี 2567 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 9 ของรายได้รวมในอุตสาหกรรม และมีส่วนแบ่งตลาด ประมาณ ร้อยละ 39 ในกลุ่มผู้ค้าปลีกที่มีเครือข่ายสาขา (Chain retailers) ตามข้อมูลจาก Frost & Sullivan บริษัทฯ นำเสนอสินค้ากว่า 16,000<sup>1</sup> รายการ ครอบคลุมการใช้งานในชีวิตประจำวัน โดยเน้นความ หลากหลาย คุณภาพที่เหมาะสม และราคาที่เข้าถึงได้ ผ่านรูปแบบสาขานอกศูนย์การค้า (Standalone) และสาขาภายในศูนย์การค้า (Retail mall-based) เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงผู้บริโภคทั่วประเทศ

### ภาวะเศรษฐกิจไทย

เศรษฐกิจไทยในไตรมาส 4 ปี 2568 ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และร้อยละ 1.9 จากไตรมาสก่อนหน้า (ปรับฤดูกาลแล้ว) การเติบโตดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากอุปสงค์ภายในประเทศและการฟื้นตัวของกิจกรรมนอกภาคการเกษตร ขณะที่ภาคการส่งออกยังคงมีทิศทางเชิงบวกในเดือนธันวาคม โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 จากเดือนก่อนหน้า ด้านการท่องเที่ยว การเดินทางภายในประเทศปรับตัวดีขึ้น เมื่อเทียบกับปีก่อน อย่างไรก็ดี จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2568 อยู่ที่ 33 ล้านคน ลดลง ประมาณร้อยละ 7 จากปีก่อน การลดลงดังกล่าวส่วนหนึ่งเป็นผลจากปัจจัยชั่วคราวและความกังวล ด้านความปลอดภัยจากอุทกภัยรุนแรงในบางพื้นที่ รวมถึงแผ่นดินไหวที่เกิดขึ้นระหว่างปี ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นด้านการเดินทางในบางช่วงเวลา สำหรับภาพรวมทั้งปี 2568 เศรษฐกิจไทยเติบโต ร้อยละ 2.4 สะท้อนการเติบโตในระดับปานกลาง

แรงกดดันด้านเงินเฟ้อยังคงอยู่ในระดับจำกัด โดยดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ในไตรมาส 4 ปี 2568 ลดลงร้อยละ 0.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ดี ระดับหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง ประมาณร้อยละ 86-88 ของ GDP หรือคิดเป็นมูลค่ารวมประมาณ 16.3 ล้านล้านบาท ในช่วงกลางปี ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) และกฎเกณฑ์สินเชื่อที่เข้มงวดมากขึ้น ยังคงกดดันกำลังซื้อ สะท้อนผ่านดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในเดือนธันวาคมซึ่งปรับตัวลดลงจากปีก่อน มาอยู่ที่ระดับ 51.9 แม้ว่ามาตรการสนับสนุนจากรัฐ รวมถึงโครงการ “คนละครึ่ง” จะมีส่วนช่วย ประคับประคองการใช้จ่ายในช่วงเทศกาล แต่รูปแบบการบริโภคโดยรวมยังคงเป็นไปอย่างระมัดระวัง โดยความต้องการมุ่งเน้นไปยังสินค้าจำเป็นและสินค้าที่มีความคุ้มค่า ขณะที่การใช้จ่ายในสินค้าฟุ่มเฟือย ยังคงจำกัด

<sup>1</sup> จำนวนสินค้าสูงสุด (SKU) สำหรับสาขาขนาดใหญ่ (พื้นที่มากกว่า 800 ตารางเมตร) ทั้งนี้ จำนวนสินค้าอาจแตกต่างกันไปตามรูปแบบ ขนาด และที่ตั้งของแต่ละสาขา

สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจยังได้รับอิทธิพลจากพัฒนาการทางการเมืองภายหลังการยุบสภาผู้แทนราษฎรก่อนกำหนดเพื่อเตรียมการเลือกตั้งทั่วไป ซึ่งก่อให้เกิดความไม่แน่นอนเชิงนโยบายในบางช่วงภายใต้บริบทของการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับปานกลางและความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ยังคงต้องระมัดระวังบริษัทฯ ยังคงเชื่อมั่นในกลยุทธ์การเติบโตระยะยาว โดยได้รับแรงสนับสนุนจากสถานะทางการตลาดโอกาสทางธุรกิจที่ยังเปิดกว้างในอุตสาหกรรม และรูปแบบธุรกิจที่มีแข็งแกร่ง

