1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

ภาพรวมธุรกิจ

บริษัท ลอนดรี้ ยู จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ผู้ดำเนินธุรกิจร้านสะดวกซักครบวงจรภายใต้แบรนด์ “WashXpress” ยังคงเดินหน้าขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องในไตรมาส 3 ปี 2569 โดยบริษัทสามารถเปิดสาขาใหม่ได้จำนวน 18 สาขา สูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งเปิดสาขาใหม่จำนวน 15 สาขา และสามารถดำเนินแผนการขยายธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ฝ่ายจัดการประเมินว่า ในไตรมาส 3 ปี 2569 สภาพอากาศตามฤดูกาลเป็นปัจจัยสนับสนุนความต้องการใช้บริการร้านสะดวกซัก โดยเฉพาะการอบผ้าและการใช้บริการที่ช่วยลดข้อจำกัดในการตากผ้า ส่งผลเชิงบวกต่อการฟื้นตัวของรายได้เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ปัจจัยดังกล่าวเกิดขึ้นควบคู่กับการรับรู้รายได้จากสาขาที่เปิดในปี 2568 และปี 2569

แม้สภาพอากาศจะเอื้อต่อการใช้บริการ แต่ค่าครองชีพที่สูงขึ้นทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มมีเงินเหลือสำหรับการใช้จ่ายลดลง ฝ่ายจัดการจึงประเมินว่าการฟื้นตัวของปริมาณการใช้บริการยังเผชิญข้อจำกัดด้านกำลังซื้อ และยังจำเป็นต้องรักษาความคุ้มค่า คุณภาพ และความสะดวกของบริการควบคู่กัน ภาพดังกล่าวสอดคล้องกับเอกสารแถลงข่าวผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายการเงิน ครั้งที่ 5/2569 ของธนาคารแห่งประเทศไทย ลงวันที่ 28 ตุลาคม 2569 ซึ่งระบุว่าการบริโภคภาคเอกชนยังถูกกดดันจากหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ตลาดแรงงานและกำลังซื้อที่เปราะบาง ขณะที่แรงส่งทางเศรษฐกิจยังกระจุกตัวในบางภาคธุรกิจ

ณ สิ้นไตรมาส 3 ปี 2569 บริษัทมีเครือข่ายสาขารวมทั้งสิ้น 662 สาขา (สุทธิเพิ่มขึ้น 18 สาขา) ครอบคลุม 23 จังหวัดทั่วประเทศ การขยายเครือข่ายดังกล่าวเป็นไปเพื่อรองรับความต้องการใช้บริการซึ่งมีลักษณะเป็นบริการจำเป็นในชีวิตประจำวัน (Essential Service) และสนับสนุนศักยภาพการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

สรุปผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไรในไตรมาสที่ 3 ปี 2569

บริษัทสามารถสร้างการเติบโตของรายได้และยังคงมีกำไรอย่างต่อเนื่องในไตรมาส 3 ปี 2569 โดยมีรายละเอียดดังนี้

รายได้รวม (Total Revenue) เท่ากับ 315.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.07 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ประกอบด้วยรายได้จากการขายและให้บริการจำนวน 312.88 ล้านบาท และรายได้อื่นจำนวน 2.50 ล้านบาท

การเพิ่มขึ้นของรายได้มีสาเหตุหลักจากภาวะแวดล้อมทางธุรกิจตามฤดูกาล การจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้บริการในช่วงครบรอบ 8 ปีของบริษัท และการรับรู้รายได้จากสาขาที่เปิดใหม่ในปี 2568

อัตราการเติบโตของรายได้จากสาขาเดิม (SSSG) อยู่ที่ร้อยละ 2.37 จากการเติบโตที่ยังเป็นบวกในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 สะท้อนการฟื้นตัวของรายได้ในกลุ่มสาขาเดิม แต่ระดับการเติบโตยังต่ำกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน SSSG อยู่ที่ร้อยละ 6.03

สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทได้รับปัจจัยสนับสนุนและแรงกดดันที่ต้องพิจารณาร่วมกัน สภาพอากาศตามฤดูกาลช่วยสนับสนุนความต้องการใช้บริการในไตรมาส 3 โดยมีปริมาณฝนใกล้เคียงในช่วงเวลาเดียวกันในปี 2568 ขณะฝ่ายบริหารได้คาดการณ์ว่าภาระค่าครองชีพที่สูงขึ้นอาจทำให้ลูกค้าบางส่วนระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ผลการ

ดำเนินงานจึงสะท้อนทั้งแรงสนับสนุนด้านความต้องการใช้บริการและข้อจำกัดด้านกำลังซื้อ ไม่ใช่การฟื้นตัวที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอในทุกสาขาหรือทุกกลุ่มลูกค้า

นอกจากนี้การขยายสาขาทำให้รายได้รวมเพิ่มขึ้น แม้ SSSG สะสมเก้าเดือนยังติดลบ ดังนั้น การติดตามคุณภาพการเติบโตในด้านรายได้ของบริษัทจึงต้องพิจารณารายได้จากสาขาเดิมควบคู่กับรายได้ของสาขาใหม่ ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ และต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง

กำไรสุทธิ เท่ากับ 40.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.12 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นผลโดยตรงจากส่วนของรายได้จากการขายและให้บริการที่เพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 16.46 จากรายได้ของสาขาเดิมและสาขาใหม่ จึงทำให้บริษัทสามารถสร้างการเติบโตของกำไรสุทธิได้

อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) อยู่ที่ร้อยละ 12.70 ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากสัดส่วนต้นทุนคงที่ต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ บริษัทยังคงมุ่งบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายในส่วนอื่นอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

<u>กลยุทธ์สร้างมูลค่าและความแตกต่าง (Value Creation)</u>

บริษัทมุ่งเน้นการเพิ่มรายได้จากฐานลูกค้าเดิมผ่านแนวคิด “Convenient Lifestyle”

