TMD. 010/2026

วันที่ 16 พฤศจิกายน 2569

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ไมด้า แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานด้านรายได้จากการขาย กำไรสุทธิ ตามงบการเงินสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจและภาวะอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการดำเนินงาน

บริษัท ไมด้า แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) หรือ (“MIDA”) ประกอบธุรกิจขายเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน พร้อมให้บริการก่อนและหลังการขายถึงที่พักอาศัย โดยมีพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ สินค้าหลักคือขายเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100.00 และ 100.00 ของรายได้จากการขายทั้งหมดสิ้นสุด ณ 30 กันยายน 2569 และสิ้นสุด ณ 30 กันยายน 2568 ตามลำดับ โดยบริษัทสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต/จัดจำหน่ายหลากหลายยี่ห้อ อาทิ ซัมซุง (Sumsumg) พานาโซนิค (Panasonic) ชาร์ป (Sharp) ฮาตาริ (Hatari) แอลจี (LG) โตชิบา (TOSHIBA) มิตซูมารุ (Misumaru) และ ทีซีแอล (TCL) เป็นต้น และ ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีลูกค้าเช่าซื้อจำนวน 56,324 ราย

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีสำนักงานใหญ่ 1 แห่ง อาคารคลังสินค้า 1 แห่ง และ สำนักงานสาขาที่ดำเนินการขายเช่าซื้อจำนวน 46 แห่งใน 37 จังหวัดทั่วประเทศ โดยเน้นการขายเช่าซื้อให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรายย่อยระดับกลางถึงล่างที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีบริษัทย่อยทั้งสิ้น 18 บริษัท โดยแบ่งเป็นถือหุ้นทางตรง 15 บริษัท และถือหุ้นทางอ้อม 3 บริษัท

ในส่วนของธุรกิจเช่าซื้อ บริษัทฯ มุ่งเน้นการขายเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นหลัก ซึ่งธุรกิจดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจเช่นเดียวกันกับบริษัทย่อย (บมจ.ไมด้า ลิสซิ่ง) โดยธุรกิจของบริษัทย่อยเน้นการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์และการให้บริการสินเชื่อแก่กลุ่มผู้ประกอบการเต็นท์รถยนต์มือสอง ประเภทเงินทุนหมุนเวียน หรือที่เรียกว่า Floor Plan รวมทั้งการบริการรับจัดรีไฟแนนซ์รถยนต์

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจและภาวะอุตสาหกรรมต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ในปี 2569 แนวโน้มเศรษฐกิจไทยอยู่ในภาวะ ขยายตัวต่ำและฟื้นตัวอย่างเปราะบาง โดยรวมเศรษฐกิจเติบโตในระดับต่ำ โดยการขยายตัวกระจุกอยู่เพียงภาคการส่งออก อิเล็กทรอนิกส์ และการท่องเที่ยว ในขณะที่เศรษฐกิจรากหญ้าและกำลังซื้อในประเทศซบเซาและปัญหาหนี้ครัวเรือนอยู่ในระดับสูง หนี้ครัวเรือนทรงตัวสูงเกิน 80% ของ GDP ทำให้ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่ายและชะลอการซื้อสินค้าชิ้นใหญ่ (เช่นอสังหาริมทรัพย์ และรถยนต์) สถาบันการเงินเพิ่มความระมัดระวังในการอนุมัติสินเชื่อรายย่อยและ SMEs เพื่อควบคุม NPL และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี โดยนำ AI และ Automation มาช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายประจำ (Fixed Costs)

แผนธุรกิจในช่วงระหว่างปี 2569 แบ่งตามประเภทธุรกิจหลัก ๆ ดังนี้:-

1. **ธุรกิจเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า**

- **การขยายตัวของพอร์ตสินเชื่อแบบระมัดระวัง** : บริษัทฯ คาดการณ์ยอดขายและพอร์ตเช่าซื้อเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเน้นกลยุทธ์การคัดกรองลูกค้าและบริหารจัดการคุณภาพหนี้อย่างเข้มงวด เพื่อควบคุมหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL)

- **ปรับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา**(Product & Pricing) : เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทเป็นกลุ่มลูกค้ารากหญ้า (เช่น เกษตรกร พ่อค้า แม่ค้า แรงงานรายวัน) มีรายได้ไม่แน่นอนและไม่มีสลิปเงินเดือนแต่ต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตบ้าน

    - **คัดเลือกสินค้าที่** “จำเป็นและเห็นผลทันที” เน้นเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ช่วยประหยัดเวลาทำงานบ้านหรือสร้างรายได้เสริมได้ เช่น เครื่องซักผ้า ตู้เย็น หม้อหุงข้าวขนาดใหญ่ หรือเครื่องปั่นน้ำผลไม้

    - **ออกแบบค่างวดให้สอดคล้องกับกระแสเงินสด** (Cash Flow Matching) : บริษัทมีการปรับโครงสร้างราคาขายของสินค้าแต่ละประเภทและออกแบบการจัดเก็บค่างวดให้เหมาะสมกับต้นทุนสินค้าในปัจจุบัน และความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า

- **มุ่งเน้นการทำตลาดแบบเคาะประตูบ้าน** (Direct Sales / Door-to-Door): สำหรับกลุ่มลูกค้ารากหญ้าต้องมุ่งเน้นที่ “ความไว้วางใจในพื้นที่ ความง่ายของเงื่อนไข” ควบคู่กับการคัดกรองความเสี่ยงด้วยความแม่นยำ เพื่อกระตุ้นยอดขายทดแทนกำลังซื้อที่ชะลอตัวในปัจจุบัน

- **การควบคุมความเสี่ยงและบริหารหนี้เสีย** (Risk Management) : เช็กประวัติทางอ้อมจากสภาพแวดล้อม พนักงานลงพื้นที่ต้องสังเกตสภาพความเป็นอยู่ อาชีพจริงและสอบถามเพื่อนบ้านรอบข้างก่อนอนุมัติส่งมอบสินค้า

