

การวิเคราะห์
คำอธิบายของฝ่ายจัดการ

MD&A

สำหรับไตรมาส 1 ปี 2569



FINANCIAL PERFORMANCE

ผลการดำเนินงานทางการเงิน
ที่สำคัญ



BUSINESS OVERVIEW

ภาพรวมการประกอบธุรกิจ
และแนวโน้ม



STRATEGY & OUTLOOK

กลยุทธ์ในการสร้างการเติบโต
อย่างยั่งยืน

บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)



COLLABORATE
AS ONE TEAM



INNOVATE
FOR THE FUTURE



GROW
SUSTAINABLY

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ (MD&A)

เหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ เดินหน้าลงทุนโครงสร้างพื้นฐานในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในระยะยาว โดยมีการย้าย Hub ส่วนกลางไปยังคลังสินค้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการจัดเก็บสินค้าและการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ พร้อมทั้งขยายพื้นที่ Hub ภาคใต้ เพื่อรองรับปริมาณงานและการกระจายสินค้าที่เพิ่มขึ้นในพื้นที่ภาคใต้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการต่อเติมและขยายพื้นที่สำนักงาน รวมถึงห้องประชุม เพื่อรองรับจำนวนบุคลากรที่เพิ่มขึ้นและสนับสนุนการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

การลงทุนดังกล่าวถือเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานให้พร้อมรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการคลังสินค้า ระบบโลจิสติกส์ และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งจะสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจทั้งในด้านบริการและธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าในระยะยาว

01 ขยายพื้นที่ Hub ภาคใต้



ขยายพื้นที่ Hub ภาคใต้ให้ใหญ่ขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับสินค้า และเพิ่มความสามารถในการกระจายสินค้าทั่วประเทศ

02 ขยายพื้นที่สำนักงาน และห้องประชุม



ขยายพื้นที่สำนักงานและห้องประชุม รองรับจำนวนบุคลากรที่เพิ่มขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ และการทำงานร่วมกัน

03 ย้าย Hub ส่วนกลาง ไปยังพื้นที่ขนาดใหญ่ขึ้น



ย้าย Hub ส่วนกลางไปยังพื้นที่ขนาดใหญ่ขึ้น เพิ่มความจุคลังสินค้าและพื้นที่การดำเนินงาน เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ Logistics รองรับการค้าเติบโตของธุรกิจในอนาคต

สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในไตรมาสที่ 1 ปี 2569



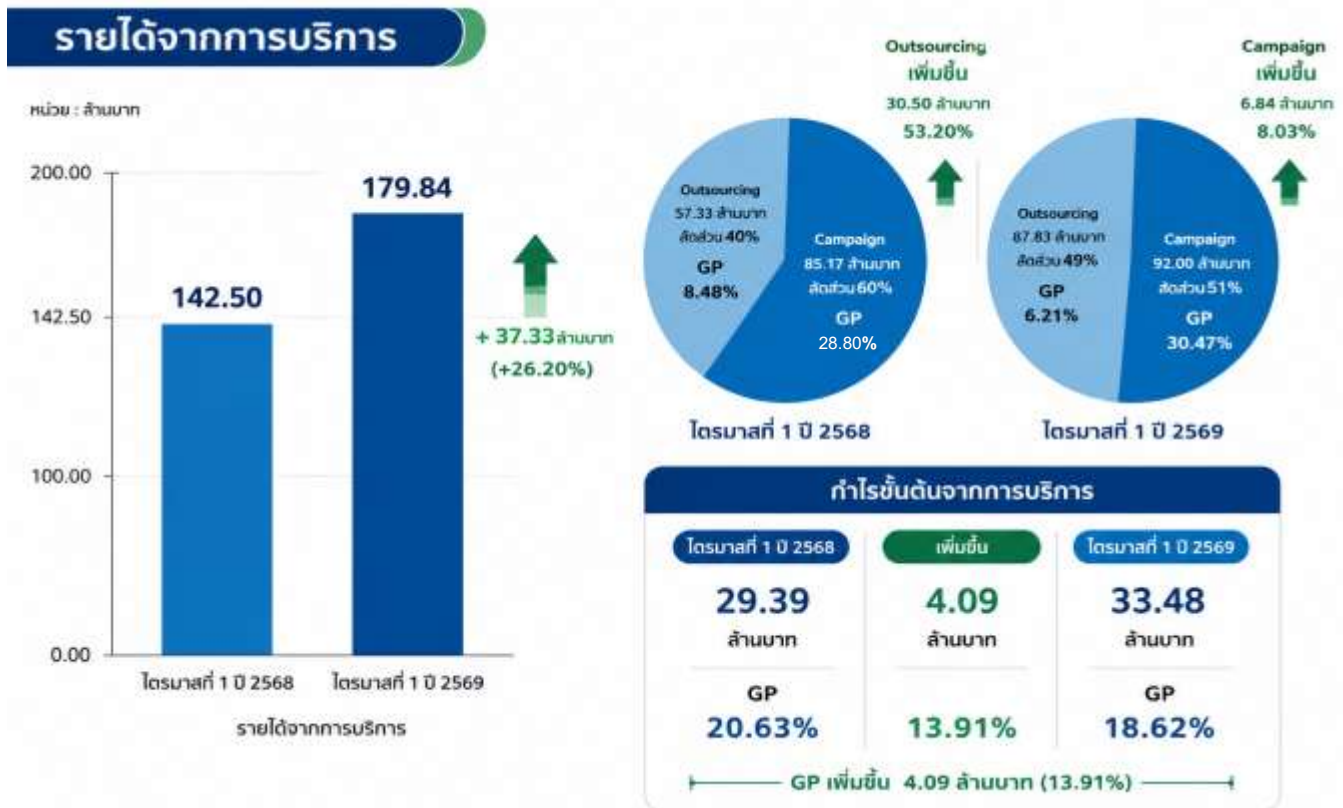
บริษัทฯ มีรายได้รวมสำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2569 จำนวน 239.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีรายได้รวม 183.52 ล้านบาท จำนวน 55.50 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเติบโตร้อยละ 30.24 สะท้อนถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจหลักของบริษัทฯ ทั้งในส่วนของธุรกิจบริการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Activation) และธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า

การเติบโตของรายได้ มาจากการเพิ่มขึ้นของของทุกส่วนงานจากกิจกรรมส่งเสริมการตลาดจากกลุ่มลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ รวมถึงการขยายการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังช่องทาง Traditional Trade ได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ในส่วนของกำไรขั้นต้น (Gross Profit) บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 44.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีกำไรขั้นต้นจำนวน 37.18 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 7.15 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.23 อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้น ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 20.26 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 มาอยู่ที่ร้อยละ 18.55 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นกลยุทธ์การเติบโตผ่านการขยายฐานลูกค้า การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการบริหารต้นทุนอย่างเหมาะสม เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนและเสริมสร้างความสามารถในการทำกำไรในระยะยาวต่อไป

วิเคราะห์รายได้ตามลักษณะการดำเนินธุรกิจ



บริษัทฯ มีรายได้จากการบริการสำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2569 จำนวน 179.84 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีรายได้จากการบริการจำนวน 142.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 37.33 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเติบโตร้อยละ 26.20 สะท้อนถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจบริการหลักของบริษัท

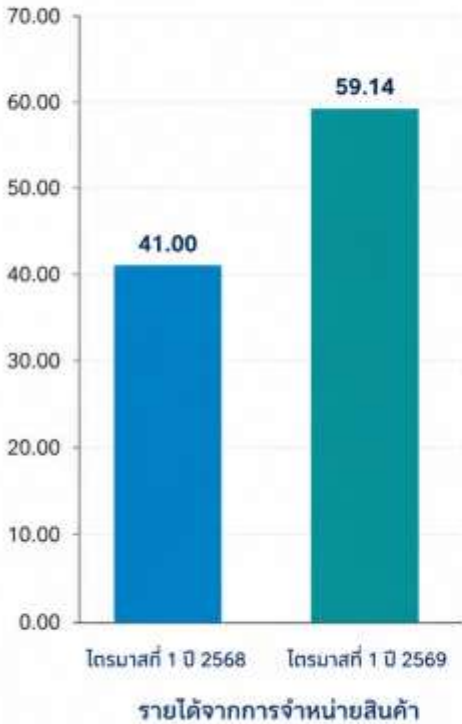
เมื่อพิจารณาโครงสร้างรายได้จากการบริการ พบว่าในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 รายได้จากธุรกิจ Outsourcing มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 49 ของรายได้จากการบริการทั้งหมด จากเดิมร้อยละ 40 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นจำนวน 30.50 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 53.20 ขณะที่รายได้จากธุรกิจ Campaign เพิ่มขึ้นจำนวน 6.84 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.03

ในส่วนของการกำไรขั้นต้นจากการบริการ บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 33.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีกำไรขั้นต้นจำนวน 29.39 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 4.09 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.91

อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นจากการบริการ (Service Gross Profit Margin) ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 20.63 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 มาอยู่ที่ร้อยละ 18.62 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักจากการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนรายได้ที่เพิ่มขึ้นในธุรกิจ Outsourcing ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าธุรกิจ Campaign รวมถึงต้นทุนด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการบริหารต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการเติบโตของรายได้และรักษาความสามารถในการทำกำไรในระยะยาวต่อไป

หน่วย : ล้านบาท



44.24%



รายได้เพิ่มขึ้น
18.14
ล้านบาท

รายได้จากการจำหน่ายสินค้า

กำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายสินค้า

ไตรมาสที่ 1 ปี 2568

7.79

ล้านบาท

GP
19.00%

ไตรมาสที่ 1 ปี 2569

10.85

ล้านบาท

GP
18.35%

เพิ่มขึ้น 3.06 ล้านบาท
39.31%

บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 จำนวน 59.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีรายได้จำนวน 41.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 18.14 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเติบโตร้อยละ 44.24 สะท้อนถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า และการขยายฐานลูกค้าในช่องทาง Traditional Trade ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