ภายใต้วิสัยทัศน์ของบริษัท “ทำให้การซักผ้าเป็นเรื่องง่ายสำหรับทุกชุมชน” บริษัทได้พัฒนารูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับแนวคิด Convenient Lifestyle เพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าให้ครอบคลุมมากกว่าการซักผ้าแบบดั้งเดิม โดยต่อยอดบริการใน 3 กลุ่มหลัก และเสริมความสะดวกสบายในสาขาอีก 1 รูปแบบ ดังนี้



1) <u>บริการซัก–อบ–พับ (Wash–Dry–Fold: WDF)</u>

ปัจจุบันเปิดให้บริการแล้วกว่า 269 สาขา ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 เพื่อมอบบริการแบบครบวงจร ลูกค้าสามารถฝากผ้าและรับกลับในรูปแบบพร้อมใช้งาน เพิ่มความสะดวกและประหยัดเวลา



2) <u>บริการรีดผ้า (Iron Service)</u>

บริษัทได้เพิ่มทางเลือกบริการรีดผ้า ซึ่งปัจจุบันเปิดให้บริการแล้ว 9 สาขา โดยมุ่งเน้นมาตรฐานความเรียบร้อยและความพิถีพิถันในทุกขั้นตอน



3) บริการรับ–ส่งผ้า (Delivery Service)

บริการรับ–ส่งผ้าถึงบ้านหรือจุดนัดหมาย เพื่อเพิ่มความสะดวกสูงสุดแก่ลูกค้า ปัจจุบันบริษัทเริ่มดำเนินการเต็มรูปแบบแล้ว โดยมีสาขาให้บริการทั้งสิ้น 166 สาขา ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการในโซนกรุงเทพฯ และปริมณฑล



4) ร้านติดตั้งเครื่องปรับอากาศ (A/C Store)

เพื่อยกระดับความสะดวกสบายของผู้ใช้บริการ บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงสาขาบางแห่งโดยติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในพื้นที่ร้าน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีสาขาที่ติดตั้งเครื่องปรับอากาศแล้วจำนวน 17 สาขา และเพิ่มเติมอีกจำนวน 100 สาขาในช่วง 9 เดือนของปี 2569 เพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าและเพิ่มศักยภาพการเติบโตของยอดขายต่อสาขา (SSSG)

การบริหารจัดการสาขา: หัวใจของความแตกต่างและมาตรฐานระดับผู้นำ

WashXpress สร้างความเหนือกว่าผ่านโมเดล "บริษัทบริหารจัดการเอง" (Owned Store) ซึ่งแตกต่างจากคู่แข่งส่วนใหญ่ในตลาด โดยหัวใจสำคัญคือการกำหนดให้มี ผู้ดูแลประจำสาขา (Store Assistant) อย่างน้อย 1 คน เพื่อควบคุมคุณภาพตามมาตรฐานสูงสุด โดยมาตรฐานการดำเนินงานของบริษัทประกอบด้วย

- การทำความสะอาดร้านและพื้นที่โดยรอบอย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง
- การตรวจสอบและดูแลเครื่องซัก–อบให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานตลอดเวลา
- การให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในทุกขั้นตอน
- การให้บริการ Call Center และช่องทางสื่อสารอื่น ๆ สำหรับรับแจ้งปัญหาตลอด 24 ชั่วโมง

WashXpress ให้บริการในมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศด้วยระบบการอบรมพนักงานที่เข้มข้นเพื่อให้ทุกสาขาสามารถส่งมอบประสบการณ์การใช้บริการที่น่าเชื่อถือและสม่ำเสมอ ตอกย้ำภาพลักษณ์ของแบรนด์ในใจผู้บริโภค

ปัจจัยสนับสนุนการเติบโต

ในตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมาบริษัทยังคงดำเนินแผนที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป โดยมีส่วนที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตของปี 2569 ได้แก่ ขยายสาขาใหม่อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะสาขาที่เปิดในปี 2568 ซึ่งยังอยู่ในช่วงเร่งการเติบโตของรายได้, การขยายบริการมูลค่าเพิ่ม เช่น บริการซัก–อบ–พับ (WDF), การรักษามาตรฐานการให้บริการและประสบการณ์ลูกค้า, การดำเนินกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์และขยายฐานลูกค้าใหม่