2. **ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์**

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แนวราบและแนวสูงในไตรมาส 3 ยังคงเผชิญภาวะชะลอตัวของแนวราบและการแข่งขันที่ท้าทาย ผลมาจากภาวะหนี้ครัวเรือนสูง อัตราการปฏิเสธสินเชื่อ (Rejection Rate) ของสถาบันการเงินที่ยังคงเข้มงวด และกำลังซื้อระดับกลาง-ล่างที่อ่อนตัวลง ในทิศทางตรงกันข้ามธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แนวสูง คอนโดมีเนียมของบริษัท ฯ มียอดการโอนกรรมสิทธิ์ที่สูงกว่าปีก่อนส่งผลให้ยอดรายได้การขายอสังหาริมทรัพย์สูงกว่าไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ทางบริษัทฯปรับกลยุทธ์โดยลดการเปิดตัวโครงการใหม่ในแนวราบและหันมาเน้นการระบายสต็อกสร้างเสร็จพร้อมอยู่แทน

สรุปเปรียบเทียบกลยุทธ์ แนวราบ VS แนวสูง

โครงการแนวราบ บ้านเดี่ยว /บ้านแฝด / ทาวน์โฮม

จุดเด่น: ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยจริง ซื้อง่าย โอนไว,ก่อสร้าง แบบ *Just-in-Time* ช่วยลดภาระทุนจม

- กลยุทธ์การเปิดโครงการและการก่อสร้าง เน้นสร้างบ้านเสร็จก่อนขาย เป็นเฟสสั้นๆ เพื่อให้รับรู้รายได้ทันที และบริหารสต็อกบ้านสร้างเสร็จ ไม่ให้ทุนจม ควบคุมระยะเวลาการสร้างบ้านจากยอดจองและก่อสร้างให้ได้ตามระยะเวลาที่กำหนด
- ยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ ปรับฟังก์ชั่นบ้าน เพิ่มพื้นที่ทำงานและระบบประหยัดพลังงาน เพื่อสร้างจุดขาย
- เจาะกลุ่มราคาปานกลาง-บน ที่มีกำลังซื้อและอัตราการปฏิเสธสินเชื่อ การบริหารการโอน โดยตั้งทีม Pre- Approve สินเชื่อบ้านตั้งแต่ช่วงจอง เพื่อคัดกรองลูกค้ารายย่อย และมีสถาบันการเงินพันธมิตร รอรับรีไฟแนนซ์หรือกู้ร่วม

โครงการแนวสูง (คอนโดมิเนียม)

จุดเด่น : เร่งโอนโครงการสร้างเสร็จใหม่ และกระตุ้นยอดขายเป้าหมายกลุ่มนักลงทุน / ต่างชาติ

- กลยุทธ์การระบายสต็อกพร้อมอยู่ จัดแคมเปญโปรโมชั่นเร่งตัดสินใจ เช่น ตกแต่งครบพร้อมอยู่ หรือรับประกันผลตอบแทนการเช่าระยะเวลา 3 ปี เพื่อปิดการขาย สำหรับ Units ที่เหลืออยู่
- การบริหารจัดการ Backlog & Transfer Acceleration ติดตามและแจ้งการตรวจรับห้องล่วงหน้า 2-3 เดือนก่อนสร้างเสร็จ
- การทำตลาดต่างชาติและกลุ่มนักลงทุน ขยายช่องทางการขายผ่าน Agent ต่างชาติ สำหรับคอนโดในทำเลเมืองท่องเที่ยว

3. **ธุรกิจโรงแรม**

การดำเนินธุรกิจโรงแรมในไตรมาส 3 (ช่วงกรกฎาคม - กันยายน) มักคาบเกี่ยวช่วง Green Season (ฤดูฝน / Low Season ของบางพื้นที่ เช่น ทะเลฝั่งอ่าวไทย หรือ ภูเก็ตบางส่วน)

- กลยุทธ์ด้านตลาดและกลุ่มเป้าหมาย เจาะกลุ่มตลาดที่สวนกระแส Low Season เช่น ตลาดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง ซึ่งไตรมาส 3 (โดยเฉพาะ กรกฎาคม - สิงหาคม) เป็นช่วงฤดูร้อนจัดในตะวันออกกลาง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักเดินทางมาพักผ่อนระยะยาวในประเทศไทย (นิยมกรุงเทพฯ และภูเก็ต)
- กระตุ้นตลาดในประเทศ ออกแคมเปญกระตุ้นการท่องเที่ยววันธรรมดาหรือแพ็คเกจ “Workation” สำหรับกลุ่มคนทำงานที่สามารถ Work From Anywhere ได้
- จัดโปรโมชั่นร่วมกับสายการบินหรือบัตรเครดิต เพื่อสร้างแรงจูงใจให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงหน้าฝน
- กลยุทธ์การบริหารรายได้และราคา เนื่องจากอัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) อาจแกว่งตัวตามฤดูกาล โรงแรมมีการปรับราคาห้องพักให้ยืดหยุ่นตามสภาวะเศรษฐกิจในประเทศ

- การขายพ่วงบริการเสริม เนื่องจากแขกที่เข้าพักใช้เวลาอยู่ในโรงแรมมากขึ้น เนื่องจากเป็นฤดูฝน จึงเน้นเพิ่มรายได้จากส่วนอื่นเช่น สปา, Afternoon Tea,หรือการบริการ F&B ในร่ม โดยจัดทำแพ็คเกจ Bundle รวมกับห้องพัก
- กลยุทธ์การบริหารต้นทุนและสภาพคล่อง การบริหารจัดการพลังงานและทรัพยากร ช่วงหน้าฝน และ Low Season อัตราการเข้าพักอาจลดลง โรงแรมมีการปิดโซนห้องพักบางส่วนเพื่อลดการเปิดแอร์และระบบไฟฟ้าในชั้นที่ยังไม่มีแขกพัก ช่วยประหยัดต้นทุนค่าไฟฟ้าได้

สภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงาน คือภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญต่อครัวเรือนและผู้ประกอบการรายย่อย เนื่องจากภาระหนี้สินเดิม ประกอบกับการผันผวนของรายได้และค่าครองชีพ อาจกำหนดความสามารถในการชำระหนี้ การเข้าถึงสินเชื่อใหม่ๆ และทำให้ภาคครัวเรือนและผู้ประกอบการมีความระมัดระวังในการตัดสินใจลงทุนมากขึ้น สำหรับบริษัทฯ ปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลทั้งต่อคุณภาพสินเชื่อของลูกค้าปัจจุบันและความต้องการสินเชื่อเพื่อการลงทุนของลูกค้าใหม่ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการประเมินความสามารถในการชำระหนี้และการพิจารณาสินเชื่อให้เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจและสถานะของลูกค้าแต่ละราย และภาระหนี้ครัวเรือนระดับรากหญ้าที่ทรงตัวในระดับสูง ส่งผลกระทบเชิงโครงสร้างต่อการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทฯ ในหลายมิติ โดยสามารถสรุปภาพรวมผลกระทบสำคัญได้เป็น 3 ด้านหลักดังนี้

1. **ยอดขายชะลอตัวอย่างรุนแรง** (Demand-Side Contraction) กำลังซื้อลดลง สินค้าชิ้นใหญ่ซบเซา เงินส่วนใหญ่ของผู้บริโภคระดับรากหญ้าต้องนำไปชำระดอกเบี้ยและคืนเงินต้นทำให้ “เงินออม” และ “รายได้สุทธิที่นำมาใช้จ่ายได้” (Disposable Income) ลดลงอย่างมาก ก่อให้เกิดการชะลอหรือเลื่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าชิ้นใหญ่ เช่น รถยนต์ ,อสังหาริมทรัพย์, เครื่องใช้ไฟฟ้าและเฟอร์นิเจอร์
    - เกิดภาวะ “Downtrading” (ผู้บริโภคประหยัดขั้นสุด) ลูกค้าเปลี่ยนพฤติกรรมไปซื้อสินค้าราคาถูกลง ลดขนาดการซื้อต่อครั้ง (Basket Size) หรือ สินค้าราคาถูกนำเข้าจากต่างประเทศ

2. **ความเสี่ยงทางการเงินและสภาพคล่อง** (Credit & Cash Flow Risks) ความเสี่ยงหนี้เสีย (NPL) ในระบบการค้าเพิ่มขึ้น สำหรับธุรกิจของบริษัทฯ ที่ให้ credit term หรือ ระบบ “เซ็นสัญญา/ผ่อนชำระตรง” กับลูกค้ารากหญ้า จะเผชิญความเสี่ยงสูงมากที่จะผิดชำระหนี้,ชำระล่าช้า หรือ กลายเป็นหนี้เสีย
    - สถาบันการเงิน “เข้มงวดการปล่อยสินเชื่อ เมื่อธนาคารเห็นความเสี่ยงหนี้ครัวเรือนสูง จะยิ่งปฏิเสธ (Reject Rate) สินเชื่อรายย่อย ส่งผลกระทบทางอ้อมมายังภาคธุรกิจที่ขายสินค้าผ่อนชำระ นอกจากนี้ธนาคารยังเข้มงวดการปล่อยสินเชื่อ ทำให้ธุรกิจเองก็เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ยากขึ้น

3. **การแข่งขันที่รุนแรงและอัตรากำไรลดลง** (Margin Compression) เมื่อตลาดโดยรวมไม่เติบโต ผู้ประกอบจึงต้องห้ำหั่นกันด้วยโปรโมชั่น ลดราคา แจก แลก แถม
    - ความสามารถในการทำกำไรลดลง ในขณะที่ต้นทุนค่าแรง วัตถุดิบ และขนส่งยังทรงตัวสูง แต่ธุรกิจไม่สามารถปรับเพิ่มราคาสินค้าได้เพราะลูกค้าไม่มีกำลังซื้อ ส่งผลให้ส่วนต่างกำไรของธุรกิจลดลงอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยทางเศรษฐกิจโลก (Global Economic Factors) ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกส่งผลกระทบทางอ้อมแต่มีความสำคัญต่อตลาดทุนและตลาดสินค้าในประเทศ

- อัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารกลางหลัก (Fed & Global Central Banks) : หากอัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับสูงต่อเนื่องจะส่งผลให้ต้นทุนทางการเงิน (Cost of Funds) ของบริษัทเช่าซื้อ และ Non-Bank สูงขึ้นตามทำให้ผู้ประกอบการมีภาระดอกเบี้ยจ่ายเพิ่มขึ้น และขยับอัตราดอกเบี้ยเช่าซื้อลงได้ยาก
- อัตราเงินเฟ้อโลกและราคาโภคภัณฑ์ (Global Inflation & Commodity Prices) : ราคาพลังงานและวัตถุดิบในตลาดโลกที่ผันผวน ส่งผลให้ราคาสินค้าหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้าและไอที (สินค้านำเข้า / มีชิ้นส่วนนำเข้า) ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งกดดันกำลังซื้อของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน
- การชะลอตัวของเศรษฐกิจคู่ค้าหลัก : การชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศมหาอำนาจ (เช่น จีน หรือ สหรัฐ) กระทบต่อภาคการส่งออกและการท่องเที่ยวไทย ส่งผลต่อเนื่องถึงรายได้และความมั่นคงในอาชีพของแรงงานไทย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของสินเชื่อเช่าซื้อ