### ผลการดำเนินงานทางการเงินที่สำคัญ

ในไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้รวม 5,768.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีแรงหนุนจากจำนวนธุรกรรมที่เพิ่มขึ้น อันเป็นผลจากการขยายสาขาในทำเลที่มีศักยภาพ ควบคู่กับการดำเนินกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์อย่างต่อเนื่อง อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 51.4 โดยได้รับประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด สัดส่วนยอดขายสินค้าที่เหมาะสมมากขึ้น แม้ว่าจะได้รับผลกระทบบางส่วนจากกิจกรรมส่งเสริมการขาย ส่งผลให้กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 850.0 ล้านบาท

สำหรับปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้รวมและกำไรสุทธิ 20,198.7 ล้านบาท และ 2,631.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.6 และร้อยละ 47.8 จากปีก่อน ตามลำดับ ผลการดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงเครือข่ายสาขาที่ครอบคลุมมากขึ้น การบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีวินัย และการดำเนินกลยุทธ์ด้านการขายและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถรักษาความสามารถในการทำกำไรท่ามกลางสภาพแวดล้อมการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่ยังคงระมัดระวัง

คณะกรรมการบริษัทฯ มีมติเสนอจ่ายเงินปันผลประจำปีในอัตรา 0.06 บาทต่อหุ้น สำหรับไตรมาส 4 ปี 2568 คิดเป็นมูลค่ารวม 361 ล้านบาท ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี (AGM) เงินปันผลที่เสนอคิดเป็นร้อยละ 42.5 ของกำไรสุทธิไตรมาส 4 และสอดคล้องกับนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ ที่กำหนดให้จ่ายไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิ เมื่อรวมกับเงินปันผลครั้งนี้ บริษัทฯ ได้ประกาศจ่ายเงินปันผลรวมนับตั้งแต่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 0.11 บาทต่อหุ้น มูลค่ารวม 662 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการจ่ายเงินปันผลร้อยละ 45.5 ของกำไรสุทธิในช่วงครึ่งหลังของปี 2568

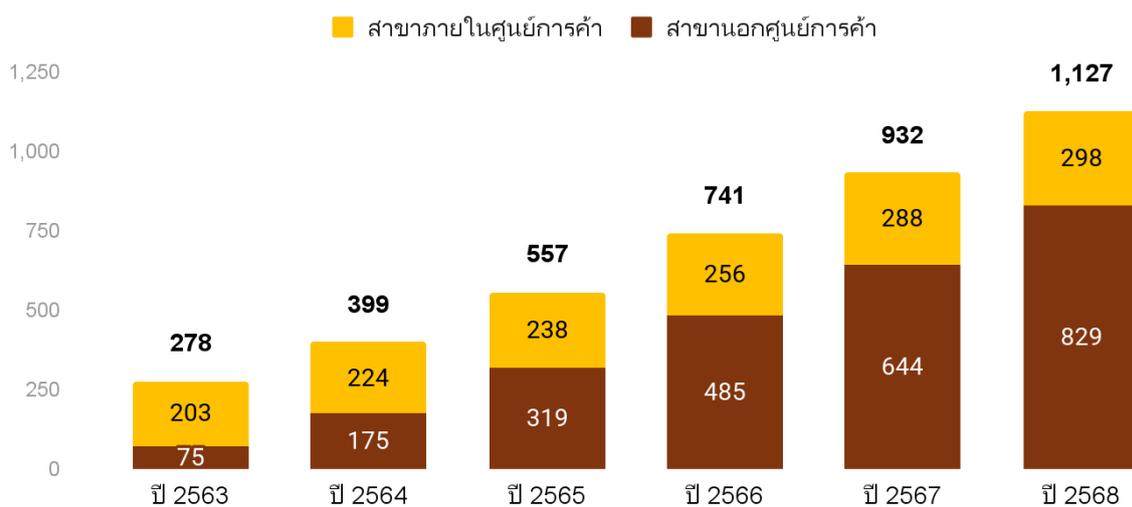
## เครือข่ายร้านค้าปลีกและผลการดำเนินงาน

ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีสาขารวมทั้งสิ้น 1,127 สาขาทั่วประเทศ แบ่งเป็นสาขานอกศูนย์การค้า 829 สาขา (ร้อยละ 74) และสาขาภายในศูนย์การค้า 298 สาขา (ร้อยละ 26) ในปี 2568 บริษัทฯ ได้เปิดสาขาใหม่รวม 200 สาขา ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยในไตรมาส 4 ปี 2568 มีการเปิดสาขาใหม่จำนวน 55 สาขา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสาขานอกศูนย์การค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความคืบหน้าในการดำเนินงานตามแผนการเปิดสาขาใหม่ปี 2569 จำนวน 210 สาขา โดยมากกว่าร้อยละ 70 ของสาขาที่อยู่ในแผนดังกล่าวได้มีการลงนามในสัญญาแล้วและ/หรือ อยู่ระหว่างการก่อสร้าง



อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) อยู่ที่ร้อยละ 1.4 สำหรับไตรมาส 4 ปี 2568 และร้อยละ 2.7 สำหรับปี 2568 โดยมีแรงหนุนจากจำนวนธุรกรรมที่เพิ่มขึ้น ขณะที่มูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรมยังคงทรงตัว การเติบโตดังกล่าวเป็นผลมาจากแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพื่อใช้ประโยชน์จากช่วงฤดูกาลที่ความต้องการซื้อสูง (peak season) บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามแนวทางดังกล่าว เพื่อสร้างคุณค่าและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

### จำนวนสาขาแบ่งตามรูปแบบของสาขา (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568)



ในไตรมาส 4 ปี 2568 สาขานอกศูนย์การค้า ยังคงเป็นแหล่งรายได้หลักของบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 70.4 ของยอดขายช่องทางสาขาทั้งหมด ขณะที่สาขาภายในศูนย์การค้าคิดเป็นร้อยละ 29.6

รูปแบบสาขา (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 4 ปี 2567	ไตรมาส 4 ปี 2568	% เปลี่ยนแปลง	ปี 2567	ปี 2568	% เปลี่ยนแปลง
สาขานอกศูนย์การค้า	3,006.0	4,027.4	34.0%	10,119.9	13,783.9	36.2%
สาขาภายในศูนย์การค้า	1,614.3	1,694.8	5.0%	5,943.5	6,260.7	5.3%
<b>ยอดขายช่องทางสาขา</b>	<b>4,620.3</b>	<b>5,722.2</b>	<b>23.8%</b>	<b>16,063.4</b>	<b>20,044.6</b>	<b>24.8%</b>
จำนวนสาขา (ณ สิ้นงวด)	932	1,127	20.9%			

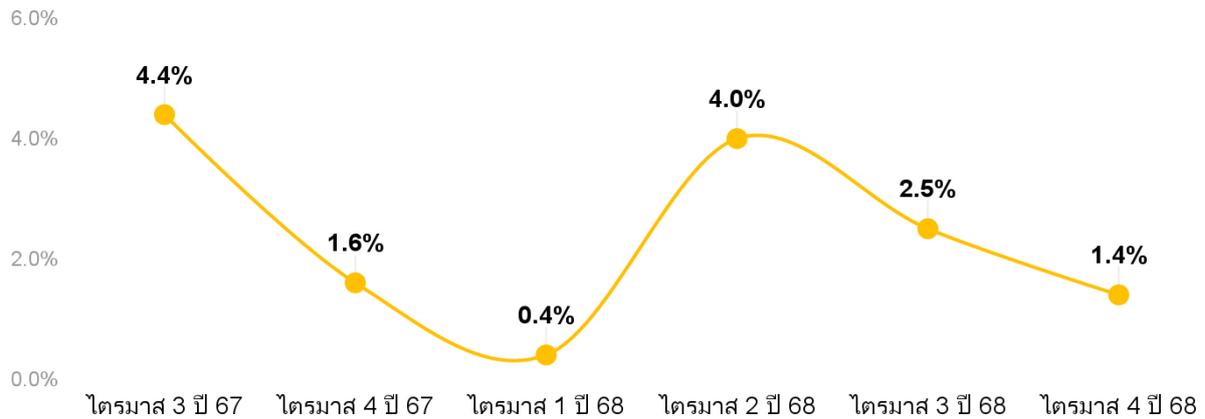
### จำนวนธุรกรรมและมูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรม

	ไตรมาส 4 ปี 2567	ไตรมาส 4 ปี 2568	% เปลี่ยนแปลง	ปี 2567	ปี 2568	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนธุรกรรม (ล้านรายการ)	27.6	34.1	23.5%	98.5	121.2	23.1%
มูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรม (บาท)	167.4	167.8	0.2%	163.2	165.4	1.4%

ในไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีจำนวนธุรกรรมรวม 34.1 ล้านรายการ ส่งผลให้จำนวนธุรกรรมรวมตลอดปี 2568 อยู่ที่ 121.2 ล้านรายการ การเพิ่มขึ้นดังกล่าวได้รับแรงหนุนจากการขยายเครือข่ายสาขาควบคู่กับการดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์อย่างต่อเนื่อง

ขณะที่มูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรมในไตรมาส 4 ปี 2568 ยังคงทรงตัวเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 167.8 บาทต่อรายการ สำหรับปี 2568 มูลค่าเฉลี่ยต่อธุรกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 จากปีก่อนหน้า อยู่ที่ 165.4 บาทต่อรายการ

### อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG)\*

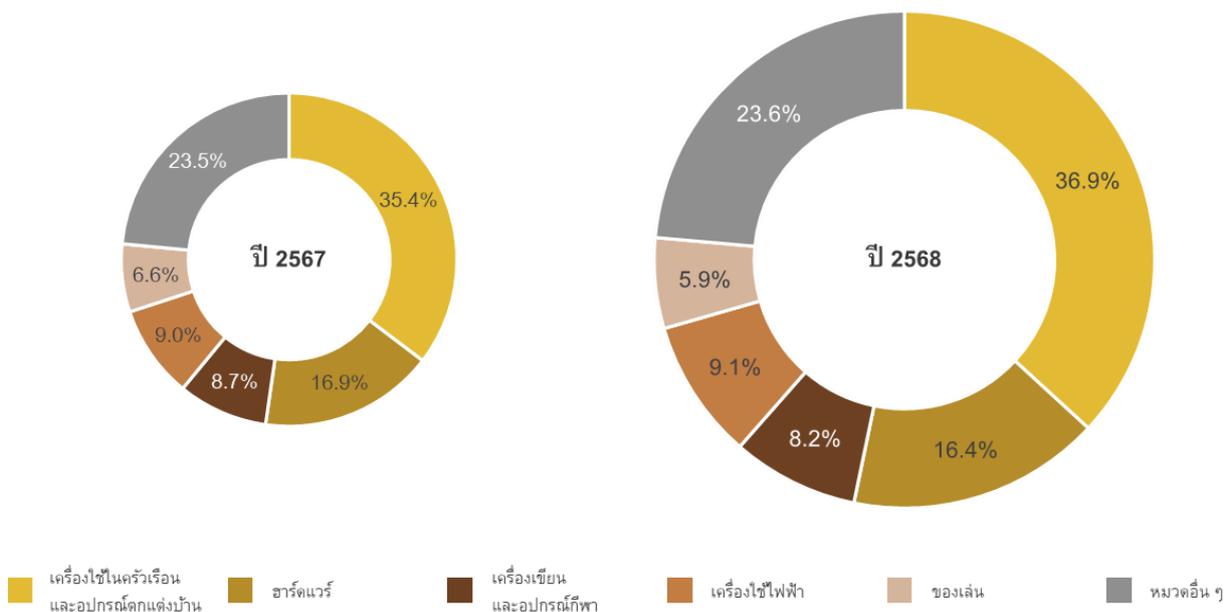


\*เป็นตัวชี้วัดการเติบโตของยอดขายเทียบปีต่อปีจากสาขาที่เปิดดำเนินการมาแล้วอย่างน้อย 24 เดือน ซึ่งสะท้อนภาพรวมการเติบโตของยอดขายอย่างระมัดระวัง

ในไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มียอดขายสาขาเดิมเติบโตร้อยละ 1.4 แม้ต้องเผชิญแรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจมหภาค รวมถึงผลกระทบจากการปิดสาขาชั่วคราวบางแห่ง อันเป็นผลมาจากความตึงเครียดตามแนวชายแดนไทย-กัมพูชา และสถานการณ์อุทกภัยในพื้นที่ภาคใต้ ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างเหมาะสม เพื่อส่งเสริมการรับรู้แบรนด์และการมีส่วนร่วมของลูกค้า ท่ามกลางสภาพแวดล้อมการดำเนินงานที่ชะลอตัว

### รายได้จากการขายตามประเภทสินค้า

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



## ผลการดำเนินงานทางการเงิน

### งบกำไรขาดทุน

สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567

(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 4 ปี 2567	ไตรมาส 4 ปี 2568	เปลี่ยนแปลง	
รายได้จากการขาย	4,652.7	5,734.2	1,081.5	23.2%
ต้นทุนขาย	(2,297.0)	(2,787.0)	(489.9)	21.3%
กำไรขั้นต้น	2,355.7	2,947.2	591.6	25.1%
% อัตรากำไรขั้นต้น	50.6%	51.4%	0.8 p.p.	
รายได้อื่น <sup>2</sup>	35.2	34.2	(1.0)	-2.9%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(1,230.9)	(1,469.4)	(238.6)	19.4%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(241.7)	(319.9)	(78.2)	32.4%
กำไรจากการดำเนินงาน	918.4	1,192.1	273.8	29.8%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุน ในบริษัทร่วม	0.9	(20.9)	(21.7)	-2,530.8%
ต้นทุนทางการเงิน - เงินกู้ยืม	(35.3)	(12.0)	23.4	-66.1%
ต้นทุนทางการเงิน - หนี้สินตามสัญญาเช่า	(64.0)	(71.8)	(7.8)	12.3%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	819.9	1,087.5	267.6	32.6%
ค่าใช้จ่ายภาษี	(171.9)	(237.4)	(65.5)	38.1%
กำไรสุทธิ	648.0	850.0	202.0	31.2%
% อัตรากำไรสุทธิ	13.8%	14.7%	0.9 p.p.	
กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อม ราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	1,512.0	1,874.1	362.1	23.9%

<sup>2</sup> รายได้อื่นประกอบด้วยกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้จากการให้บริการแก่บริษัทร่วม และรายได้อื่น ๆ

**สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567**

(หน่วย: ล้านบาท)	ปี 2567	ปี 2568	เปลี่ยนแปลง	
รายได้จากการขาย	16,145.6	20,077.9	3,932.3	24.4%
ต้นทุนขาย	(8,121.4)	(9,692.3)	(1,570.8)	19.3%
กำไรขั้นต้น	8,024.2	10,385.6	2,361.4	29.4%
% อัตรากำไรขั้นต้น	49.7%	51.7%	2.0 p.p.	
รายได้อื่น <sup>3</sup>	68.8	120.8	52.0	75.6%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(4,542.3)	(5,539.6)	(997.3)	22.0%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(883.7)	(1,109.2)	(225.5)	25.5%
กำไรจากการดำเนินงาน	2,667.0	3,857.6	1,190.6	44.6%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุน ในบริษัทร่วม	0.9	(91.1)	(92.0)	-10,723.0%
ต้นทุนทางการเงิน - เงินกู้ยืม	(137.3)	(99.3)	38.0	-27.7%
ต้นทุนทางการเงิน - หนี้สินตามสัญญาเช่า	(238.3)	(274.6)	(36.3)	15.2%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	2,292.2	3,392.6	1,100.4	48.0%
ค่าใช้จ่ายภาษี	(511.9)	(761.1)	(249.2)	48.7%
กำไรสุทธิ	1,780.3	2,631.4	851.2	47.8%
% อัตรากำไรสุทธิ	11.0%	13.0%	2.0 p.p.	
กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อม ราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	4,795.8	6,382.6	1,586.8	33.1%

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

## รายได้จากการขาย

ในไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายจำนวน 5,734.2 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 23.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนเครือข่ายสาขาที่เพิ่มขึ้นจาก 932 สาขา เป็น 1,127 สาขา และอัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิมที่เป็นบวกร้อยละ 1.4 เมื่อพิจารณาตามประเภทสินค้า พบว่ากลุ่มเครื่องใช้ในครัวเรือนและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน และฮาร์ดแวร์ ยังคงเป็นหมวดสินค้าหลัก โดยมีสัดส่วนรวมกันคิดเป็นร้อยละ 51.3 ของยอดขายในไตรมาสนี้

ผลการดำเนินงานในไตรมาสดังกล่าวส่งผลให้รายได้รวมปี 2568 อยู่ที่ 20,077.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.4 จากปีก่อน โดยมีแรงหนุนจากผลการดำเนินงานของสาขาทั่วประเทศที่ปรับตัวดีขึ้น สะท้อนประโยชน์จากเครือข่ายสาขาที่ครอบคลุมในวงกว้าง ซึ่งช่วยบรรเทาผลกระทบจากเหตุการณ์เฉพาะพื้นที่ที่เกิดขึ้นในบางช่วงของปี นอกจากนี้ การเติบโตดังกล่าวยังได้รับแรงหนุนจากจำนวนธุรกรรมที่เพิ่มขึ้น และอัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิมที่ขยายตัวร้อยละ 2.7

## กำไรขั้นต้น

ในไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 2,947.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นปรับขึ้นเป็นร้อยละ 51.4 การปรับตัวดีขึ้นดังกล่าวได้รับแรงหนุนจากการประหยัดต่อขนาดจากการขยายเครือข่ายสาขา รวมถึงสัดส่วนยอดขายสินค้าที่เหมาะสมมากขึ้น แม้ว่าจะได้รับผลกระทบบางส่วนจากกิจกรรมส่งเสริมการขายในไตรมาสดังกล่าว

สำหรับปี 2568 กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 10,385.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.4 จากปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นขยายตัวเป็นร้อยละ 51.7 สะท้อนความสามารถของบริษัทฯ ในการใช้ประโยชน์จากขนาดธุรกิจ การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดซื้อ ควบคู่กับการรักษาความสามารถในการทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง

## ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ในไตรมาส 4 ปี 2568 ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายอยู่ที่ 1,469.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ทั้งปี 2568 ค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 5,539.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.0 จากปีก่อน การเพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เป็นผลจากค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายพนักงานที่สูงขึ้นตามการขยายเครือข่ายสาขาและคลังสินค้า อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายซึ่งเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่ต่ำกว่ารายได้ สะท้อนประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีขึ้น ส่งผลให้อัตราร้อยละค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวมลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนมาอยู่ที่ร้อยละ 25.5 ในไตรมาส 4 ปี 2568 และร้อยละ 27.4 สำหรับปี 2568

## ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 4 ปี 2568 ค่าใช้จ่ายในการบริหารอยู่ที่ 319.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ทั้งปี 2568 ค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1,109.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.5 จากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากจำนวนพนักงานสำนักงานใหญ่ที่เพิ่มขึ้น ค่าเสื่อมราคาที่สูงขึ้นจากการขยายพื้นที่สำนักงาน และค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมและบำรุงรักษาที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงสาขาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในช่วงเวลาดังกล่าวยังรวมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) ในการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 35.4 ล้านบาท ในไตรมาส 4 ปี 2568 และ 78.3 ล้านบาท สำหรับปี 2568

## ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม

สำหรับไตรมาส 4 ปี 2568 และปี 2568 บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมจำนวน 20.9 ล้านบาท และ 91.1 ล้านบาท ตามลำดับ อันเป็นผลจากการดำเนินงานในช่วงเริ่มต้นของร้าน KKV ซึ่ง ณ สิ้นงวดมีสาขาที่เปิดให้บริการรวม 15 สาขา ทั้งนี้ ผลขาดทุนเฉลี่ยต่อสาขาในไตรมาส 4 ปรับลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากการปรับขนาดพื้นที่ร้านให้เหมาะสม ความหลากหลายของสินค้าที่มากขึ้น และการบริหารต้นทุนอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับปัจจัยเชิงบวกตามฤดูกาลในช่วงปลายปี

## ต้นทุนทางการเงิน

ในไตรมาส 4 ปี 2568 ต้นทุนทางการเงินอยู่ที่ 83.8 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 15.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ภายหลังการชำระคืนเงินกู้จากสถาบันการเงินทั้งหมดโดยใช้เงินที่ได้รับจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก ทั้งนี้ การลดลงดังกล่าวถูกชดเชยบางส่วนด้วยดอกเบี้ยจ่ายตามสัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการขยายเครือข่ายสาขาและคลังสินค้า สำหรับปี 2568 ต้นทุนทางการเงินอยู่ที่ 373.9 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อน

## กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิ

ในไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 850.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สำหรับปี 2568 กำไรสุทธิอยู่ที่ 2,631.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 47.8 จากปีก่อน การเติบโตดังกล่าวได้รับแรงหนุนจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นตามการขยายเครือข่ายสาขาและจำนวนธุรกรรมที่เพิ่มขึ้น ควบคู่กับอัตรากำไรขั้นต้นที่ขยายตัวขึ้น และประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา

## งบแสดงฐานะการเงิน

(หน่วย: ล้านบาท)	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568	เปลี่ยนแปลง	
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	784.3	1,770.7	986.4	125.8%
สินค้าคงเหลือ	4,893.5	5,544.7	651.2	13.3%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	5,932.1	6,188.7	256.6	4.3%
สินทรัพย์อื่น	3,690.2	4,889.1	1,198.9	32.5%
<b>สินทรัพย์รวม</b>	<b>15,300.1</b>	<b>18,393.2</b>	<b>3,093.1</b>	<b>20.2%</b>
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	2,600.4	-	(2,600.4)	-100.0%
หนี้สินตามสัญญาเช่า	6,344.5	6,605.9	261.4	4.1%
หนี้สินอื่น	1,596.7	2,087.7	491.0	30.7%
<b>หนี้สินรวม</b>	<b>10,541.7</b>	<b>8,693.6</b>	<b>(1,848.1)</b>	<b>-17.5%</b>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม</b>	<b>4,758.3</b>	<b>9,699.5</b>	<b>4,941.2</b>	<b>103.8%</b>

### สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 18,393.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,093.1 ล้านบาท จาก 15,300.1 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2567 โดยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น 986.4 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นผลจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่สูงขึ้น และเงินที่ได้รับจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ยังเป็นผลจากการลงทุนอย่างต่อเนื่องในการขยายเครือข่ายสาขาและคลังสินค้า โดยส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่าและอุปกรณ์ รวมถึงสินทรัพย์สิทธิการใช้เพิ่มขึ้น 871.1 ล้านบาท ขณะที่สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 651.2 ล้านบาท อีกทั้ง บริษัทฯ ได้วางเงินมัดจำค่าที่ดินจำนวน 370.1 ล้านบาท สำหรับโครงการคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าอัตโนมัติ

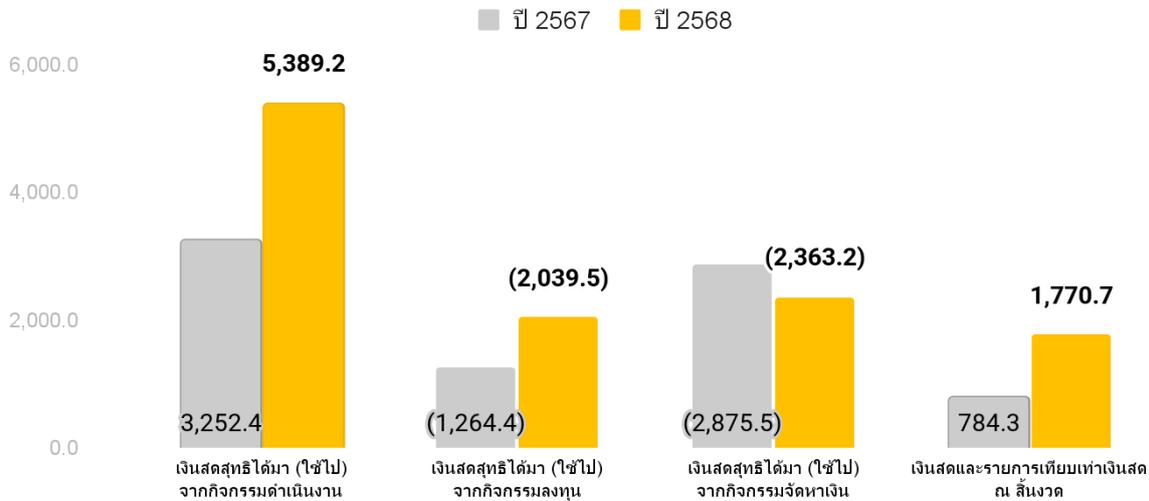
### หนี้สินรวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 8,693.6 ล้านบาท ลดลง 1,848.1 ล้านบาท จาก 10,541.7 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2567 โดยมีสาเหตุหลักจากการชำระคืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินทั้งหมดในระหว่างปี

### ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 9,699.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4,941.2 ล้านบาท จาก 4,758.3 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2567 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นผลจากทุนจดทะเบียนและส่วนเกินมูลค่าหุ้นที่เพิ่มขึ้นภายหลังการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก รวมถึงกำไรสุทธิสำหรับปี โดยการเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกหักกลบบางส่วนด้วยเงินปันผลที่จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นจำนวน 1,246.7 ล้านบาท

**งบกระแสเงินสด** (หน่วย: ล้านบาท)



สำหรับปี 2568 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานจำนวน 5,389.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 65.7 จากปีก่อน ซึ่งเติบโตในอัตราที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้ ขณะที่อัตราส่วนกระแสเงินสดต่อกำไรสุทธิ<sup>4</sup> ยังคงแข็งแกร่งอยู่ที่ร้อยละ 144.2 กระแสเงินสดดังกล่าวถูกนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและรองรับแผนการขยายเครือข่ายสาขาและคลังสินค้า ภายหลังการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรกในเดือนพฤศจิกายน เงินที่ได้รับจากการระดมทุนช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้แก่ฐานะการเงินของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงจ่ายเงินปันผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น

**อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ**

อัตราส่วน	หน่วย	ปี 2567	ปี 2568
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	(วัน)	195.6	196.5
อัตรากำไรขั้นต้น	(ร้อยละ)	49.7	51.7
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย	(ร้อยละ)	29.6	31.6
อัตรากำไรสุทธิ	(ร้อยละ)	11.0	13.0
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(ร้อยละ)	42.7	36.4
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น <sup>5</sup>	(เท่า)	0.4	เงินสดสุทธิ

<sup>4</sup> คำนวณจากกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน หาดด้วยกำไรจากการดำเนินงาน (ไม่รวมรายได้อื่น) สำหรับงวด

<sup>5</sup> คำนวณจากหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยรวม หักด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด หาดด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

## แนวโน้มธุรกิจปี 2569 และการดำเนินงานในอนาคต

อ้างอิงตามรายงานวิจัยตลาดของบริษัท ฟรอสต์ แอนด์ ซัลลิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด (“Frost & Sullivan”) อุตสาหกรรมค้าปลีกอุปกรณ์ตกแต่งบ้านในประเทศไทยคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ในอัตราร้อยละ 4.8 ในช่วงปี 2567-2572 ขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการ Chain Retailer มีแนวโน้มขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าที่ร้อยละ 15.3 ต่อปี สะท้อนการเปลี่ยนผ่านอย่างต่อเนื่องจากการค้าปลีกแบบดั้งเดิมสู่รูปแบบค้าปลีกสมัยใหม่ ในปี 2567 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดโดยประมาณร้อยละ 9 โดยดำเนินธุรกิจภายใต้โครงสร้างตลาดที่ยังมีลักษณะกระจายตัว และยังมีโอกาสในการขยายการเข้าถึงตลาดเพิ่มเติม

ในระยะต่อไป บริษัทฯ จะเดินหน้าขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการเสริมความโดดเด่นของจุดยืนด้านความคุ้มค่า และการปรับสัดส่วนสินค้าให้สอดคล้องกับสถานะตลาด บริษัทฯ เห็นว่าการมีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศและระบบการดำเนินงานที่มีเสถียรภาพ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่รองรับการเติบโตในธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ตกแต่งบ้านและสินค้าไลฟ์สไตล์ของประเทศไทย ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานยังขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค และการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่อาจเปลี่ยนแปลงไป