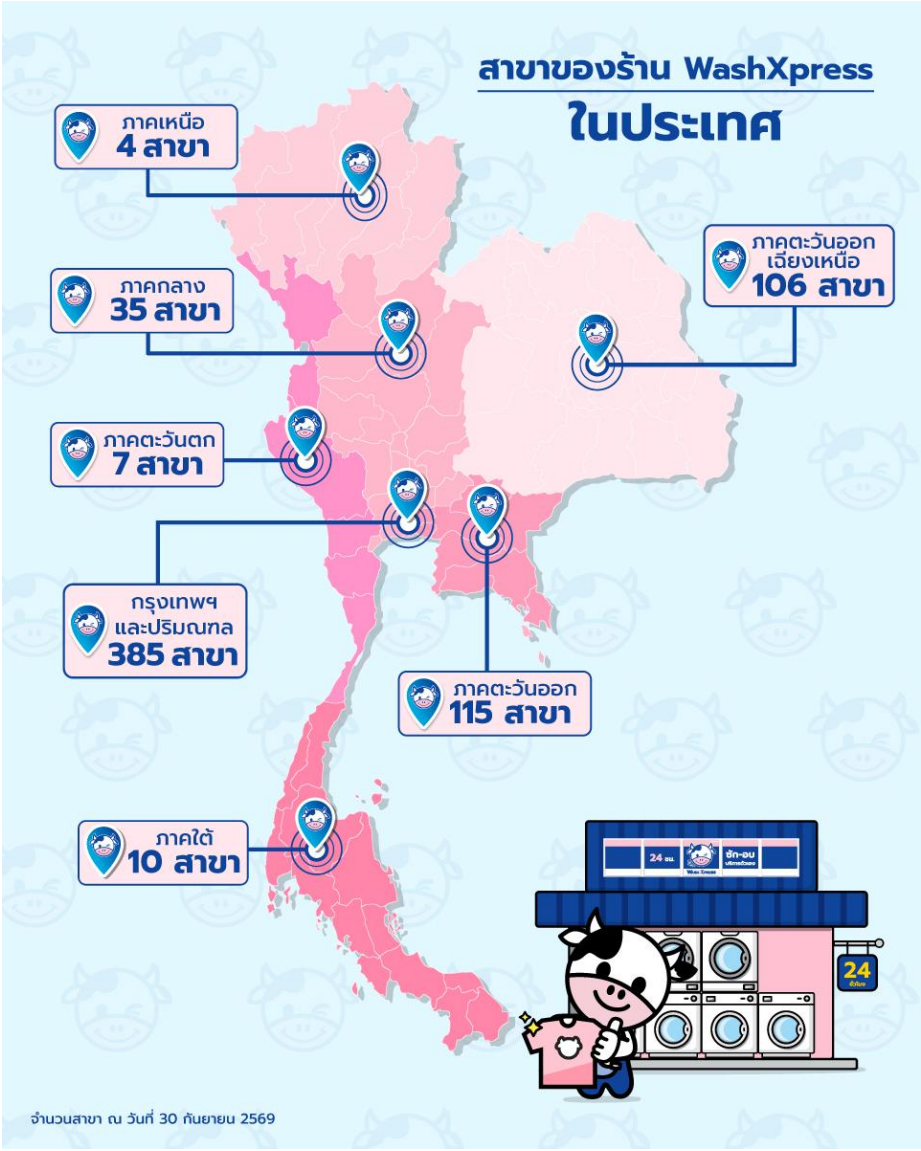
อย่างไรก็ตามช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทได้รับผลกระทบจากรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว ได้แก่

- ผลกระทบจากการปิดดำเนินการร้านสะดวกซัก WashXpress ชั่วคราวเพื่อปรับปรุงและติดตั้งเครื่องปรับอากาศ โดยประมาณการส่วนที่กระทบส่วนกำไรสุทธิจำนวน 0.17 ล้านบาท

และมีส่วนของค่าใช้จ่ายที่เพิ่มเติมตามแผนงานเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ได้แก่

- ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เริ่มปรับเพิ่มขึ้นตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 1 ในปี 2569 เป็นต้นมา

แผนภาพการขยายสาขาของบริษัท



รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงจำนวนร้านสะดวกซัก WashXpress สาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของ และสาขาของแฟรนไชส์สำหรับไตรมาสที่ 3 และงวดเก้าเดือนปี 2568 และปี 2569 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การขยายสาขา	ไตรมาส 3 สำหรับปี		สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุด 30 กันยายน	
	2568	2569	2568	2569
ร้านสะดวกซัก WashXpress สาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของ				
จำนวนสาขาต้นงวด	469	565	436	512
จำนวนสาขาที่เปิดระหว่างปี	15	18	49	71
จำนวนที่ปิดระหว่างปี	(2)	-	(3)	-
จำนวนสาขาสิ้นงวด	**482**	**583**	**482**	**583**

การขยายสาขา	ไตรมาส 3 สำหรับปี		สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุด 30 กันยายน	
	2568	2569	2568	2569
ร้านสะดวกซัก WashXpress สาขาแฟรนไชส์				
จำนวนสาขาต้นงวด	79	79	79	79
จำนวนสาขาที่เปิดระหว่างปี	1	-	1	1
จำนวนที่ปิดระหว่างปี	(1)	-	(2)	(1)
จำนวนสาขาแฟรนไชส์สิ้นงวด	**79**	**79**	**79**	**79**
จำนวนสาขา WashXpress สิ้นงวด	**561**	**662**	**561**	**662**

ในปี 2569 บริษัทยังคงมุ่งเน้นการขยายจำนวนสาขาร้านสะดวกซัก WashXpress เพื่อรองรับการเติบโตของตลาดและเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจ ซึ่งทั้งหมดเป็นสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของและบริหารจัดการเอง (Owned Store Model) บริษัทได้ดำเนินการเปิดสาขาในช่วงเก้าเดือนของปี 2569 จำนวน 71 สาขา เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