สำหรับภาคการเกษตร ซึ่งเป็นฐานลูกค้าหลักของบริษัทฯ ในปี 2569 มีแนวโน้มที่ต้องเฝ้าระวัง ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อ คุณภาพหนี้และอุปสงค์ของกลุ่มลูกค้าหลักในธุรกิจเช่าซื้อ,อสังหาริมทรัพย์,โรงแรม ซึ่งภาคการเกษตรไตรมาสที่ 3 ขยายตัวได้เล็กน้อย โดยปัจจัยบวกจากสภาพอากาศและปริมาณน้ำที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกพืชหลัก และข้อจำกัดด้านรายได้เกษตรกร แม้ปริมาณผลผลิตจะดีขึ้น แต่ราคาสินค้า เกษตรบางชนิดเริ่มปรับลดลง ตามอุปสงค์โลกที่ชะลอตัว (โดยเฉพาะความต้องการจากจีน) เกษตรกรยังแบกรับต้นทุนการผลิตที่อยู่ในระดับสูง เช่น ค่าปุ๋ย ค่าแรง และค่าพลังงาน ส่งผลให้ “รายได้สุทธิ (Net Margin)” ของเกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตรขยายตัวได้จำกัด

แนวโน้มและปัจจัยที่ต้องเฝ้าระวัง (Risks & Monitoring Points) ความผันผวนของราคาสินค้าเกษตรส่งออก ตลาดจีนและประเทศคู่ค้าชะลอตัวอาจฉุดราคายางพารา ปาล์มน้ำมันและผลไม้ และภัยธรรมชาติ สภาพอากาศสุดขั้ว ความเสี่ยงจากอุทกภัยฉับพลันในบางพื้นที่เพาะปลูกช่วงปลายฝน นอกจากนี้ ภาระหนี้สินครัวเรือนเกษตรกร หนี้สะสมจากปีก่อนๆ ทำให้ความสามารถในการชำระหนี้ (Debt Service Ability) ของเกษตรกรรายย่อยยังน่ากังวล อย่างไรก็ตามรายได้ของเกษตรกรยังเป็นปัจจัยสำคัญที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและติดตามอย่างใกล้ชิด

นอกจากภาคการเกษตรแล้ว ภาคการท่องเที่ยวยังเป็นอีกหนึ่งภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อทิศทางการเติบโตของบริษัทฯ ภาคการท่องเที่ยวและภาคการเกษตร มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อกระแสเงินสด กำลังซื้อและสภาพคล่องของทั้ง 3 ธุรกิจหลักของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 3 ถือเป็นช่วง **Low Season** ตามฤดูกาลท่องเที่ยวไทย ผสมผสานกับสภาพอากาศและฝนตกหนักในหลายภูมิภาคส่งผลกระทบต่อแต่ละกลุ่มธุรกิจดังนี้:-

- **ธุรกิจเช่าซื้อ** (Hire-Purchase) :
  - หากราคาสินค้าการเกษตรตกต่ำหรือประสบภัยธรรมชาติ เกษตรกรจะมีรายได้ลดลง ส่งผลให้อัตราการค้างชำระและหนี้เสีย พุ่งสูงขึ้น

- ยอดอนุมัติสินเชื่อใหม่ชะลอตัว เมื่อรายได้เกษตรกรลดลงกระแสเงินสดในครัวเรือนตึงตัว สถาบันการเงินและบริษัทเช่าซื้อจะเข้มงวดการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ (DSR) ทำให้สัดส่วนการอนุมัติสินเชื่อใหม่ปรับตัวลดลง
- ความเสี่ยง NPL และหนี้ค้างชำระ เกษตรกรมีรายได้ตามฤดูกาล เมื่อผลผลิตหรือราคาไม่เป็นไปตามคาด จะเกิดการขาดสภาพคล่อง ส่งผลให้หนี้ชั้นค้างชำระ และหนี้เสียในพอร์ตเช่าซื้อปรับตัวสูงขึ้นทันที
- การชะลอซื้อสินค้าคงทน เครื่องใช้ไฟฟ้าถือเป็นสินค้าคงทนที่สามารถ **"ชะลอการเปลี่ยนใหม่"** ได้ ผู้บริโภคจะเลือกใช้วิธีซ่อมแซมของเดิมแทนการเปิดสัญญาผ่อนสินค้าชิ้นใหม่

o **ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์** (Real Estate) :

- ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กำลังซื้อในประเทศเปราะบาง และ ฟื้นตัวจำกัด) จากปัญหาหนี้ครัวเรือน ทำให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ต้องพึ่งพา "อุปสงค์จากต่างชาติ"
- ชะลอการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ใหม่หรือบ้านหลังที่สอง ตลาดอสังหาริมทรัพย์พัทยาพึ่งพากำลังซื้อต่างชาติ (เช่นรัสเซีย จีน ยุโรป ตะวันออกกลาง) ทั้งการซื้อเพื่อเป็นบ้านหลังที่สองและการลงทุนปล่อยเช่า
- ตลาดบ้านระดับราคาต่ำ-ปากกลาง (ต่ำกว่า 2-3 ล้านบาท) ในต่างจังหวัดยอดขายชะลอตัวลงอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้ซื้อยื่นขอสินเชื่อบ้านไม่ผ่าน (Bank Rejection Rate สูงเกิน 40-50%)
- อัตราการโอนและปล่อยเช่า หากการท่องเที่ยวคึกคัก ตลาดเช่าระยะยาว และสั้น จะสร้างผลตอบแทนได้ดี ดึงดูดนักลงทุนไทยและต่างชาติเข้ามาซื้อคอนโดมิเนียม

o **ธุรกิจโรงแรม**:

- ผลกระทบชั่วคราว : อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) และราคาห้องพักเฉลี่ย (ADR) ย่อตัวลงตามฤดูกาล โดยเฉพาะกลุ่มที่พึ่งพานักท่องเที่ยว
- ต้นทุนที่กระทบ Margins: แม้รายได้จะลดลงชั่วคราว แต่โรงแรมยังแบกรับต้นทุนคงที่ (Fixed Costs) เช่นค่าแรงและค่าพลังงาน ทำให้สภาพคล่องของโรงแรมขนาดกลาง-เล็กชะลอตัวในไตรมาส
- รายได้และสภาพคล่อง ฟื้นตัวตามจำนวนนักท่องเที่ยว
- ภาคการเกษตรกระทบโรงแรมต่างจังหวัด / สัมมนาตัวแทนจำหน่ายสินค้าเกษตร
- นอกจากนี้ราคาพืชผักทางการเกษตร กระทบ ต้นทุน F & B ของห้องอาหาร งานจัดเลี้ยง และอาหารเช้าของโรงแรมพุ่งสูงขึ้นทันที

