

วันที่ 8 พฤษภาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

บริษัท เรดดี้แพลนเน็ต จำกัด (มหาชน) ขอนำส่งคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ
ประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 ตามรายละเอียดดังแนบ

ขอแสดงความนับถือ

- ลายเซ็น -

นายทรงยศ คັນธมานนท์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



Readyplanet Public Company Limited

51 Major Tower Rama 9 - Ramkumhang 17th Floor Unit 1701-1706
Rama 9 Road, Huamak, Bangkok, Bangkok 10240 Thailand



Tel : 02-016-6789
Fax : 02-016-6901



E-mail : info@readyplanet.com
Website : www.readyplanet.com

บริษัท เรดดี้แพลนเน็ต จำกัด (มหาชน)
 รายงานคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ
 สำหรับไตรมาสสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

1. สรุปผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 ปี 2569

หน่วย : ล้านบาท

งบการเงินรวม	ไตรมาสที่ 1 ปี 2569	เทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ)			เทียบกับปีก่อน (YoY)		
		ไตรมาสที่ 4 ปี 2568	เปลี่ยนแปลง	ร้อยละ	ไตรมาสที่ 1 ปี 2568	เปลี่ยนแปลง	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการ	50.60	50.75	-0.15	0	50.97	-0.37	-1
กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย	7.74	7.35	0.39	5	10.26	-2.52	-25
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) ของบริษัทรวม	-1.48	18.90	-20.38	-108	-	-1.48	n/a
กำไรสุทธิสำหรับงวด	6.26	26.25	-19.99	-76	10.26	-4.00	-39

บริษัท บริษัทย่อยและบริษัทรวม รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัท” มีผลการดำเนินงานตามงบการเงินรวม สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2569 ดังนี้

- กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการให้บริการเท่ากับ 50.60 ล้านบาท ลดลงเพียงเล็กน้อย 0.15 ล้านบาท จากไตรมาสก่อน (QoQ) และเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568 (YoY) ลดลง 0.37 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1 โดยรายได้จากกลุ่มแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบ All-in-One ยังคงรักษาอัตราการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่รายได้กลุ่มแพลตฟอร์มการจองโรงแรมโดยตรง (Hotel Direct Booking Platform) ปรับตัวลดลงตามสถานะตลาดท่องเที่ยวชะลอตัว โดยเป็นผลจากกำลังซื้อในประเทศและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่
- กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย เท่ากับ 7.74 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.36 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5 จากไตรมาสก่อน (QoQ) โดยมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลงเนื่องจากในไตรมาสก่อนมีการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ และเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568 (YoY) ลดลง 2.52 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 24 โดยมีสาเหตุหลักจากต้นทุนค่าบริการและค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการลงทุนเพื่อสร้างการเติบโตของรายได้



ประจำ (Recurring Revenue) ในอนาคต โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาและขยายผลิตภัณฑ์ต่างๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับขีดความสามารถของแพลตฟอร์ม Readyplanet All-in-One รวมถึงการขยายทีมขายแบบ 2-Tier Sales Team ช่วยให้กระบวนการขายมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและมีประสิทธิภาพสูงขึ้น นอกจากนี้กลุ่มบริษัทยังมีค่าใช้จ่ายพิเศษของไตรมาสนี้ 0.70 ล้านบาท สำหรับจัดงานอีเวนต์ Marketing Tech และค่าที่ปรึกษาประเมินมูลค่ากิจการจากการเข้าซื้อบริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด (บริษัทร่วม)