2. ภาพรวมผลการดำเนินงาน

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	ไตรมาสที่ 3 สำหรับปี		เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (ลดลง)		งวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่		เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	2568 ล้านบาท	2569 ล้านบาท	ล้านบาท	ร้อยละ	30 ก.ย 68 ล้านบาท	30 ก.ย. 69 ล้านบาท	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการ	260.20	304.66	44.46	17.09	713.74	799.51	85.77	12.02
รายได้จากการขาย	8.45	8.22	(0.23)	(2.72)	25.13	29.61	4.48	17.83
รวมรายได้จากการขายและให้บริการ	**268.65**	**312.88**	**44.23**	**16.46**	**738.87**	**829.12**	**90.25**	**12.21**
ต้นทุนการให้บริการ	166.51	202.01	35.50	21.32	470.66	563.25	92.59	19.67
ต้นทุนขาย	3.94	4.24	0.30	7.61	13.17	16.31	3.14	23.84
รวมต้นทุนขายและให้บริการ	170.45	206.25	35.80	21.00	483.83	579.56	95.73	19.79
กำไรขั้นต้น	**98.20**	**106.63**	**8.43**	**8.58**	**255.04**	**249.56**	**(5.48)**	**(2.15)**
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	1.84	3.99	2.15	116.85	3.90	9.84	5.94	152.31
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	34.17	34.35	0.18	0.53	93.95	101.04	7.09	7.55
รวมต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร	**36.01**	**38.34**	**2.33**	**6.47**	97.85	110.88	13.03	13.32
รายได้อื่น	3.06	2.50	(0.56)	(18.30)	6.96	10.83	3.87	55.60
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	**65.25**	**70.79**	**5.54**	**8.49**	**164.15**	**149.51**	**(14.64)**	**(8.92)**
ต้นทุนทางการเงิน	19.16	19.86	0.70	3.65	54.72	57.90	3.18	5.81
กำไรก่อนภาษีเงินได้	46.09	50.93	4.84	10.50	109.43	91.61	(17.82)	(16.28)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	9.71	10.87	1.16	11.95	22.13	19.23	(2.90)	(13.10)
กำไรสุทธิ	**36.38**	**40.06**	**3.68**	**10.12**	**87.30**	**72.38**	**(14.92)**	**(17.09)**
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	**148.94**	**175.26**	**26.32**	**17.67**	**404.84**	**444.38**	**39.54**	**9.77**
อัตรากำไรขั้นต้น [1]	36.55%	34.08%	(2.47%)		34.52%	30.10%	(4.42%)	
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน [2]	23.15%	21.83%	(1.32%)		21.27%	16.73%	(4.55%)	
อัตรากำไรสุทธิ [3]	13.39%	12.70%	(0.69%)		11.71%	8.62%	(3.09%)	
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) [4]	54.82%	55.57%	0.76%		54.28%	52.91%	(1.37%)	

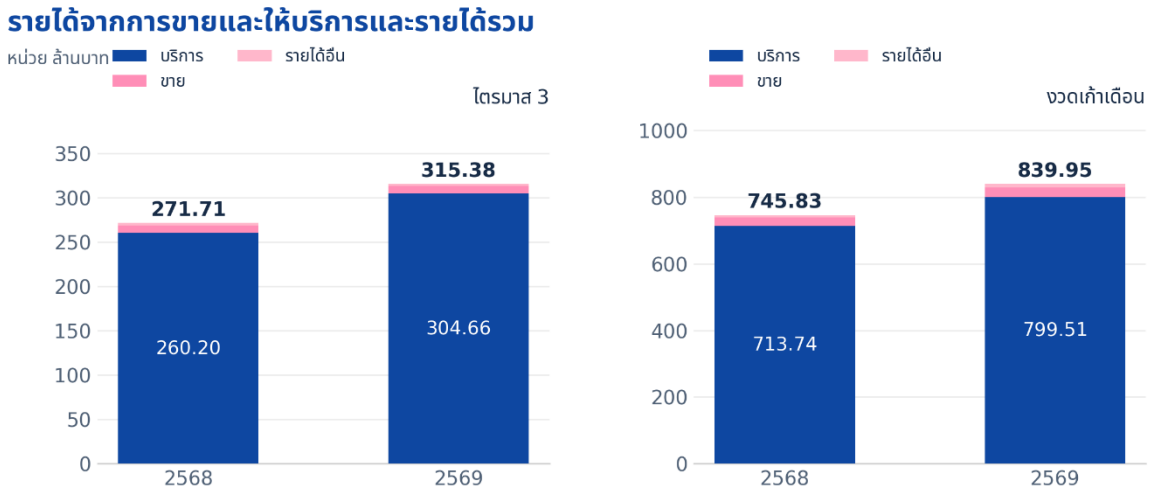
[1] อัตรากำไรขั้นต้น คำนวณจากกำไรขั้นต้น หารด้วยรายได้จากการขายและให้บริการ โดยกำไรขั้นต้น คำนวณจากรายได้จากการขายและให้บริการ หักด้วยต้นทุนขายและให้บริการ

[2] อัตรากำไรจากการดำเนินงาน คำนวณจากกำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน หารด้วยรายได้จากการขายและให้บริการ โดยกำไรจากการดำเนินงาน คำนวณจากรายได้จากการขายและให้บริการ หักด้วย ผลรวมของต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

[3] อัตรากำไรสุทธิ คำนวณจากกำไรสุทธิ หารด้วยรายได้รวม

[4] อัตรากำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย คำนวณจากกำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี บวกกลับด้วยค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย หารด้วยรายได้รวม

2.1 รายได้จากการขายและให้บริการ



ในไตรมาส 3 ปี 2569 บริษัทมีรายได้รวมจำนวน 315.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 43.67 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.07 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้หลักยังคงมาจากรายได้จากการให้บริการจำนวน 304.66 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96.60 ของรายได้รวม

สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีรายได้รวมทั้งสิ้น 839.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 94.12 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.62 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

การเติบโตของรายได้ดังกล่าวมีปัจจัยสนับสนุนหลัก ได้แก่

1) การรักษาฐานลูกค้าเดิมของสาขาที่เปิดดำเนินการในช่วงปี 2561–2568 ควบคู่กับการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมาโดยการทำ Marketing Campaign
2) การรักษามาตรฐานการให้บริการ ทั้งด้านความสะอาด ความพร้อมของเครื่องจักร และการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้ายังคงกลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ
3) การขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในส่วนของปี 2568 โดยสาขาที่เปิดใหม่ในปี 2568 ยังคงอยู่ในช่วงการขยายฐานลูกค้าและมีอัตราการเติบโตของรายได้ในระดับสูง
4) ปัจจัยบวกด้านฤดูกาล

โดยปกติไตรมาส 3 เป็นช่วงที่ธุรกิจร้านสะดวกซักเริ่มเข้าสู่ช่วง High Season แม้ในปี 2569 ช่วงไตรมาส 3 บริษัทไม่ได้รับปัจจัยสนับสนุนบวกจากภาวะฝนในระดับเดียวกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่จากการเข้าสู่ฤดูฝนก็ยังคงเอื้อต่อการใช้บริการทั้งการซักและอบผ้า ประกอบกับจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้จำนวนรายได้ของบริษัทแตะระดับสูงสุดใหม่อีกครั้ง