### การขยายสาขา

บริษัทฯ มีแผนเปิดสาขาใหม่ประมาณ 210 สาขาในปี 2569 โดยมากกว่าร้อยละ 70 ของทำเลสาขาได้มีการลงนามในสัญญาแล้วหรืออยู่ระหว่างการก่อสร้าง สำหรับปี 2570 บริษัทฯ ตั้งเป้าเปิดสาขาใหม่เพิ่มเติมอีกประมาณ 210 สาขา ซึ่งจะทำให้จำนวนสาขารวมเพิ่มขึ้นเป็นมากกว่า 1,500 สาขาภายในสิ้นปี 2570 ทั้งนี้ แผนดังกล่าวยังขึ้นอยู่กับสถานะตลาด

การขยายสาขาจะยังคงมุ่งเน้นรูปแบบสาขานอกศูนย์การค้าในทำเลชุมชนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงของลูกค้า สาขาใหม่คาดว่าจะมีระยะเวลาคืนทุนภายในประมาณ 3 ปี ซึ่งเอื้อต่อการบริหารเงินลงทุนอย่างมีวินัย และรองรับการเติบโตในระยะยาวของบริษัทฯ

### ประมาณการรายจ่ายฝ่ายทุน

สำหรับปี 2569 และปี 2570 บริษัทฯ มีแผนรายจ่ายฝ่ายทุนประมาณ 4,000 ล้านบาท และ 2,500 ล้านบาท ตามลำดับ เพื่อรองรับการขยายเครือข่ายสาขาและคลังสินค้า การปรับปรุงสาขา และการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนาคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าอัตโนมัติแห่งใหม่ ณ นิคมอุตสาหกรรม อารยะ จังหวัดสมุทรปราการ โดยเป็นการเปลี่ยนผ่านจากรูปแบบคลังสินค้าที่เช่าอยู่ในปัจจุบัน โครงการดังกล่าวคาดว่าจะใช้เงินลงทุนรวมประมาณ 4,500 ล้านบาท ในช่วงปี 2568-2574 และจะติดตั้งระบบจัดเก็บและเบิกจ่ายสินค้าอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval System: ASRS) เมื่อโครงการแล้วเสร็จ คลังสินค้าแห่งใหม่นี้คาดว่าจะสามารถรองรับเครือข่ายสาขาได้สูงสุดถึงประมาณ 3,000 สาขา ช่วยเสริมศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการขยายธุรกิจในระยะยาว

## เป้าหมายด้านความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ นำประเด็นด้านความยั่งยืนมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม แนวทางดังกล่าวดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมภายใต้กรอบที่ชัดเจน โดยมุ่งเสริมสร้างมาตรฐานด้าน ESG จริยธรรมทางธุรกิจ และการบริหารความเสี่ยง ภายใต้กลยุทธ์ความยั่งยืน “D.I.Y. for a Sustainable Future” บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างรอบคอบ และการสร้างผลลัพธ์เชิงบวกต่อชุมชนผ่านเครือข่ายสาขา โดยมีการกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานตามหลักจริยธรรมและการนำเสนอสินค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นองค์ประกอบสำคัญ

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีความคืบหน้าในด้านธรรมาภิบาล สิ่งแวดล้อม และสังคม ด้านธรรมาภิบาล มีการเสริมสร้างการกำกับดูแลและความโปร่งใส รวมถึงการกำหนดมาตรฐานคู่ค้าภายใต้ Vendor Code of Conduct และการดำเนินการประเมินคู่ค้าในประเทศ เพื่อส่งเสริมการจัดซื้อจัดหาอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจนสนับสนุนให้คู่ค้าทยอยวัดและรายงานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG) เพื่อสนับสนุนความพยายามลดการปล่อยคาร์บอนในภาพรวม

ด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ขยายกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีรายได้จากกลุ่มสินค้าดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 4.9 ของยอดขายรวม บริษัทฯ ลดความเข้มข้นการใช้ไฟฟ้า (Electricity Intensity) ลงร้อยละ 4.2 โดยวัดจากกิโลวัตต์ชั่วโมง (kWh) ต่อรายได้ 1 ล้านบาท และติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ในบางสาขา และศูนย์กระจายสินค้า รวมกำลังการผลิตติดตั้งประมาณ 2 เมกะวัตต์ (MW)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมคาร์บอนต่ำ และการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวมถึงโครงการปลูกป่า 10 ปี ร่วมกับกรมป่าไม้ เพื่อฟื้นฟูพื้นที่ป่าเสื่อมโทรมในจังหวัดสระบุรี และกิจกรรมเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเขตเมือง เช่น การปลูกต้นไม้ ณ สวนเบญจกิติ

ในมิติด้านสังคม บริษัทฯ สร้างการจ้างงานมากกว่า 12,000 อัตราทั่วประเทศในปีนี้ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น พร้อมจัดอบรมรวมกว่า 270,000 ชั่วโมง และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนผ่านกิจกรรม “MR. D.I.Y. Cares” ซึ่งเป็นโครงการสนับสนุนชุมชนที่ขาดโอกาสในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ โดยรวม การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และสนับสนุนการเติบโตในระยะยาวของบริษัทฯ