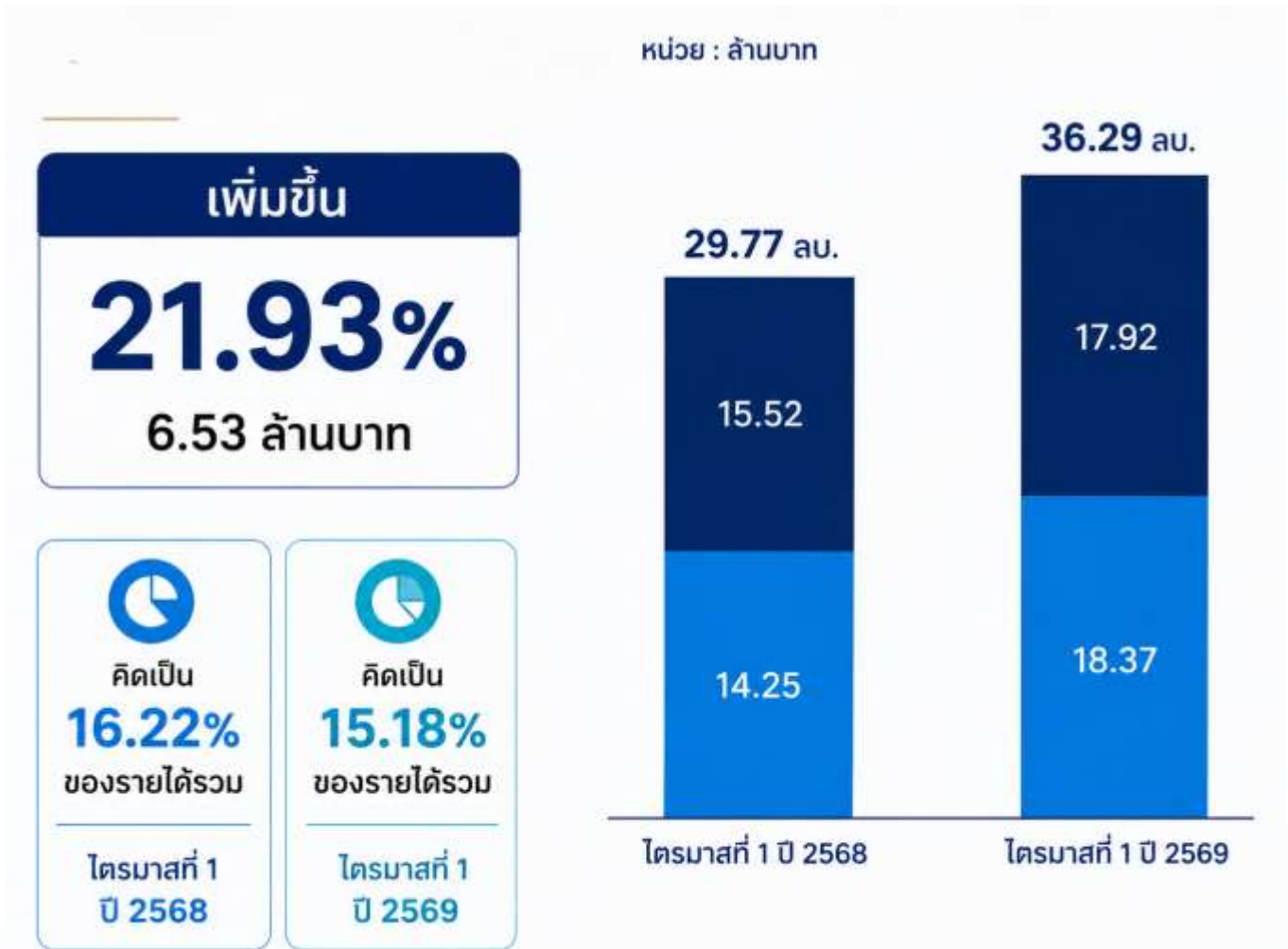
การเติบโตดังกล่าวมีปัจจัยสนับสนุนจากการเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย การขยายพื้นที่การกระจายสินค้า รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และการเข้าถึงร้านค้าในหลายภูมิภาค ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มยอดขายสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของกำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายสินค้า บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 10.85 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีกำไรขั้นต้นจำนวน 7.79 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 3.06 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.31

อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายสินค้า ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 19.00 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 มาอยู่ที่ร้อยละ 18.35 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการบริหารต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้าและระบบกระจายสินค้า รวมถึงการขยายฐานลูกค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสนับสนุนการเติบโตของรายได้และเสริมสร้างความสามารถในการทำกำไรอย่างยั่งยืนในระยะยาวต่อไป

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร



บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2569 จำนวน 36.29 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีจำนวน 29.77 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 6.53 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.93