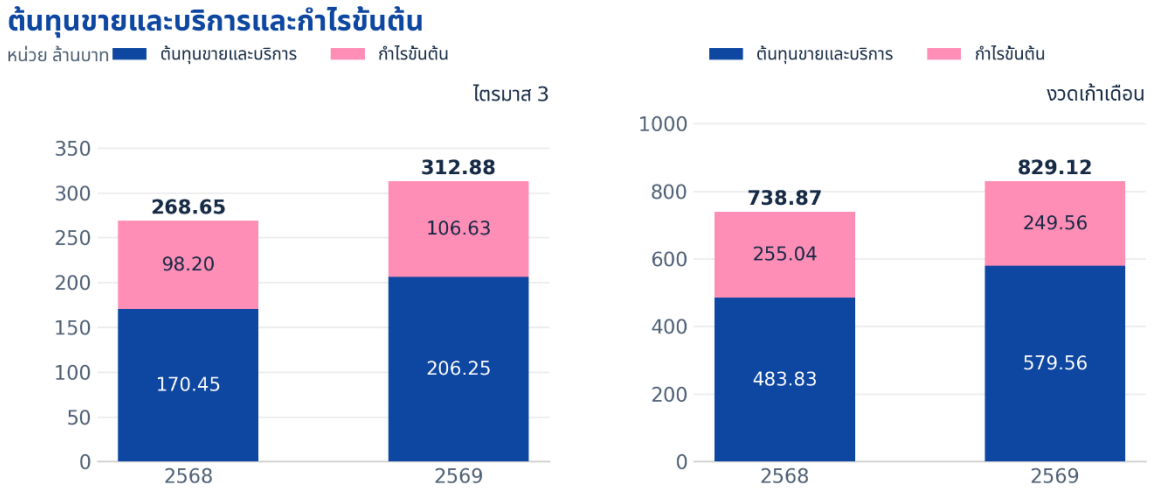
การเติบโตของรายได้ในไตรมาสนี้ส่วนใหญ่มาจากที่บริษัทรักษาระดับการเติบโตของรายได้จากสาขาเดิม (Same Store Sales Growth: SSSG) ให้กลับมาเติบโตขึ้นจากฐานลูกค้าประจำซึ่งมีส่วนสำคัญในการรักษาระดับรายได้จากการให้บริการ และได้รับปัจจัยบวกจากสาขาใหม่ที่เปิดในปี 2568 โดยสาขาที่เริ่มเปิดตั้งแต่ต้นปี 2568 มีระดับรายได้ใกล้เคียงค่าเฉลี่ยของบริษัท แม้อุตสาหกรรมมีการแข่งขันสูงขึ้นและได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น ค่าครองชีพที่ปรับสูงขึ้นซึ่งกระทบต่อการใช้บริการของลูกค้าโดยตรง

บริษัทให้ความสำคัญกับการยกระดับสาขา WashXpress อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและส่งเสริมการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ปัจจุบันบริษัทได้ดำเนินการติดตั้งเครื่องปรับอากาศในสาขาครบตามแผน

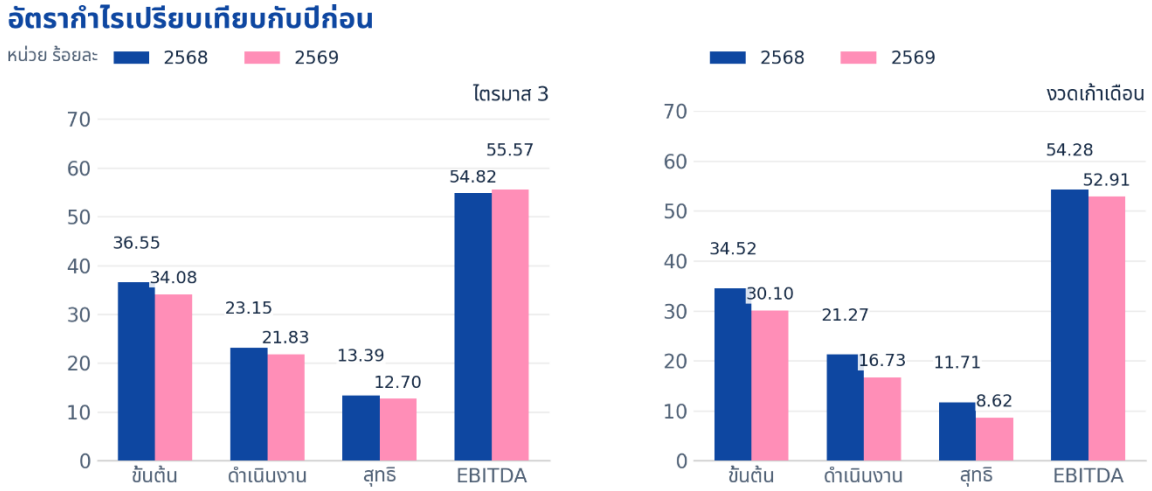
อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายและให้บริการของสาขาเดิม		ไตรมาสที่ 3 สำหรับปี		สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุด 30 กันยายน	
	หน่วย	2568	2569	2568	2569
อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายและให้บริการของสาขาเดิม (SSSG) [1]	ร้อยละ	6.03	2.37	9.74	(2.00)

หมายเหตุ: [1] คำนวณจากสาขาของบริษัทที่เปิดทำการอย่างน้อย 12 เดือน ตั้งแต่วันที่เริ่มต้นงวดของงวดก่อนหน้า และยังคงเปิดทำการตลอดงวดที่เกี่ยวข้อง