- เมื่อรายได้ภาคเกษตรดี ประชาชนในต่างจังหวัดจะมีเงินสะพัดและเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคมากขึ้นช่วยเพิ่มอัตราการเข้าพักของโรงแรมในช่วงวันหยุด

ภาพรวมการแข่งขันของธุรกิจที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานใน 3 ธุรกิจหลักของบริษัทฯ :-

ธุรกิจโรงแรมจะมีการแข่งขันด้านราคาและอัตราการเข้าพัก และโครงการโรงแรมเปิดใหม่ที่เข้าสู่ตลาดในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งรวมถึงทั้งโรงแรมที่สร้างขึ้นใหม่ โดยโรงแรมเปิดใหม่มักใช้ราคาเปิดตัวที่ต่ำกว่าปกติเพื่อดึงดูดลูกค้า ทำให้โรงแรมเดิมในพื้นที่ต้องปรับราคาตามเพื่อรักษาฐานลูกค้า นอกจากนี้การแย่งชิงบุคลากร เกิดการดึงตัวพนักงานบริการพ่อครัวและทีมบริหารที่มีประสบการณ์ ทำให้ต้นทุนค่าแรงและการฝึกอบรมพนักงานสูงขึ้นและกระทบการบริหารงานในภาพรวม การแข่งขันและภาวะอุตสาหกรรมในอนาคตจะทำให้ต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น เช่น ค่าแรงขั้นต่ำ ค่าพลังงาน (ค่าไฟ) และต้นทุนวัตถุดิบอาหาร ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิลดลง นอกจากนี้ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจโลก สถานการณ์และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ และการแย่งชิงบุคลากรในสายการบริการยังมีผลกระทบต่อเนื่องบังคับให้บริษัทฯที่ดำเนินงาน ต้องจ่ายค่าตอบแทนสูงขึ้น

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จะมีการแข่งขันและแรงกดดัน ในเรื่องของส่วนลดและของแถม เจ้าของธุรกิจโครงการใหญ่จัดโปรโมชั่นฟรีค่าใช้จ่ายวันโอน ส่วนลดเงินสด หรือแถมเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อเร่งการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ยังกระทบในเรื่องของทำเลที่ดินในการก่อสร้าง เนื่องจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ จะมีการแข่งขันแย่งชิงที่ดินและทำเล ทำให้ต้นทุนพัฒนาโครงการสูงขึ้น การแข่งขันและภาวะอุตสาหกรรมในอนาคต ความได้เปรียบของผู้พัฒนารายใหญ่ ครองส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น เนื่องจากมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่า มีสายป่านยาว และเข้าถึงที่ดินทำเลศักยภาพได้มากกว่า ขณะที่รายกลาง-เล็กเสี่ยงต่อปัญหาการหมุนเวียนกระแสเงินสด และจะมีการไปแข่งขันในตลาดบน (Luxury & Ultra-Luxury Segment) เนื่องจากตลาดระดับล่าง-กลาง (ราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท) มีอัตราการปฏิเสธสินเชื่อ สูงถึง 40-50% ผู้ประกอบการจึงหันไปแย่งชิงกลุ่มลูกค้ารายได้สูงและมีความต้องการซื้อ ที่สถาบันการเงินอนุมัติสินเชื่อง่าย ส่งผลให้เริ่มเกิดภาวะการแข่งขันในกลุ่มบ้านหรูและคอนโดมิเนียมระดับพรีเมียม

ธุรกิจเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จะมีการแข่งขันด้านอัตราดอกเบี้ยและโปรโมชั่น การตัดราคาดอกเบี้ยเช่าซื้อ เพื่อชิงฐานลูกค้ารายใหม่ และภาระหนี้ครัวเรือนและคุณภาพสินเชื่อในสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวกดดันความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้ารายย่อย ทำให้การแข่งขันเปลี่ยนจากการหาลูกค้าใหม่ไปสู่การแย่งชิงลูกค้าเกรด A หรือลูกค้าที่มีประวัติการชำระหนี้ที่มีคุณภาพดีการแข่งขันและแนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมในอนาคต เช่น การบุกตลาดของ Direct Brand (แบรนด์ผู้ผลิตลงมารุกเอง) แบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างชาติ เข้ามาเปิดบริการเช่า/ผ่อนโดยตรงกับผู้บริโภค ไม่ผ่านตัวกลางไฟแนนซ์ ทำให้ได้เปรียบเรื่องการจัดทำโปรโมชั่นและการให้บริการดูแลหลังการขายครบวงจร และการแข่งขันด้านราคาจากสินค้าจีน (Price War & Market Penetration) เครื่องใช้ไฟฟ้าจีนทะลักเข้ามาในตลาดจำนวนมากด้วยราคาระดับแมส ส่งผลให้ค่างวด/เงินดาวน์ที่ผู้บริโภคต้องจ่ายต่อเดือนต่ำลง ผู้ให้บริการเช่าซื้อจำเป็นต้องปรับพอร์ตไปเน้นสินค้านวัตกรรม สินค้าประหยัดไฟ หรือสินค้าอัจฉริยะ (Smart Appliances)เพื่อดึง Margin

สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

เดือนกรกฎาคม

- ในช่วงเดือน มีนาคม - กันยายน 2569 คอนโดมิเนียมโครงการ The Panora Estuaria Pattaya ได้มีการก่อสร้างเสร็จแล้ว ทางบริษัทฯ เร่งดำเนินการโอนกรรมสิทธิ์คอนโดมิเนียมให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ห้องชุดมีทั้งหมด 270 ยูนิต โอนกรรมสิทธ์ ไปแล้ว 113 ยูนิต และมีลูกค้ารอโอนกรรมสิทธิ์ 88 ยูนิต ห้องว่างรอการขาย 69 ยูนิต โดยมียอดโอนกรรมสิทธิ์คิดเป็น 42 % ของจำนวนห้องชุดทั้งหมด