- กลุ่มบริษัทรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม จำนวน 1.48 ล้านบาท ลดลงจากผลกำไรในไตรมาสก่อน (QoQ) 20.38 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 108 เนื่องจากในไตรมาสก่อนกลุ่มบริษัทรับรู้กำไรจากการต่อราคาซื้อเงินลงทุนในบริษัทร่วม ณ วันที่เข้าทำรายการ คือวันที่ 31 ตุลาคม 2568 เท่ากับ 21.12 ล้านบาท และขาดทุนจากผลประกอบการของบริษัทร่วมในเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม ปี 2568 เท่ากับ 2.21 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักของส่วนแบ่งขาดทุนในบริษัทร่วมในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มาจากผลกระทบโดยตรงจากปัจจัยลบด้านภูมิรัฐศาสตร์และความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้ลูกค้าบางส่วนชะลอการตัดสินใจใช้งบประมาณด้าน Digital Marketing ในช่วงปลายปี 2568 มาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) และไตรมาสก่อน (QoQ) ผลขาดทุนของบริษัทร่วมลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยลดลงร้อยละ 57 และ 55 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากการที่บริษัทร่วมสามารถบริหารจัดการต้นทุนและควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้บริษัทร่วมมีสภาพคล่องทางการเงินที่มั่นคงและมีเงินทุนหมุนเวียนในระดับที่สูงสำหรับการดำเนินธุรกิจ และไม่มีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยกับสถาบันการเงิน กลุ่มบริษัทยังคงเดินหน้ากลยุทธ์เชิงรุกด้วยการเร่งสร้าง Synergy ภายในเครือ เพื่อเพิ่มโอกาสในการทำ Cross-Selling และขยายฐานรายได้ใหม่ๆ อันจะนำไปสู่การเติบโตที่แข็งแกร่งและยั่งยืนในอนาคต
- กำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทสำหรับงวดเท่ากับ 6.26 ล้านบาท ลดลง 19.99 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 76 จากไตรมาสก่อน (QoQ) และเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568 (YoY) ลดลง 4.00 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 39 จากเหตุผลที่กล่าวไว้ข้างต้น



2. พัฒนาการและกลยุทธ์ที่สำคัญ

บริษัทและบริษัทย่อย (บริษัทฯ) ประกอบธุรกิจเป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบรวมเป็นหนึ่งเดียว (All-in-One Sales and Marketing Platform) ที่ครอบคลุมด้านเว็บไซต์ (Website), โฆษณาออนไลน์ (Online Advertising), ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management - CRM) และระบบจองโรงแรมโดยตรง (Hotel Direct Booking) โดยให้บริการผ่านแพลตฟอร์มที่บริษัทฯ เป็นผู้พัฒนาขึ้นเองพร้อมทีมงานผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษา

พัฒนาการและกลยุทธ์ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องมีดังนี้

1. การขยายฐานลูกค้าใหม่ (New Customer Acquisition)

บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการขยายฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ ผ่านการขยายทีมขาย และการจัดโครงสร้างทีมขายแบบ 2 Tiers การทำการตลาดที่เน้นทั้งการสร้าง Brand Awareness และ การขายลูกค้าใหม่ รวมทั้งการพัฒนาฟีเจอร์ใหม่บนแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มคุณค่าของบริการ โดยมีความคืบหน้าที่สำคัญ ดังนี้

การนำ AI มาเสริมประสิทธิภาพกระบวนการขาย บริษัทได้นำ AI มาใช้ในการคัดกรอง Leads และเตรียมข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าเป้าหมาย ทำให้ทีมขายสามารถนำเสนอบริการได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย และเพิ่มความแม่นยำของกระบวนการขาย

การสร้างการรับรู้แบรนด์ผ่าน Readyplanet Shift การพัฒนาคอนเทนต์ผ่าน YouTube Channel “Readyplanet Shift” ช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์ในวงกว้าง และเป็นช่องทางต่อยอดผู้สนใจให้เข้าสู่หลักสูตรอบรมของบริษัท ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการในที่สุด

2. การผสมผสานเทคโนโลยี AI เข้ากับธุรกิจ (AI Integration)

บริษัทมุ่งเน้นการนำ AI มาประยุกต์ใช้ทั้งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการปรับปรุงกระบวนการทำงานภายใน โดยมีความคืบหน้าที่สำคัญ ดังนี้

การพัฒนา R-Service ด้วย AI-Assisted Development R-Service เป็นแอปพลิเคชันใหม่บน Readyplanet All-in-One Platform สำหรับงานบริการหลังการขาย ทำให้ลูกค้าสามารถใช้ระบบ CRM ได้ครบวงจรตั้งแต่การขายจนถึงการบริการหลังการขาย บริษัทได้นำ AI มาใช้ตลอดวงจรการพัฒนา ตั้งแต่การออกแบบ การจัดทำต้นแบบ จนถึงการเขียนโปรแกรม ส่งผลให้ใช้เวลาในการพัฒนาเพียง