2.2 กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

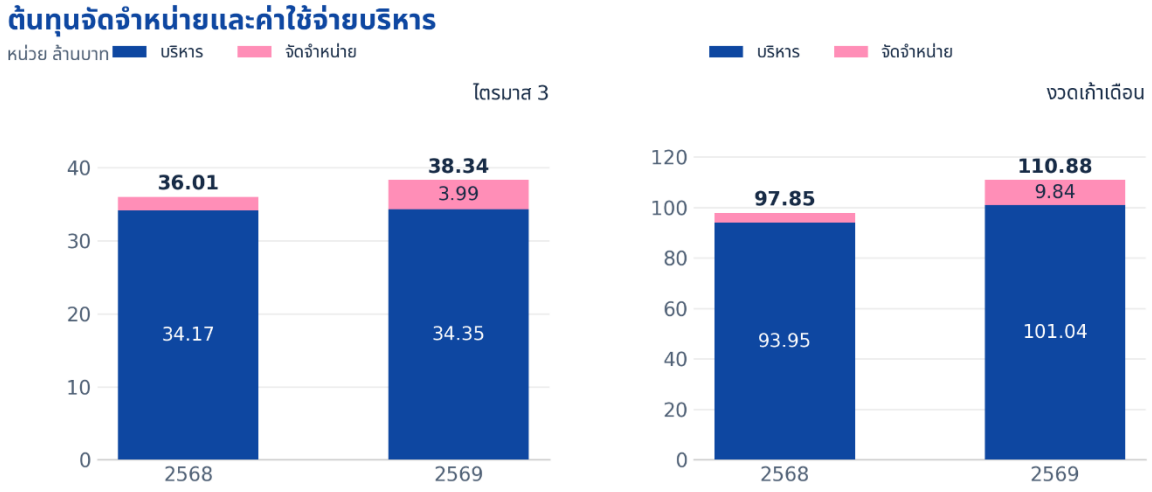


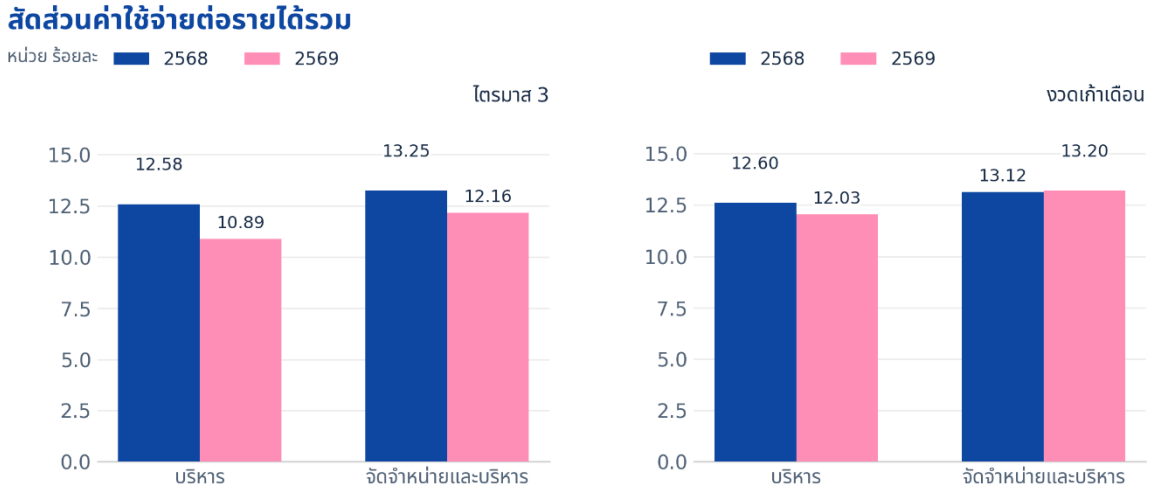
ในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทมีกำไรขั้นต้นจำนวน 106.63 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.43 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.58 สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีกำไรขั้นต้น 249.56 ล้านบาท ลดลง 5.48 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 2.15 เปรียบเทียบในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีการกระจายการลงทุนอย่างต่อเนื่องในการขยายสาขาใหม่และยกระดับสาขาเดิมตั้งแต่ช่วงต้นปี เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการและรองรับการเติบโตในระยะยาว ส่งผลให้ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน โดยเฉพาะต้นทุนคงที่จากค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์สิทธิการใช้ และค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์ เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าการเติบโตของรายได้ในช่วงหกเดือนแรก ส่งผลให้กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวลดลงตั้งแต่ช่วงครึ่งปีแรกและสะสมผลกระทบมายังงวดเก้าเดือน ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 รายได้จากสาขาใหม่และสาขาเดิมเติบโตขึ้น จึงทำให้บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากโครงสร้างต้นทุนคงที่ดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 3 ปี 2569 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 อยู่ที่ร้อยละ 34.08 และร้อยละ 30.10 ตามลำดับ ซึ่งลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

2.3 ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร





สำหรับไตรมาส 3 ปี 2569 บริษัทมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมจำนวน 38.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.33 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.47 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมจำนวน 110.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.03 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.32 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายดังกล่าวสอดคล้องกับแผนการขยายธุรกิจของบริษัท ทั้งจากจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นและการลงทุนด้านการตลาดเพื่อสนับสนุนการเติบโตในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทยังคงบริหารจัดการค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งควบคุมสัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้จากการขายและให้บริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมในระยะยาว

ในไตรมาส 3 ปี 2569 ต้นทุนในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 2.15 ล้านบาท หรือประมาณ 1.16 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยบริษัทได้พัฒนาแผนงานด้านการตลาดและการสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการรักษามาตรฐานการให้บริการ

2.4 ต้นทุนทางการเงิน

ในไตรมาส 3 ปี 2569 บริษัทมีต้นทุนทางการเงินจำนวน 19.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.70 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.65 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีต้นทุนทางการเงินจำนวน 57.90 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.18 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.81