- ในช่วงเดือน มกราคม - กันยายน 2569 เพื่อเป็นการเร่งยอดการขายใหม่ และสนับสนุนการขายโครงการ **The Panora Pattaya** ของบริษัทย่อย จึงได้มีโครงการจัดทำโปรโมชั่นการรันตีผลตอบแทนค่าเช่าคอนโดรายเดือนเป็นระยะเวลา 3 ปี โดยเริ่มนับจากวันที่ลูกค้าโอนกรรมสิทธิ์ เพื่อให้มีทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ต้องการลงทุน ซึ่งจะเป็นโอกาสในการปิดการขายมากยิ่งขึ้น ทำให้โปรโมชั่นนี้ได้ผลตอบรับอย่างดี

เดือนกันยายน

- เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2569 บริษัท ไมด้า แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) ได้รับหุ้นปันผลและเงินสดจากบริษัทย่อย

- เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2569 บริษัทไมด้า แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ได้มีมติประชุมคณะกรรมการ ครั้งที่ 18/2569 ให้นำเสนอต่อที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2569 เพื่อพิจารณาการออกและเสนอขายหุ้นกู้แปลงสภาพของบริษัทให้แก่ผู้ลงทุนโดยเฉพาะเจาะจง การเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท การแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิ การจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อรองรับการใช้สิทธิแปลงสภาพของหุ้นกู้แปลงสภาพที่ออกและเสนอขายให้แก่ผู้ลงทุนโดยเฉพาะเจาะจง การให้บริษัทนำเงินส่วนหนึ่งที่ได้รับจากการออกและเสนอขายหุ้นกู้แปลงสภาพเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ไมด้า ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน) และวันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิเข้าร่วมประชุม (Record Date)

- เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2569 ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการ บริษัท ไมด้า แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ครั้งที่ 21/2569 ได้มีมติอนุมัติให้ ยกเลิก การกำหนดวันประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 และมีมติอนุมัติให้ ยกเลิก วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิเข้าร่วมประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 (Record Date) เนื่องจากบริษัทมีความประสงค์จะทบทวนรายละเอียดของแผนการระดมทุนและการออกหุ้นกู้แปลงสภาพ เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปอย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท รวมทั้งให้ผู้ถือหุ้นได้รับข้อมูลที่เป็นปัจจุบันในการประกอบพิจารณา

สรุปผลการดำเนินงาน

งบกำไรขาดทุน	สำหรับ 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน				สำหรับ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน			
	ไตรมาส 3/2569	ไตรมาส 3/2568	เปลี่ยนแปลง		ปี 2569	ปี 2568	เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	ร้อยละ (%)	ล้านบาท	ล้านบาท	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	ร้อยละ (%)
รายได้#								
รายได้จากการขายสินค้า	38.39	35.66	2.73	7.66%	119.30	114.66	4.64	4.05%
รายได้ดอกผลจากสัญญาเช่าซื้อ	131.44	138.41	(6.97)	(5.04%)	398.78	433.52	(34.74)	(8.01%)
รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์	480.10	97.43	382.67	392.76%	1,557.77	260.18	1,297.59	498.73%
รายได้จากกิจการโรงแรม	123.05	118.67	4.38	3.69%	431.17	443.48	(12.31)	(2.78%)
รายได้จากการให้เช่า	4.46	3.96	0.50	12.63%	12.67	11.74	0.93	7.92%
รายได้ค่านายหน้าและบริการอื่น	29.74	98.51	(68.77)	(69.81%)	82.39	158.68	(76.29)	(48.08%)
รายได้อื่น	50.51	48.01	2.50	5.21%	135.98	152.30	(16.32)	(10.72%)
รวมรายได้	**857.69**	**540.65**	**317.04**	**58.64%**	**2,738.06**	**1,574.56**	**1,163.50**	**73.89%**
ค่าใช้จ่าย								
ต้นทุนขายขายสินค้า	25.74	21.84	3.90	17.86%	75.04	71.30	3.74	5.25%
ต้นทุนขายอสังหาริมทรัพย์	259.65	60.87	198.78	326.56%	835.78	164.58	671.20	407.83%
ต้นทุนค่าบริการจากกิจการโรงแรม	87.04	82.18	4.86	5.91%	263.18	251.06	12.12	4.83%
ต้นทุนบริการ	25.77	301.84	(276.07)	(91.46%)	70.35	349.12	(278.77)	(79.85%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	132.34	68.34	64.00	93.65%	421.60	171.78	249.82	145.43%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	246.58	240.54	6.04	2.51%	773.94	722.00	51.94	7.19%
รวมค่าใช้จ่าย	**777.12**	**775.61**	**1.51**	**0.19%**	**2,439.89**	**1,729.84**	**710.05**	**41.05%**
กำไรจากการดำเนินงาน	**80.57**	**(234.96)**	**315.53**	**134.29%**	**298.17**	**(155.28)**	**453.45**	**292.02%**
ต้นทุนทางการเงิน	(68.01)	(77.58)	9.57	12.34%	(210.28)	(230.89)	20.61	8.93%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	**12.56**	**(312.54)**	**325.10**	**104.02%**	**87.89**	**(386.17)**	**474.06**	**122.76%**
ภาษีเงินได้	(10.01)	(1.07)	(8.94)	(835.51%)	(24.59)	1.88	(26.47)	N/A
กำไรสุทธิสำหรับปี	**2.55**	**(313.61)**	**316.16**	**100.81%**	**63.30**	**(384.29)**	**447.59**	**116.47%**

กำไรสุทธิตามงบการเงินรวมสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 มีจำนวน 2.55 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น จำนวน 316.16 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการฟื้นตัวร้อยละ 100.81 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2568 ที่มีผลขาดทุนสุทธิจำนวน 313.61 ล้านบาท

และกำไรสุทธิตามงบการเงินรวมสำหรับรอบ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 มีจำนวน 63.30 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น จำนวน 447.59 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการฟื้นตัวร้อยละ 116.47 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2568 ที่มีผลขาดทุนสุทธิจำนวน 384.29 ล้านบาท

รายได้จากการขาย

รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 480.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 382.67 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 392.76 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่มีรายได้จำนวน 97.43 ล้านบาท เป็นผลมาจากการโอนกรรมสิทธิ์คอนโดมิเนียมในโครงการ The Panora Estuaria Pattaya

รายได้ค่านายหน้าและบริการอื่นสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 29.74 ล้านบาท ลดลง 68.77 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 69.81 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่มีรายได้จำนวน 98.51 ล้านบาท สาเหตุหลักเนื่องจากในเดือน สิงหาคม 2568 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้จัดเทศกาลงานดนตรี (ขณะที่ไตรมาส 3 ปี 2569 ไม่มีการจัดงานดังกล่าว)#

สำหรับรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 1,557.77 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,297.59 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 498.73 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่มีรายได้จำนวน 260.18 ล้านบาท เป็นผลมาจากการโอนกรรมสิทธิ์คอนโดมิเนียมในโครงการ The Panora Estuaria Pattaya จำนวน 113 ยูนิต คิดเป็น ร้อยละ 42 ของจำนวนห้องชุดทั้งหมด

และรายได้ค่านายหน้าและบริการอื่นสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 82.39 ล้านบาท ลดลง 76.29 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48.08 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่มีรายได้จำนวน 158.68 ล้านบาท สาเหตุหลักเนื่องจากในเดือน สิงหาคม 2568 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้จัดเทศกาลงานดนตรี (ขณะที่ไตรมาส 3 ปี 2569 ไม่มีการจัดงานดังกล่าว)

#

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

บริษัทมีต้นทุนขายอสังหาริมทรัพย์สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 259.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 198.78 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 326.56 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่มีต้นทุนขายอสังหาริมทรัพย์จำนวน 60.87 ล้านบาท ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์

สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีต้นทุนขายอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 835.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 671.20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 407.83 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่มีต้นทุนขายอสังหาริมทรัพย์จำนวน 164.58 ล้านบาท

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 ส่งผลให้บริษัทมีกำไรขั้นต้นจำนวน 273.08 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 40.68 เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2568 และสำหรับงวด 9 เดือนสิ้นสุด ณ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีกำไรขั้นต้นจำนวน 946.28 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 43.20 เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2568

ค่าใช้จ่ายในการขาย

ค่าใช้จ่ายในการขายสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 132.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 64.00 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 93.65 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่มีค่าใช้จ่ายในการขาย จำนวน 68.34 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นเป็นไปตามทิศทางของรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ที่เติบโตขึ้น

และค่าใช้จ่ายในการขายสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 421.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 249.82 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 145.43 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่มีค่าใช้จ่ายในการขาย จำนวน 171.78 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นเป็นไปตามทิศทางของรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ที่เติบโตขึ้นเช่นเดียวกัน

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 246.58 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จำนวน 6.04 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.51 เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน ที่มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร จำนวน 240.54 ล้านบาท

และค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 773.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จำนวน 51.94 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.19 เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน ที่มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร จำนวน 722.00 ล้านบาท

โดยสาเหตุหลักเกิดจากบริษัทย่อยได้ตั้งสำรองค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 9 (TFRS 9) เพิ่มขึ้นเนื่องจากภาพรวมคุณภาพสินเชื่อของลูกหนี้เช่าซื้อและเงินกู้ยืมกิจการอื่นของบริษัทย่อยที่มีสัดส่วนสินเชื่อด้วยคุณภาพ (NPL) เพิ่มขึ้น

ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนการเงินสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 68.01 ล้านบาท ลดลง จำนวน 9.57 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.34 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่มีต้นทุนทางการเงิน จำนวน 77.58 ล้านบาท

สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 210.28 ล้านบาท ลดลง จำนวน 20.61 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.93 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่มีต้นทุนทางการเงิน จำนวน 230.89 ล้านบาท

ทั้งนี้การลดลงดังกล่าวเป็นผลมาจากการชำระคืนเงินกู้ยืมสถาบันการเงินและหุ้นกู้ตามกำหนดเวลาชำระคืน

สรุปฐานะทางการเงิน

รายการ(ล้านบาท)	30-ก.ย.-69	31-ธ.ค.-68	เปลี่ยนแปลง	ร้อยละ
สินทรัพย์หมุนเวียน	5,121.55	5,556.10	(434.55)	(7.82%)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	5,952.14	6,196.26	(244.12)	(3.94%)
รวมทรัพย์สิน	11,073.69	11,752.36	(678.67)	(5.77%)
หนี้สินหมุนเวียน	5,906.84	6,352.78	(445.94)	(7.02%)
หนี้สินไม่หมุนเวียน	920.96	1,118.06	(197.10)	(17.63%)
รวมหนี้สิน	6,827.80	7,470.84	(643.04)	(8.61%)
ส่วนของเจ้าของบริษัท	3,071.98	2,987.17	84.81	2.84%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อย	1,173.91	1,294.34	(120.43)	(9.30%)
รวมส่วนของเจ้าของ	4,245.89	4,281.51	(35.62)	(0.83%)

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวมจำนวน 11,073.69 ล้านบาท ลดลง 678.67 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.77 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่มีสินทรัพย์รวม 11,752.36 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของต้นทุนพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากการโอนกรรมสิทธิ์คอนโดมิเนียมในโครงการ The Panora Estuaria Pattaya

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทและบริษัทย่อยมีหนี้สินรวมจำนวน 6,827.80 ล้านบาท ลดลง 643.04 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.61 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่มีหนี้สินรวมจำนวน 7,470.84 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการชำระคืนเงินกู้ยืมสถาบันการเงินและหุ้นกู้ตามกำหนดเวลาชำระคืน

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทและบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมจำนวน 4,245.89 ล้านบาท ลดลง 35.62 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.83 เมื่อเปรียบเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่มีจำนวน 4,281.51 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อย