ประมาณหนึ่งในสามของรูปแบบเดิม โดยทีมพัฒนายังคงควบคุมดูแลคุณภาพ เสถียรภาพ และความปลอดภัยของระบบอย่างเคร่งครัด

การปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในด้วย AI Workflow และ AI Agents บริษัทนำ AI Workflow และ AI Agents มาใช้ในระบบงานภายในอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ทีมงานเดิมทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถบริหารอัตรากำลังคนได้อย่างเหมาะสม ช่วยลดความจำเป็นในการเพิ่มจำนวนพนักงานตามปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น



Readyplanet Public Company Limited

51 Major Tower Rama 9 - Ramkumhang 17th Floor Unit 1701-1706
Rama 9 Road, Huamak, Bangkok 10240 Thailand



Tel : 02-016-6789

Fax : 02-016-6901



E-mail : info@readyplanet.com

Website : www.readyplanet.com

3. วิเคราะห์ผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 1 ปี 2569

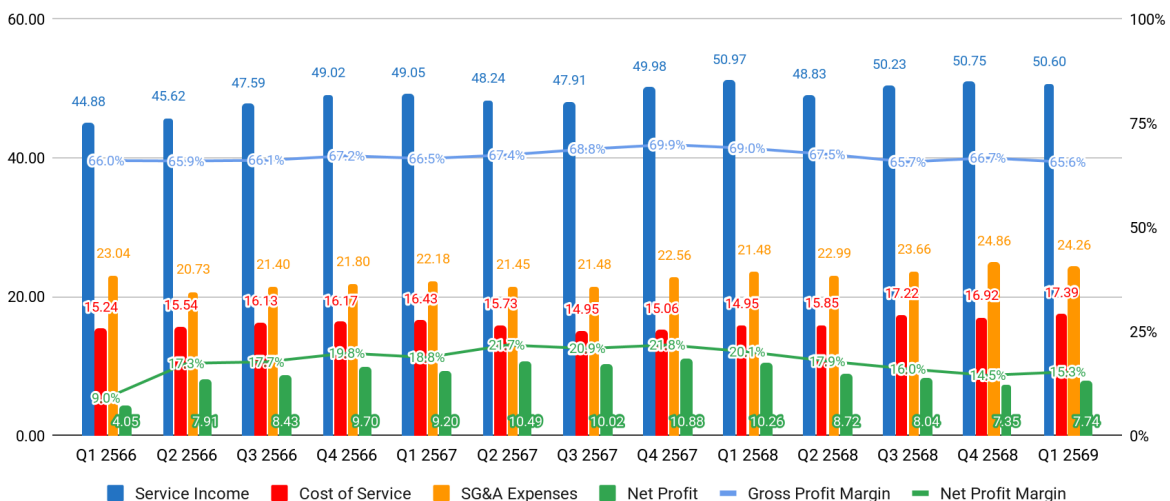
งบกำไรขาดทุนสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ วันที่ 31 มีนาคม 2569

หน่วย: ล้านบาท

รายการในงบกำไรขาดทุน	งวดสามเดือน				ผลต่าง QoQ		งวดสามเดือน		ผลต่าง YoY	
	Q1 2569	ร้อยละ	Q4 2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	Q1 2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการ	50.60	100	50.75	100	(0.15)	0	50.97	100	(0.37)	-1
รายได้อื่น	0.24	0	0.11	0	0.13	118	0.11	0	0.13	118
รวมรายได้	50.84	100	50.86	100	(0.02)	0	51.08	100	(0.24)	0
ต้นทุนการให้บริการ	17.39	34	16.92	33	0.47	3	15.80	31	1.59	10
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	9.93	20	9.10	18	0.83	9	8.70	17	1.23	14
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	14.33	28	15.75	31	(1.42)	-9	14.85	29	(0.52)	-4
รวมค่าใช้จ่าย	41.65	82	41.77	82	(0.12)	0	39.35	77	2.30	6
รายได้ทางการเงิน	0.37	1	0.48	1	(0.11)	-23	0.96	2	(0.59)	-61
ต้นทุนทางการเงิน	0.08	0	0.08	0	(0.00)	0	0.10	0	(0.02)	-20
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1.74	3	2.14	4	(0.40)	-19	2.32	5	(0.58)	-25
กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย	7.74	15	7.35	14	0.39	5	10.26	20	(2.52)	-25
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน) ของบริษัทร่วม	(1.48)	-3	18.90	37	(20.38)	-108	0.00	0	(1.48)	n/a
กำไรสำหรับงวด	6.26	12	26.25	52	(19.99)	-76	10.26	20	(4.00)	-39