การเพิ่มขึ้นของต้นทุนทางการเงินในไตรมาส 3 ปี 2569 สอดคล้องกับการขยายสาขาของบริษัท โดยมีสาเหตุหลักจากการเช่าซื้อเครื่องจักร การกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และการเข้าทำสัญญาเช่าพื้นที่เพิ่มเติมสำหรับสาขาใหม่ อย่างไรก็ตาม ต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้นยังอยู่ในระดับที่สอดคล้องกับการขยายตัวของสินทรัพย์และขนาดธุรกิจ

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อต้นทุนทางการเงินในไตรมาสนี้ ได้แก่

2.4.1 การลงทุนเพื่อรองรับการขยายสาขา

บริษัทมีการลงทุนต่อเนื่องในเครื่องจักร อุปกรณ์ และพื้นที่เช่าสำหรับสาขาใหม่ ส่งผลให้ภาระดอกเบี้ยจากสัญญาเช่าซื้อและหนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้นตามแผนการขยายธุรกิจ

2.4.2 การใช้เงินกู้ยืมเพื่อสนับสนุนการเติบโต

บริษัทใช้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพื่อสนับสนุนการลงทุนในสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้ ซึ่งช่วยรองรับการเติบโตของรายได้ในระยะยาว

2.4.3 โครงสร้างเงินทุนที่ยังอยู่ในระดับเหมาะสม

ภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) บริษัทมีฐานทุนที่แข็งแกร่งขึ้น ส่งผลให้สามารถบริหารสัดส่วนหนี้สินและภาระต้นทุนทางการเงินได้อย่างเหมาะสม แม้อยู่ในช่วงเร่งขยายธุรกิจ

2.5 กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

ในไตรมาส 3 ปี 2569 บริษัทมีกำไรสุทธิจำนวน 40.06 ล้านบาท เพิ่มจากช่วงเดียวกันของปีก่อนจำนวน 3.68 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.12 สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีกำไรสุทธิรวมจำนวน 72.38 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนจำนวน 14.92 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.09

อัตรากำไรสุทธิในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 12.70 ลดลงจากร้อยละ 13.39 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีการลงทุนอย่างต่อเนื่องในการขยายสาขาใหม่และยกระดับสาขาเดิมตั้งแต่ช่วงครึ่งแรกของปี เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการและรองรับการเติบโตในระยะยาว ส่งผลให้ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน โดยเฉพาะต้นทุนคงที่จากค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์สิทธิการใช้ และค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์ เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าการเติบโตของรายได้ในช่วงเวลาดังกล่าว ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวลดลง และส่งผลโดยตรงต่อกำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ ทั้งนี้ เมื่อรายได้จากสาขาใหม่และสาขาเดิมเติบโตขึ้น บริษัทคาดว่าจะสามารถใช้ประโยชน์จากโครงสร้างต้นทุนคงที่ดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ ในระหว่างงวด บริษัทได้ดำเนินการ ปิดให้บริการสาขา WashXpress บางแห่งเป็นการชั่วคราว เพื่อปรับปรุงสาขาและติดตั้งเครื่องปรับอากาศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนยกระดับสาขาเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและประสบการณ์การใช้บริการของลูกค้า ส่งผลให้บริษัทสูญเสียรายได้ในช่วงที่ปิดปรับปรุง และมีผลกระทบต่อกำไรสุทธิโดยประมาณ 0.17 ล้านบาท

3. ฐานะทางการเงิน

งบฐานะการเงิน	ณ วันที่		เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	31 ธันวาคม 68 ล้านบาท	30 กันยายน 69 ล้านบาท	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์รวม	**2,716.62**	**2,805.43**	**88.81**	**3.27**
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	226.88	105.30	(121.58)	(53.59)
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	190.00	80.00	(110.00)	(57.89)
อาคารและอุปกรณ์	1,249.37	1,432.59	183.22	14.66
สินทรัพย์สิทธิการใช้	936.56	1,046.63	110.07	11.75
สินทรัพย์อื่น	113.81	140.91	27.10	23.81
หนี้สินรวม	**1,633.58**	**1,687.64**	**54.06**	**3.31**
เงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาว	389.10	352.90	(36.20)	(9.30)
หนี้สินตามสัญญาเช่า	1,034.48	1,161.97	127.49	12.32
หนี้สินอื่น	210.00	172.77	(37.23)	(17.73)
ส่วนของผู้ถือหุ้น	**1,083.04**	**1,117.79**	**34.75**	**3.21**
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ				
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	1.51	1.51	-	
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หักหนี้สินตามสัญญาเช่า	0.55	0.47	(0.08)	
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	1.31	1.36	0.05	
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หักหนี้สินตามสัญญาเช่า	0.36	0.32	(0.04)	

สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีสินทรัพย์รวมจำนวน 2,805.43 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 88.81 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.27

การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวมมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของอาคารและอุปกรณ์ และสินทรัพย์สิทธิการใช้ ซึ่งสอดคล้องกับการขยายสาขาใหม่ตามแผนการดำเนินงานปี 2569 โดยบริษัทมีการลงทุนต่อเนื่องเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจและเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ

อาคารและอุปกรณ์เพิ่มขึ้นจำนวน 183.22 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.66 จากการลงทุนในเครื่องจักร อุปกรณ์ และการเปิดสาขาใหม่ ขณะที่สินทรัพย์สิทธิการใช้เพิ่มขึ้นจำนวน 110.07 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.75 จากการเข้าทำสัญญาเช่าพื้นที่เพิ่มเติมสำหรับสาขาใหม่