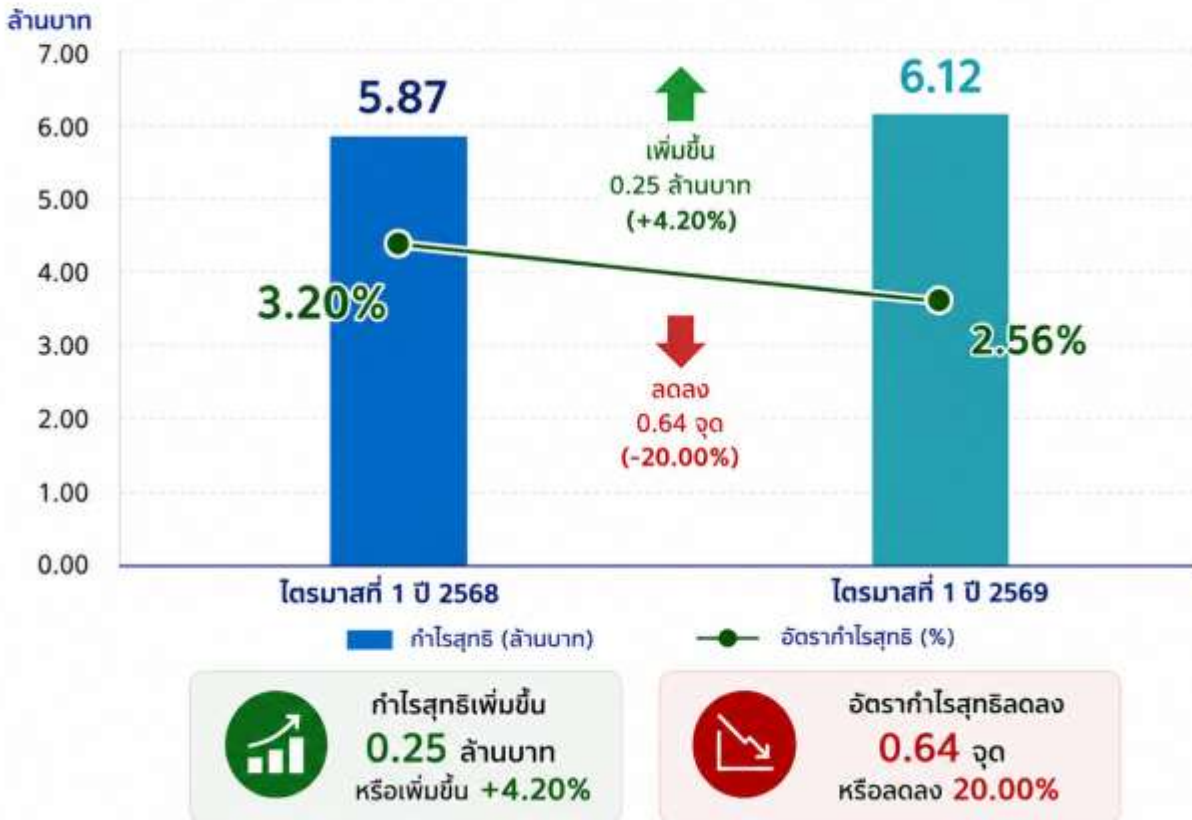
การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายดังกล่าว สอดคล้องกับการขยายตัวของรายได้และการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขยายทีมปฏิบัติการ การเพิ่มบุคลากรด้านสนับสนุนการขาย การลงทุนด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขยายโครงสร้างพื้นฐานและศูนย์กระจายสินค้าเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต

เมื่อพิจารณาโครงสร้างค่าใช้จ่าย พบว่าค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจาก 15.52 ล้านบาท ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เป็น 17.92 ล้านบาท ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นจาก 14.25 ล้านบาท เป็น 18.37 ล้านบาท ตามการขยายตัวของธุรกิจและกิจกรรมทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจะเพิ่มขึ้น แต่เมื่อเทียบกับรายได้รวม บริษัทฯ สามารถบริหารสัดส่วนค่าใช้จ่าย SG&A ต่อรายได้รวมให้ลดลงจากร้อยละ 16.22 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 มาอยู่ที่ร้อยละ 15.18 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 สะท้อนถึงการบริหารต้นทุนและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงเริ่มเห็นผลจากการเกิด Operating Leverage จากการเติบโตของรายได้ที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย : ล้านบาท



บริษัทฯ มีกำไรสุทธิสำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2569 จำนวน 6.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีกำไรสุทธิจำนวน 5.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 0.25 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเติบโตร้อยละ 4.20 สะท้อนถึงการเติบโตของผลการดำเนินงานโดยรวมจากการขยายตัวของรายได้ทั้งธุรกิจบริการและธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า

อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรสุทธิปรับตัวลดลงจากร้อยละ 3.20 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 มาอยู่ที่ร้อยละ 2.56 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร รวมถึงต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ อาทิ การขยายโครงสร้างพื้นฐาน การเพิ่มบุคลากร และการพัฒนาระบบสนับสนุนการดำเนินงาน