รายได้ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และกำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อยรายไตรมาส แสดงดังกราฟ

หน่วย: ล้านบาท



Readyplanet Public Company Limited

51 Major Tower Rama 9 - Ramkumhang 17th Floor Unit 1701-1706
Rama 9 Road, Huamak, Bangkok, Bangkok 10240 Thailand



Tel : 02-016-6789

Fax : 02-016-6901



E-mail : info@readyplanet.com

Website : www.readyplanet.com

การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้จากการให้บริการสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569

หน่วย: ล้านบาท

รายได้จากการให้บริการ	งวดสามเดือน				ผลต่าง QoQ		งวดสามเดือน		ผลต่าง YoY	
	Q1 2569	ร้อยละ	Q4 2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	Q1 2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
แพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัล	44.75	88	45.03	89	-0.28	-1	44.38	87	0.37	1
แพลตฟอร์มการจองโรงแรม	5.85	12	5.73	11	0.12	2	6.59	13	-0.74	-11
รวมรายได้จากการให้บริการ	50.60	100	50.75	100	-0.15	0	50.97	100	-0.37	-1

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการให้บริการเท่ากับ 50.60 ล้านบาท ลดลง 0.37 ล้านบาท หรือร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน (YoY) และปรับตัวลดลงเล็กน้อย 0.15 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2568 (QoQ) โดยแบ่งการวิเคราะห์รายได้ดังนี้

- รายได้จากกลุ่มแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบ All-in-One ยังคงรักษาอัตราการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยทำได้รายได้ 44.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน (YoY) คิดเป็นร้อยละ 1 โดยได้รับอานิสงค์การที่กลุ่มบริษัทสามารถหารายได้ประจำ (Recurring Revenue) จากลูกค้าใหม่ (New MRR) ในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2568 ที่กลับมาเพิ่มสูงมากเป็นสถิติ New High และเริ่มทยอยรับรู้เป็นรายได้ในไตรมาสนี้ โดยปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตมาจากอานิสสงค์ความต้องการโซลูชัน AI-Powered Digital Marketing ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงความสำเร็จในการขยายฐานรายได้ผ่านหลักสูตรอบรมเชิงกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคปัญญาประดิษฐ์
- รายได้จากกลุ่มแพลตฟอร์มการจองโรงแรมโดยตรง (Hotel Direct Booking Platform) ในไตรมาสนี้ ยังเติบโตไม่เป็นไปตามเป้าหมายไว้ คือทำได้รายได้ 5.85 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนคิดเป็นร้อยละ 11 (YoY) เนื่องจากผลกระทบจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเดินทางของผู้บริโภคตามทิศทางนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรองของภาครัฐในปี 2569 ส่งผลให้ปริมาณการจองผ่านแพลตฟอร์มในพื้นที่เศรษฐกิจหลักลดลงกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

กลุ่มบริษัทยังคงมีรายได้หลักมาจากการให้บริการแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบ All-in-One โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 88 ของรายได้จากการให้บริการทั้งหมด ขณะที่กลุ่มแพลตฟอร์ม Hotel Direct Booking มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 12 โดยสัดส่วนรายได้ Recurring Revenue ในไตรมาส 1 ปี 2569 เป็นร้อยละ 89 ของรายได้ทั้งหมด ทั้งนี้บริษัทยังคงมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านการขายและขยายทีมขายเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าในกลุ่มที่สร้าง Recurring Revenue โดยเฉพาะรายได้ประจำใหม่ (New MRR) ควบคู่กับการบริหารรายได้ทั้งในส่วน Recurring และ Non-Recurring ให้มีความสมดุล