กระแสเงินสด

รายการ (ล้านบาท)	สิ้นสุด ณ 30 กันยายน 2569	สิ้นสุด ณ 30 กันยายน 2568
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน	1,037.80	(355.42)
กระแสเงินสดจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน	31.75	(63.48)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	(848.09)	352.48
เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	230.24	(75.06)
เงินสดปลายงวด	396.81	150.08

สำหรับงวด 30 กันยายน 2569 บริษัทมีกระแสเงินสดได้มาจากการดำเนินงานจำนวน 1,037.80 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2568 มีเงินสดใช้ไปจำนวน 355.42 ล้านบาท ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการโอนกรรมสิทธิ์คอนโดมิเนียม

ในขณะที่กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน จำนวน 31.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2568 มีเงินสดใช้ไปจากกิจการลงทุน จำนวน 63.48 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักมาจาก ปี 2568 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ลงทุนในการก่อสร้างอาคารโรงงานและก่อสร้างแล้วเสร็จในปี 2569

สำหรับกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน จำนวน 848.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2568 มีเงินสดได้มาได้มาจากการจัดหาเงิน จำนวน 352.48 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักมาจากการจ่ายชำระเงินกู้ยืมระยะยาวจำนวน 701.03 ล้านบาท และชำระคืนหุ้นกู้ตามกำหนดเวลาจำนวน 130.50 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วน	สิ้นสุด ณ 30 กันยายน 2569	สิ้นสุด ณ 30 กันยายน 2568	หน่วย
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	3.49	(1.81)	ร้อยละ
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	0.87	0.87	เท่า
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของเจ้าของ (D/E)	1.61	1.74	เท่า
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (ICR)	1.97	(0.18)	เท่า

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์(ROA) ของบริษัทเท่ากับร้อยละ 3.49 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ (EBIT) ที่เพิ่มขึ้น จากการโอนกรรมสิทธิ์คอนโดมิเนียมในโครงการ The Panora Estuaria Pattaya

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio) ของบริษัทอยู่ที่ 0.87 เท่า โดยไม่เปลี่ยนแปลงจากงวดเดียวกันของปี 2568

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ของบริษัทอยู่ที่ 1.61 เท่า ปรับตัวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของยอดคงค้างเงินกู้ยืมสถาบันการเงินและเงินกู้ยืมอื่น เป็นผลจากการชำระคืนหนี้ตามกำหนดเวลา

อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (ICR)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (ICR) ของบริษัทอยู่ที่ 1.97 เท่า ปรับตัวเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษีเงินได้ และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) เพิ่มขึ้น ส่งผลให้บริษัทมีความสามารถในการชำระภาระดอกเบี้ยดีขึ้นตามไปด้วย

ปัจจัยหลักที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

ฝ่ายบริหารและกลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตของธุรกิจในอนาคต โดยยังมีมุมมองในเชิงบวก ในด้านเศรษฐกิจ และการเมืองในประเทศ ที่มีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคตซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจในประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากธุรกิจของบริษัทมุ่งเน้นการขายเช่าซื้อให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรายย่อยระดับกลางถึงระดับล่างที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ โดยบริษัทได้มีการควบคุมคุณภาพในการปล่อยสินเชื่อและขยายสินเชื่อ การรักษาคุณภาพของการให้บริการ และการบริหารแหล่งเงินทุนและสภาพคล่อง ตลอดจนความสามารถในการบริหารธุรกิจใหม่ให้สามารถสร้างรายได้ตามแผนงาน

สำหรับธุรกิจขายเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ปัจจัยสำคัญต่อการเติบโต ได้แก่ ความสามารถในการขยายสินเชื่อใหม่ควบคู่กับการรักษาคุณภาพลูกหนี้ และการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทมุ่งเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ รวดเร็ว และพัฒนาการในเรื่องของช่องทางการขาย บริษัทได้ปรับเปลี่ยนพื้นที่การขายของสาขาที่มีรัศมีพื้นที่การขายทับซ้อนและลดค่าใช้จ่ายของแต่ละสาขาที่ไม่จำเป็นลง และมีการปรับโครงสร้างต้นทุนสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าบางประเภทใหม่ การสรรหาผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีต้นทุนต่ำลง และปรับกลยุทธ์การขายของทีมขายอย่างต่อเนื่อง

พัฒนาการด้านความยั่งยืน

บริษัท ไมด้า แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน เพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยมีพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ โดยมุ่งเน้นความสะดวก รวดเร็ว และมาตรฐานการให้บริการที่ดีควบคู่กับการบริหารจัดการคุณภาพสินค้าและสินเชื่ออย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานด้านสังคม (Social)

บริษัทให้ความสำคัญในการดูแลพนักงานและการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม โดยมุ่งเน้นส่งเสริมคุณภาพชีวิต สุขภาพ ความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน การกำหนดค่าแรงที่เป็นธรรม การสนับสนุนรูปแบบการทำงานที่เหมาะสม รวมถึงการส่งเสริมความหลากหลาย ความเสมอภาค และการมีส่วนร่วมของพนักงาน นอกจากนี้บริษัทยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การบริจาคสิ่งของ เพื่อร่วมสร้างประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม

การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

บริษัทมีระบบการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยมีการติดตามและเก็บข้อมูลการใช้พลังงานไฟฟ้าหลังจากมีการติดตั้งโซล่าเซลล์ การใช้น้ำ และการบริหารจัดการขยะเป็นรายเดือนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อควบคุมประสิทธิภาพการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการประหยัดพลังงานภายในองค์กร

บริษัทยังคงยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ภายใต้หลักธรรมาภิบาล โดยให้ความสำคัญทางสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งขององค์กรและสนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับขีดความสามารถของบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพและสนับสนุนการพัฒนาสู่ความยั่งยืนในระยะยาว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ
บริษัท ไมด้า แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน)

นางสาวรุ่งระวี เอี่ยมพงษ์ไพฑูรย์
ประธานเจ้าหน้าที่สายงานการเงิน และเลขานุการบริษัท