ทั้งนี้ บริษัทฯ มองว่าค่าใช้จ่ายและการลงทุนดังกล่าวเป็นการลงทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างศักยภาพในการเติบโตในระยะยาว โดยเมื่อรายได้และปริมาณงานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ คาดว่าจะสามารถบริหารต้นทุนคงที่ได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเกิด Operating Leverage ซึ่งจะช่วยสนับสนุนความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

จุดเด่นทางการเงิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์หมุนเวียนรวมจำนวน 371.92 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ซึ่งมีจำนวน 347.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 24.01 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.90 สะท้อนถึงการเติบโตของการดำเนินธุรกิจและการบริหารสภาพคล่องเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ รายการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญประกอบด้วย

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้นจาก 47.36 ล้านบาท เป็น 68.13 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจำนวน 20.77 ล้านบาท สะท้อนถึงกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานและการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นลดลงจาก 213.13 ล้านบาท เหลือ 194.41 ล้านบาท ลดลงจำนวน 18.72 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.78 สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการติดตามและบริหารจัดการหนี้ที่ดีขึ้น
- รายได้ค้างรับเพิ่มขึ้นจาก 34.04 ล้านบาท เป็น 49.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 15.19 ล้านบาท สอดคล้องกับปริมาณงานและรายได้ที่เพิ่มขึ้นในช่วงปลายไตรมาส
- สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นจาก 44.41 ล้านบาท เป็น 54.49 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 10.08 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.70 เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าและการเพิ่มความพร้อมในการกระจายสินค้าไปยังช่องทางทางการขายต่าง ๆ

โดยรวม บริษัทฯ ยังคงมีโครงสร้างสินทรัพย์ที่แข็งแกร่ง และมีสภาพคล่องเพียงพอรองรับการดำเนินงานและแผนการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 142.27 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 115.01 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 จำนวน 27.26 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.70 โดยหลักมาจากหนี้สินหมุนเวียนที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ การจัดซื้อสินค้า และปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น รวมถึงเงินรับล่วงหน้าจากลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มรายได้ในอนาคตที่ดีขึ้น

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมีโครงสร้างทางการเงินที่แข็งแกร่ง โดยมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) อยู่ที่ประมาณ 0.44 เท่า สะท้อนถึงระดับหนี้สินที่เหมาะสมและความสามารถในการรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคตได้อย่างมั่นคง

วิเคราะห์สภาพคล่อง

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์หมุนเวียนจำนวน 371.92 ล้านบาท เทียบกับหนี้สินหมุนเวียนจำนวน 130.25 ล้านบาท ส่งผลให้อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio) อยู่ที่ประมาณ 2.86 เท่า สะท้อนถึงสภาพคล่องทางการเงินที่แข็งแกร่ง และมีความสามารถเพียงพอในการชำระหนี้สินระยะสั้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้นจากช่วงสิ้นปีที่ผ่านมา สะท้อนถึงการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ รองรับการแข่งขันของธุรกิจและการลงทุนในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

วิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า



บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีการประเมินผลความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาพัฒนามาตรฐานการดำเนินงานในทุกด้าน

ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงทุกประเภทบริการ โดยบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัลได้รับคะแนนสูงสุดที่ร้อยละ 92.11 สะท้อนถึงความสามารถในการบริหารจัดการกิจกรรมและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขณะที่บริการจัดส่งสินค้าและบรรจุภัณฑ์ได้รับคะแนนร้อยละ 88.25 บริการจัดเรียงสินค้าได้รับคะแนนร้อยละ 87.03 และบริการพนักงานแนะนำสินค้าได้รับคะแนนร้อยละ 86.92 สะท้อนถึงคุณภาพการให้บริการ การบริหารจัดการ และศักยภาพของทีมปฏิบัติงาน

ผลการประเมินดังกล่าวสะท้อนถึงความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อบริษัทฯ และบริษัทฯ ยังคงมุ่งพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าและสนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจในระยะยาวต่อไป