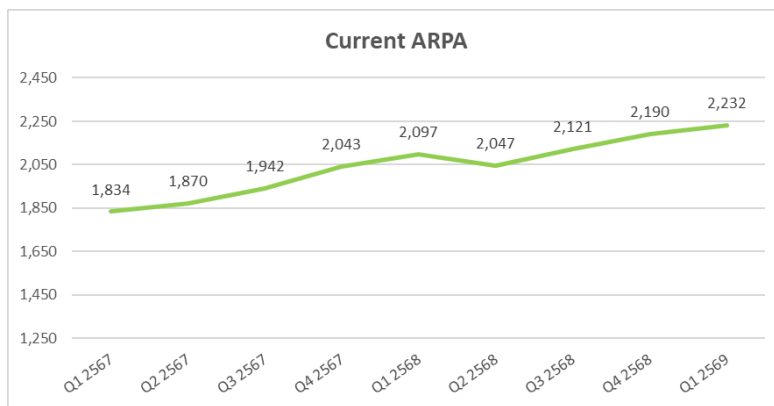
การวิเคราะห์รายได้ประจำใหม่ (New MRR) และรายได้เฉลี่ยต่อลูกค้า (Current ARPA)

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทและบริษัทย่อยยังคงสามารถสร้างรายได้ประจำใหม่ได้อย่างต่อเนื่องจากเมื่อช่วงปลายปี 2568 โดยเริ่มชะลอตัวในเดือน มีค จากสถานการณ์ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจในประเทศ โดยมีรายได้ประจำใหม่ (New MRR) เท่ากับ 1.36 ล้านบาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อลูกค้าใหม่ (New ARPA) อยู่ที่ 7,796 บาท คิดเป็นจำนวนลูกค้าใหม่โดยประมาณ 174 ราย

ในขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อลูกค้า (Current ARPA) ในปัจจุบันอยู่ที่ 2,232 บาท ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังภาพต่อไปนี้

ภาพแสดงรายได้เฉลี่ยของลูกค้าปัจจุบัน (Current ARPA) ในแต่ละไตรมาส

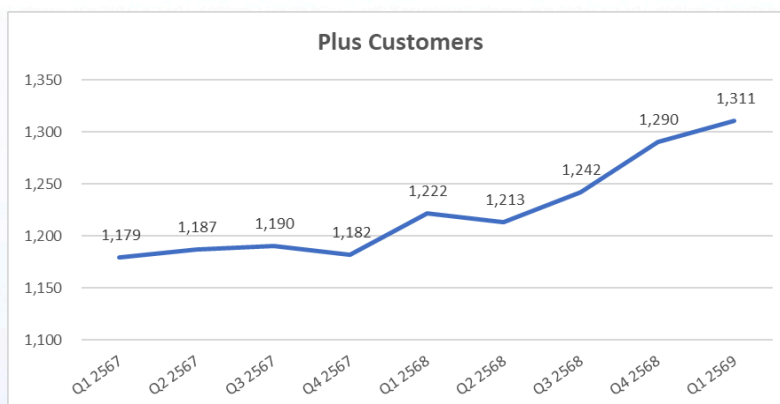
หน่วย : บาท



ปัจจุบันบริษัทให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มที่จ่ายค่าบริการให้บริษัท (MRR) ตั้งแต่ 2,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป หรือเรียกว่ากลุ่มลูกค้าพลัส (Plus Customers) โดยบริษัทมีจำนวนลูกค้าพลัส 1,311 ราย สำหรับลูกค้าที่จ่ายค่าบริการให้บริษัท (MRR) น้อยกว่า 2,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป หรือเรียกว่ากลุ่มลูกค้าสตาร์ทเตอร์ (Starter Customers) นั้น บริษัทมีจำนวน 5,450 ราย บริษัทมุ่งเน้นขยายฐานกลุ่มลูกค้าพลัส (Plus Customers) ดังกล่าวได้ผลลัพธ์ที่ดี โดยมีรายละเอียดดังภาพต่อไปนี้

ภาพแสดงจำนวนกลุ่มลูกค้าพลัส (Plus Customers) ในแต่ละไตรมาส

หน่วย : ราย



Readyplanet Public Company Limited

51 Major Tower Rama 9 - Ramkumhang 17th Floor Unit 1701-1706
Rama 9 Road, Huamak, Bangkok, Bangkok 10240 Thailand



Tel : 02-016-6789

Fax : 02-016-6901



E-mail : info@readyplanet.com

Website : www.readyplanet.com

การวิเคราะห์เปรียบเทียบกำไรขั้นต้น

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัท มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 33.21 ล้านบาท ลดลง 1.96 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.57 และมีอัตรากำไรขั้นต้นคิดเป็นร้อยละ 65.6 ลดลงจากร้อยละ 69.0 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- ต้นทุนค่าบริการที่เพิ่มสูงขึ้น 1.59 ล้านบาท โดยสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการลงทุนเพื่อพัฒนาระบบ AI Automation และการพัฒนาและขยายผลิตภัณฑ์ต่างๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับขีดความสามารถของแพลตฟอร์ม Readyplanet All-in-One
- รายได้จากกลุ่มแพลตฟอร์มการจองโรงแรมโดยตรง (Hotel Direct Booking Platform) ที่ลดลง 0.74 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ตามที่เหตุผลที่ได้อธิบายไว้ก่อนหน้านี้

การวิเคราะห์เปรียบเทียบกำไรสุทธิ

ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัท มีผลกำไรสุทธิเท่ากับ 6.26 ล้านบาท ลดลง 4.00 ล้านบาท หรือร้อยละ 39 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน และมีอัตรากำไรสุทธิคิดเป็นร้อยละ 12 ลดลงจากช่วงเดียวกันปีก่อนที่มีอัตรากำไรสุทธิคิดเป็นร้อยละ 20 โดยมีปัจจัยดังนี้

- กำไรของบริษัทและบริษัทย่อย เท่ากับ 7.74 ล้านบาท ลดลง 2.52 ล้านบาท หรือร้อยละ 25 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยมีสาเหตุมาจากกำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัทที่ลดลง และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขาย 1.23 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14 จากการขยายทีมขายแบบ 2-Tier Sales Team ที่ทำมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่กลางปี 2568 นอกจากนั้นกลุ่มบริษัทยังมีค่าใช้จ่ายพิเศษของไตรมาสนี้ 0.70 ล้านบาท สำหรับจัดงานอีเวนต์ Marketing Tech และค่าที่ปรึกษาประเมินมูลค่ากิจการเพื่อการเข้าซื้อบริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด (บริษัทร่วม)
- กลุ่มบริษัทรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนของบริษัทร่วม สำหรับงวดนี้เท่ากับ 1.48 ล้านบาท ซึ่งเริ่มรับรู้ส่วนแบ่งกำไรขาดทุนของบริษัทร่วม มาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2568 จากการเข้าลงทุนในบริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2568 โดยสาเหตุหลักมาปัจจัยลบด้านภูมิรัฐศาสตร์และความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้ลูกค้าในกลุ่ม Digital Marketing Agency ปรับลดเพดานการใช้จ่าย (Spending) และชะลอการตัดสินใจซึ่งกระทบต่อปริมาณคำสั่งซื้อในช่วงปลายปี 2568 ถึงต้นปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทร่วมยังมีผลขาดทุนจากการดำเนินงาน ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 อนึ่งกลุ่มบริษัทอยู่ระหว่างการสร้าง Synergy เชิงกลยุทธ์ร่วมกัน เพื่อเพิ่มโอกาสในการ Cross-Selling และต่อยอดธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน



4. คำอธิบายและการวิเคราะห์งบแสดงฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัท มีสินทรัพย์รวม 418.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 13.62 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลดลง 24.49 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลงทุนในเงินฝากประจำธนาคารที่มีอายุครบกำหนดเกินกว่า 3 เดือน ซึ่งถูกจัดประเภทแสดงเป็นสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่นจำนวน 33.84 ล้านบาท โดยเมื่อพิจารณารวมกันจะพบว่ากลุ่มบริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด รวมถึงสินทรัพย์ทางการเงินอื่นเพิ่มขึ้น 9.18 ล้านบาท อันเป็นผลมาจากกระแสเงินสดได้มาจากการดำเนินงานในระหว่างงวด
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 3.33 ล้านบาท โดยลูกหนี้การค้าที่เพิ่มส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้ที่ยังไม่ครบกำหนดชำระ และกลุ่มบริษัทไม่มีลูกหนี้ค้างชำระเกิน 6 เดือน สะท้อนถึงคุณภาพการติดตามจัดเก็บและลูกหนี้การค้าของกลุ่มบริษัทที่อยู่ในเกณฑ์ที่มีคุณภาพ
- สินทรัพย์หมุนเวียนอื่นลดลง 0.93 ล้านบาท จากการจัดประเภทภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่ายรอขอคืนเกิน 1 ปี ไปเป็นสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นจำนวน 1.80 ล้านบาท โดยในระหว่างงวดกลุ่มบริษัทมีภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่ายเพิ่มขึ้น 0.87 ล้านบาท
- สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นนอกจากค่าความนิยมเพิ่มขึ้น 2.58 ล้านบาท จากการบันทึกต้นทุนการพัฒนาแพลตฟอร์ม Readyplanet All-in-One ในระหว่างงวด ตามกลยุทธ์การพัฒนาและขยายผลิตภัณฑ์และการให้บริการต่างๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับขีดความสามารถของแพลตฟอร์ม
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current ratio) อยู่ที่ 1.44 เท่า ใกล้เคียงกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 แสดงถึงการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและสภาพคล่องที่มีประสิทธิภาพ

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทมีหนี้สินรวม 174.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 7.37 ล้านบาท สาเหตุมาจาก

- หนี้สินที่เกิดจากสัญญา เพิ่มขึ้น 6.26 ล้านบาท จากค่าบริการรับล่วงหน้าจากลูกค้าประเภทจ่ายล่วงหน้า (Prepaid) และทยอยตัดรับรู้รายได้ตามระยะเวลาการให้บริการ
- เงินรับแทนค่าโฆษณา เพิ่มขึ้น 2.03 ล้านบาท จากการให้บริการบริหารจัดการค่าโฆษณาออนไลน์ ซึ่งลูกค้าจะชำระเงินผ่านบริษัทซึ่งเป็นตัวแทนชำระต่อให้กับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มต่างประเทศ



- ประมวลผลการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานและภาษีเงินได้ค้างจ่ายเพิ่มขึ้นรวม 1.40 ล้านบาท
- การเพิ่มขึ้นของรายการหนี้สินดังกล่าวหักลบกับการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น และหนี้สินตามสัญญาเช่ารวม 2.54 ล้านบาท จากการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าเช่าในระหว่างงวด
- ปัจจุบันกลุ่มบริษัทไม่มีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยกับทางสถาบันทางการเงินและมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio) อยู่ที่ 0.71 เท่า แสดงถึงโครงสร้างเงินทุนของกลุ่มบริษัทที่ยังแข็งแกร่งและศักยภาพในการขยายธุรกิจต่อไปในอนาคต

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 244.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 6.25 ล้านบาท เป็นผลมาจากกลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิในระหว่างงวด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 ให้จ่ายเงินปันผลประจำปี 2568 เป็นเงินสดเพิ่มอีก หุ้นละ 0.15 บาท ในช่วงเดือนพฤษภาคม รวมทั้งสิ้น 18.00 ล้านบาท

งบกระแสเงินสด

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ทั้งสิ้น 122.91 ล้านบาท ลดลง 24.49 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ทั้งนี้เป็นผลมาจาก

- กระแสเงินสดได้มาจากกิจกรรมการดำเนินงานเท่ากับ 16.82 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่มาจากกำไรจากการดำเนินงานในระหว่างงวด รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าบริการรับล่วงหน้าจากลูกค้าและเงินรับแทนค่าโฆษณา
- กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการลงทุน จำนวน 40.70 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักมาจากการลงทุนในเงินฝากประจำธนาคารที่มีอายุมากกว่า 3 เดือน จำนวน 33.67 ล้านบาท และการลงทุนในการพัฒนาสินทรัพย์ไม่มีตัวตนจำนวน 6.95 ล้านบาท
- กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน 0.62 ล้านบาท จากการจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าและดอกเบี้ยในระหว่างงวด

ทั้งนี้เมื่อรวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด กับเงินฝากประจำธนาคารที่มีอายุเกิน 3 เดือน (สินทรัพย์ทางการเงินอื่น) ของกลุ่มบริษัทจะพบว่ามี的增加ขึ้น 9.18 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568



5. มุมมองผู้บริหารหรือปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานในอนาคต

- 1) บริษัทและบริษัทย่อยได้มีการปรับกลยุทธ์การขายและขยายทีมขาย ในการหาลูกค้าใหม่มาตั้งแต่ปี 2568 เป็นแบบ 2-Tier Sales Team ประกอบด้วยทีม Lead Generation Sales ที่ทำหน้าที่สร้างและคัดกรองโอกาสทางการขาย และทีม Product Sales ที่รับผิดชอบการนำเสนอและปิดการขาย ด้วยกลยุทธ์นี้ บริษัทสามารถขยายฐานกลุ่มลูกค้าพลัส (Plus Customers) ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อลูกค้า (ARPA) มากกว่า 2,000 บาทได้อย่างดี ดังแสดงในภาพข้างต้น และบริษัทฯ สามารถสร้างรายได้ประจำใหม่ (New MRR) ได้สูงสุดเป็นประวัติการณ์ในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 และสร้าง New MRR ได้ต่อเนื่องมาในเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ปี 2569

อย่างไรก็ตามในเดือนมีนาคม 2569 มีสถานการณ์ความไม่สงบในตะวันออกกลางที่ทวีความรุนแรงขึ้นและส่งผลกระทบต่อราคาพลังงานในประเทศที่ปรับตัวสูงขึ้น กดดันให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายชะลอการตัดสินใจซื้อ จึงไม่สามารถทำ New MRR ได้เท่ากับไตรมาสก่อนหน้า ในขณะเดียวกันฐานลูกค้าปัจจุบันบางรายในกลุ่มมอสังหาริมทรัพย์ได้ปรับลดงบประมาณการใช้สื่อโฆษณาออนไลน์ลง ซึ่งส่งผลให้รายได้ของบริษัทจากลูกค้าบางรายที่คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ตามยอดโฆษณา ลดลง

สำหรับเดือนเมษายน 2569 บริษัทฯ เห็นสัญญาณการฟื้นตัวภายหลังสถานการณ์ทางภูมิรัฐศาสตร์เริ่มคลี่คลายและการปรับตัวของภาคธุรกิจต่อต้นทุนพลังงาน ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ตัดสินใจใช้บริการ โดย New MRR ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนมีนาคมจนเข้าสู่ระดับใกล้เคียงกับช่วงเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง และคาดการณ์ว่าหากสถานะเศรษฐกิจเอื้ออำนวย บริษัทฯ จะสามารถรักษาแรงขับเคลื่อน (Momentum) ของการเติบโตได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

- 2) บริษัทและบริษัทย่อยตั้งเป้าหมาย การเติบโตของรายได้รวมในปี 2569 อยู่ที่ 12%
- 3) บริษัทและบริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด (บริษัทร่วม) อยู่ระหว่างการดำเนินการตามแผนการสร้าง Synergy ร่วมกันในด้านต่างๆ เช่นการ Cross-Selling และ การแลกเปลี่ยนความรู้ และทักษะด้าน Digital Technology ต่างๆ เช่น Software Development, IT infrastructure และด้าน AI ซึ่งกลุ่มบริษัทคาดว่าจะการดำเนินการดังกล่าวจะเริ่มส่งผลอย่างชัดเจนต่อการดำเนินงานประมาณกลางปี 2569 นี้เป็น ต้นไป