ทั้งนี้ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงจำนวน 121.58 ล้านบาท หรือร้อยละ 53.59 จากการนำเงินสดไปใช้ในการลงทุนขยายสาขา ชำระคืนเงินกู้ยืม และรองรับการดำเนินงานตามแผนธุรกิจ อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมีสภาพคล่องอยู่ในระดับที่เพียงพอสำหรับการดำเนินธุรกิจและการลงทุนในระยะถัดไป

หนี้สินรวม

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีหนี้สินรวมจำนวน 1,687.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 54.06 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.31

การเปลี่ยนแปลงของหนี้สินรวมมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินตามสัญญาเช่าจำนวน 127.49 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.32 จากการเข้าทำสัญญาเช่าพื้นที่เพิ่มเติมสำหรับสาขาใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแผนการขยายธุรกิจของบริษัท ทั้งนี้ไตรมาสที่ 3 บริษัทมียอดการกู้ยืมลงลดสุทธิ 36.20 ล้านบาท และหนี้สินอื่นลดลงสุทธิ 37.23 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 1,117.79 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 34.75 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.21 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุมาจากกำไรสุทธิที่สะสมมาในแต่ละไตรมาส ซึ่งหักออกด้วยการจ่ายเงินปันผลสำหรับผลการดำเนินงานในปี 2568 ตามมติประชุมผู้ถือหุ้นในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2569 ที่ผ่านมาแล้ว

4. ปัจจัยความเสี่ยงและการบริหารจัดการ (Risk Management)

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และได้กำหนดแนวทางบริหารจัดการอย่างเหมาะสม ดังนี้

ความเสี่ยงจากการแข่งขัน: อุตสาหกรรมร้านสะดวกซักมีแนวโน้มการแข่งขันเพิ่มขึ้น บริษัทจึงมุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างผ่านกลยุทธ์ “Convenient Lifestyle” โดยเพิ่มบริการมูลค่าเพิ่ม เช่น บริการซัก–อบ–พับ (WDF) บริการรับ-ส่ง (Delivery) และการติดตั้งเครื่องปรับอากาศในสาขา เพื่อยกระดับประสบการณ์ลูกค้าและรักษาฐานผู้ใช้บริการ

ความเสี่ยงจากต้นทุนสาธารณูปโภค: ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ และค่าแก๊สเป็นต้นทุนหลักของธุรกิจ บริษัทจึงลงทุนในเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพด้านพลังงานเพื่อลดผลกระทบด้านต้นทุนในระยะยาว และมองหาแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้สาธารณูปโภคเพิ่มขึ้นอยู่เสมอ ทั้งนี้ บริษัทติดตามคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากสถานการณ์ในภูมิภาคตะวันออกกลาง

ความเสี่ยงจากการหาทำเลที่ตั้ง: การขยายสาขาให้ได้ตามเป้าหมายในปี 2569 อาจเผชิญความท้าทายด้านต้นทุนค่าเช่าและความเหมาะสมของทำเล บริษัทจึงใช้แนวทางลงนามสัญญาเช่าล่วงหน้าในทำเลที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการเปิดสาขาตามแผนงาน โดยปัจจุบันบริษัทสามารถหาพื้นที่เช่าได้อย่างเพียงพอตามเป้าหมายปี 2569 แล้ว

5. รายงานเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ (Significant Events)

การปรับปรุงร้านและติดตั้งเครื่องปรับอากาศ

บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงสาขาบางแห่งโดยติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในพื้นที่ร้าน เพื่อยกระดับประสบการณ์และความสะดวกสบายของผู้ใช้บริการ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีสาขาที่ติดตั้งเครื่องปรับอากาศแล้วจำนวน 17 สาขา

สำหรับแผนการติดตั้งเครื่องปรับอากาศเพิ่มเติมจำนวน 100 สาขาในปี 2569 บริษัทได้ดำเนินการติดตั้งแล้วเสร็จทั้ง 100 สาขาในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 แบ่งเป็นจำนวนสาขาที่ติดตั้งเครื่องปรับอากาศในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2569 ทั้งสิ้น 30 สาขา โดยการดำเนินงานดังกล่าวส่งผลให้บริษัทต้องปิดให้บริการบางสาขาชั่วคราวระหว่างการปรับปรุง และคาดว่ามีผลกระทบต่อกำไรสุทธิในรอบไตรมาสที่ 3 ปี 2569 ประมาณ 0.17 ล้านบาท

บริษัทคาดว่าการลงทุนดังกล่าวจะช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการ เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนการเติบโตของยอดขายต่อสาขา (SSSG) ในระยะยาว ผ่านการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการและระยะเวลาในการใช้บริการภายในสาขา สำหรับสาขาที่ติดตั้งเครื่องปรับอากาศตั้งแต่เดือนมกราคม 2569 ทางบริษัทได้ติดตามผล SSSG อย่างใกล้ชิดโดยพบว่ากลุ่มสาขาดังกล่าวมี SSSG สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมของบริษัท โดยมีส่วนต่างสูงสุดประมาณ 15 จุดร้อยละ (percentage points)

6. มุมมองของผู้บริหารต่อแนวโน้มและกลยุทธ์ในปี 2569

สำหรับช่วงระยะเวลาที่เหลือของปี แนวทางกลยุทธ์ของบริษัทยังคงแนวทางการทำธุรกิจโดยการมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้า การเติบโตอย่างมีคุณภาพ และการยกระดับประสบการณ์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ ประกอบกับการพัฒนาเครือข่ายการบริหารจัดการสาขา เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อปัญหาได้อย่างรวดเร็ว โดยมีทีมช่างผู้เชี่ยวชาญที่สามารถเข้าหน้างานเพื่อดำเนินการซ่อมแซมภายใน 48 ชั่วโมง ภายใต้แนวคิด “ร้านพร้อม คนพร้อม เครื่องพร้อม” เพื่อให้สามารถส่งมอบประสบการณ์ที่ดีและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง