การวิเคราะห์
คำอธิบายของฝ่ายจัดการ
MD&A

สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569

FINANCIAL PERFORMANCE
ผลการดำเนินงานทางการเงิน
ที่สำคัญ

BUSINESS OVERVIEW
ภาพรวมการประกอบธุรกิจ
และแนวโน้ม

STRATEGY & OUTLOOK
กลยุทธ์ในการสร้างการเติบโต
อย่างยั่งยืน

บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กชั่นส์ เอเซีย จำกัด (มหาชน)

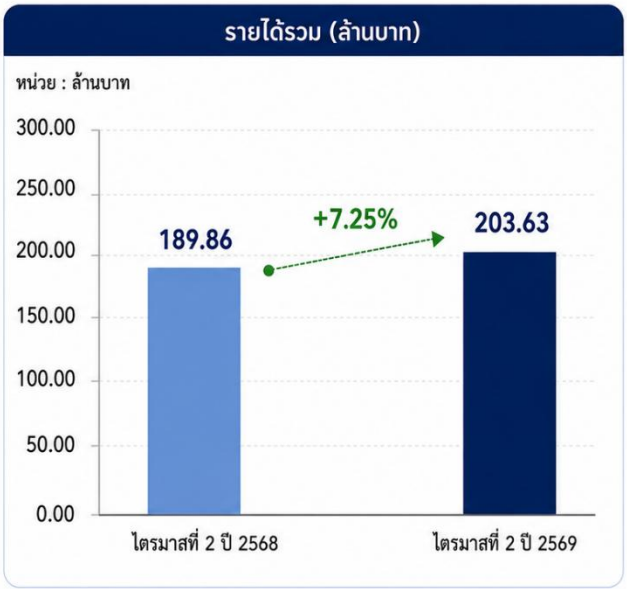
COLLABORATE AS ONE TEAM | INNOVATE FOR THE FUTURE | GROW SUSTAINABLY

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ (MD&A)

เหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

ในเดือนพฤษภาคม ปี 2569 บริษัท ฯ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบรนด์ Sand M ซึ่งเป็นการขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์ของธุรกิจจัดจำหน่าย เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและเสริมศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คาดว่าจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของรายได้และสร้างโอกาสทางธุรกิจในระยะยาว

สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในไตรมาสที่ 2 ปี 2569



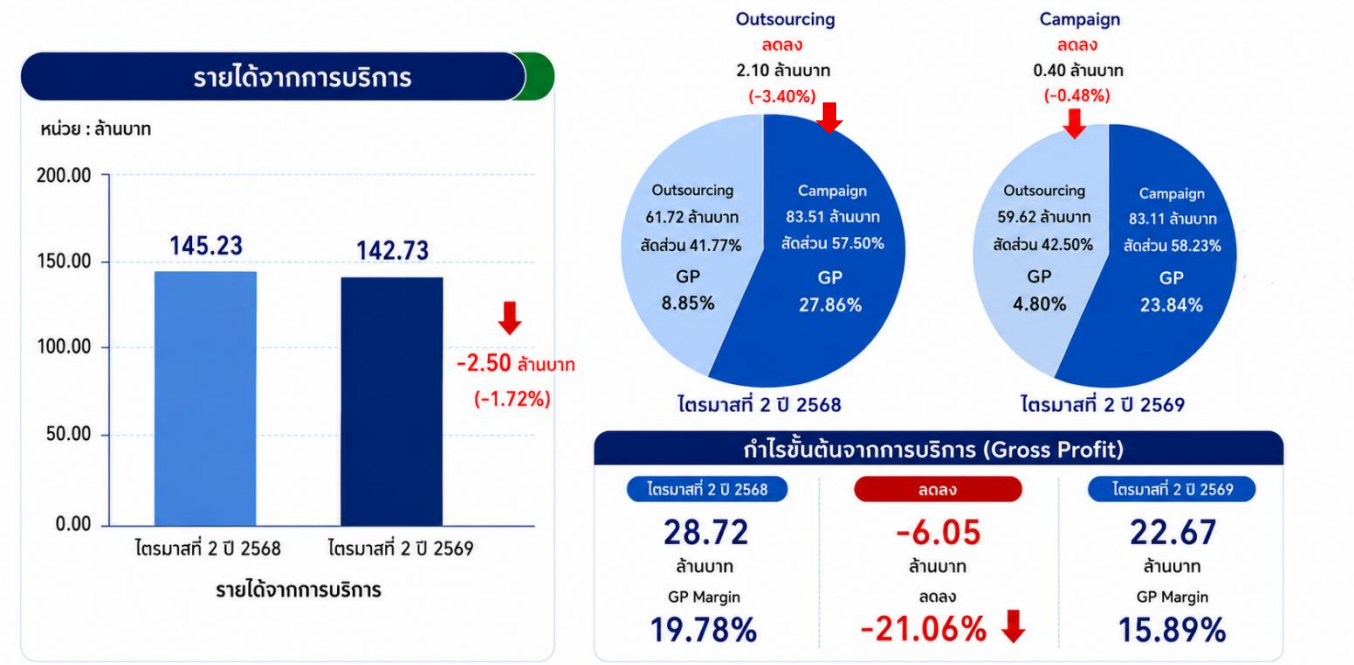
บริษัทฯ มีรายได้รวมสำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2569 จำนวน 203.63 ล้านบาท มีรายได้อื่น 1.08 ล้านบาท รายเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีรายได้รวม 189.86 ล้านบาทมีรายได้อื่น 0.16 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 13.77 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเติบโตร้อยละ 7.25 สะท้อนถึงการขยายตัวของรายได้จากการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเติบโตของธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าและการขยายฐานลูกค้า

อย่างไรก็ตาม กำไรขั้นต้น ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 อยู่ที่ 34.38 ล้านบาท ลดลงจาก 36.88 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน จำนวน 2.50 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 6.78 ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ปรับลดลงจาก 19.44% เหลือ 16.97%

แม้ว่าบริษัทฯ จะมีรายได้รวมเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวลดลง โดยมีสาเหตุหลักมาจากสถานการณ์สงคราม ปัญหาด้านการขนส่ง และภาวะขาดแคลนวัตถุดิบประเภทเม็ดพลาสติกและสารเคมีที่ใช้ในการผลิตสินค้า ส่งผลให้บางโครงการไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผน เช่น Booth & Roadshow, Event, Product consult ส่งผลกระทบต่อการรับรู้รายได้ในไตรมาสดังกล่าว ซึ่งเป็นกลุ่มงานที่มีอัตรากำไรขั้นต้นค่อนข้างสูง ส่งผลให้ รายได้รวมของบริษัท ฯ ต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากงานที่มีอัตรากำไรสูงลดลง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมี ค่าใช้จ่ายครั้งเดียว (One-time Expense) จากการจ่ายเงินชดเชยพนักงานในธุรกิจ Outsourcing อันเป็นผลจากการปรับโครงสร้างกำลังคน ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในงวดนี้ อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายดังกล่าวเป็นรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว บริษัทฯ คาดว่ารายได้จากงานที่เลื่อนการ

ดำเนินงานดังกล่าวจะทยอยรับรู้ในรอบการดำเนินงานถัดไป ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ภายใต้กำหนดแผนงานของลูกค้า

วิเคราะห์รายได้ตามลักษณะการดำเนินธุรกิจ



บริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการสำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2569 จำนวน 142.73 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีรายได้ 145.23 ล้านบาท จำนวน 2.50 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.72

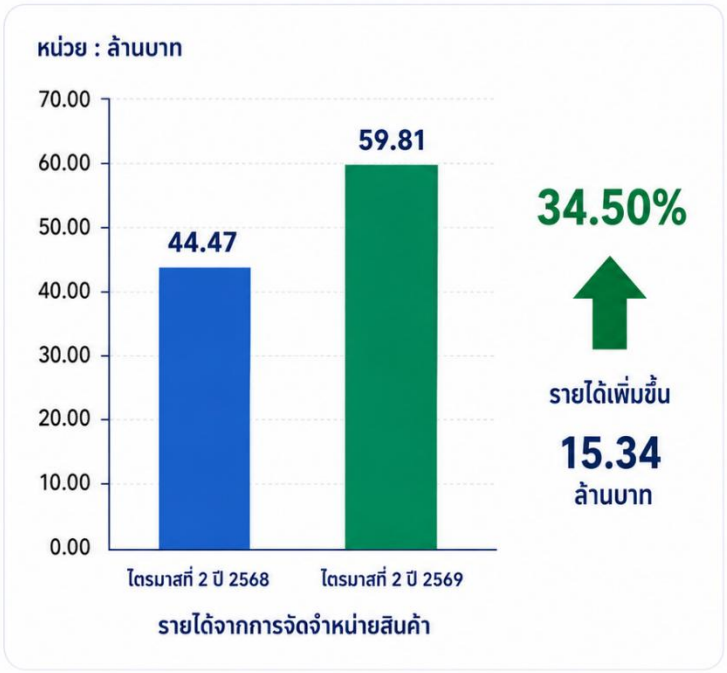
รายได้จากธุรกิจ Campaign อยู่ที่ 83.11 ล้านบาท ลดลง 0.40 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.48 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสัดส่วนรายได้คิดเป็น 58.23% ของรายได้จากการให้บริการ (ไตรมาส 2 ปี 2568 อยู่ที่ 57.50%) อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้น (GP) ของธุรกิจ Campaign ปรับลดลงจาก 27.86% เหลือ 23.84%

ขณะที่รายได้จากธุรกิจ Outsourcing อยู่ที่ 59.62 ล้านบาท ลดลง 2.10 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.40 เมื่อเทียบกับปีก่อน และมีสัดส่วนรายได้ 42.50% (ไตรมาส 2 ปี 2568 อยู่ที่ 41.77%) โดยอัตรากำไรขั้นต้นลดลงจาก 8.85% เหลือ 4.80%

แม้ว่าสัดส่วนรายได้ของธุรกิจ Campaign จะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่การเลื่อนการดำเนินงานของโครงการ Booth & Roadshow, Campaign และ Event ซึ่งเป็นกลุ่มงานที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ส่งผลให้รายได้จากการให้บริการต่ำกว่าเป้าหมายที่บริษัทกำหนดไว้ อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีการรับรู้ ค่าใช้จ่ายครั้งเดียว (One-time Expense) จากการจ่ายเงินชดเชยพนักงานในธุรกิจ Outsourcing ตามแผนการปรับโครงสร้างองค์กร ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของทั้งธุรกิจ Campaign และ Outsourcing ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจากการให้บริการจำนวน 22.67 ล้านบาท ลดลงจาก 28.72 ล้านบาท ในไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 6.05 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.06 ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจบริการ (GP Margin) ลดลงจาก 19.81% เหลือ 15.89%

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ คาดว่ารายได้จากโครงการที่เลื่อนการดำเนินงานดังกล่าวจะทยอยรับรู้ในรอบการดำเนินงานถัดไป ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของรายได้และผลการดำเนินงาน หากการดำเนินโครงการเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้



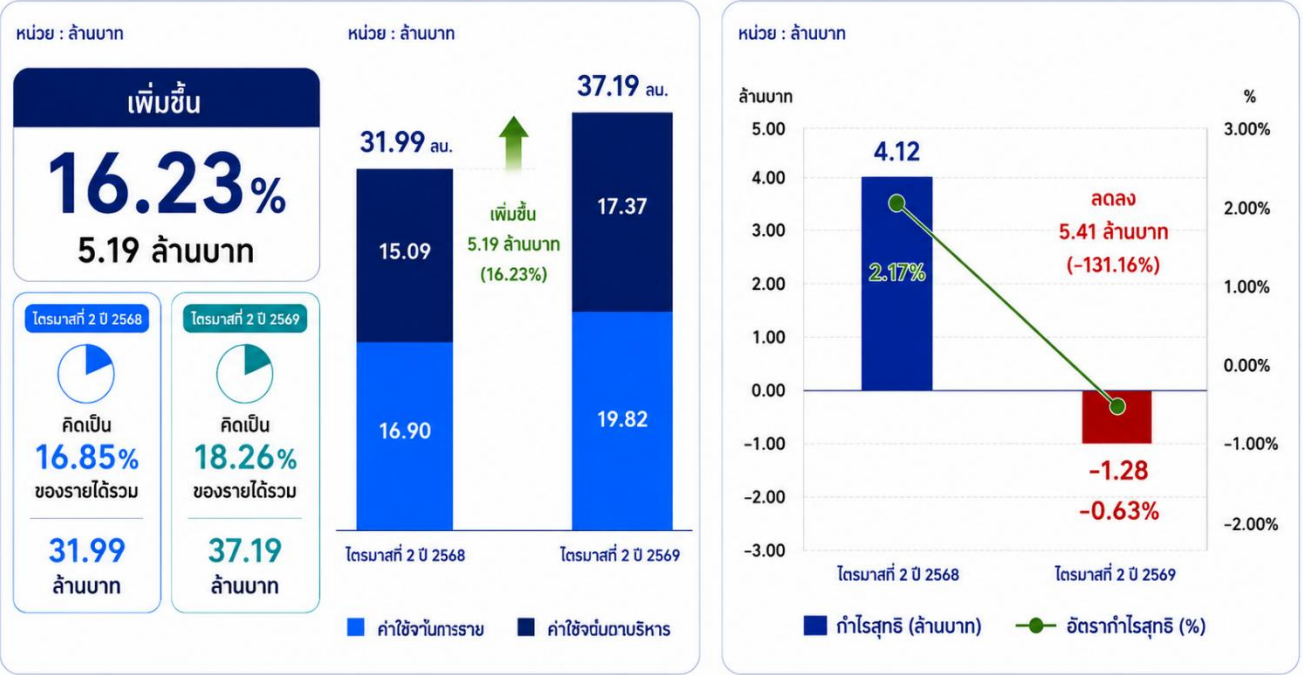
บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 จำนวน 59.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีรายได้จำนวน 44.47 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 15.34 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเติบโตร้อยละ 34.50 สะท้อนถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า และการขยายฐานลูกค้าในช่องทาง Traditional Trade ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเติบโตของรายได้จากธุรกิจจัดจำหน่ายมีปัจจัยสนับสนุนหลักจาก การขยายฐานลูกค้า การเพิ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้การจัดจำหน่าย และการรับรู้รายได้จากแบรนด์ใหม่ที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย ส่งผลให้ยอดขายของธุรกิจจัดจำหน่ายเติบโตอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ในส่วนของกำไรขั้นต้น บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจากธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า 11.71 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 8.16 ล้านบาท ในไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 3.55 ล้านบาท หรือร้อยละ 43.53 ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 18.34% เป็น 19.57%

การปรับตัวดีขึ้นของกำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น สะท้อนถึงการบริหารโครงสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การบริหารต้นทุนสินค้า รวมถึงการเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง ส่งผลให้ธุรกิจจัดจำหน่ายสามารถสร้างผลตอบแทนได้ดีขึ้น แม้ว่าภาวะการแข่งขันในตลาดยังอยู่ในระดับสูง

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารและกำไรสุทธิ



บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) สำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2569 จำนวน 37.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีจำนวน 31.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.19 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.23 โดยค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคิดเป็น 18.26% ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจาก 16.85% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน

การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารมีสาเหตุหลักจาก ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการขยายธุรกิจและการพัฒนาระบบการดำเนินงาน ขณะที่รายได้จากบางโครงการเลื่อนการรับรู้ไปยังงวดถัดไป ส่งผลให้อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวม ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2569 ขาดทุนสุทธิ 1.28 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 4.12 ล้านบาท ส่งผลให้กำไรสุทธิลดลง 5.41 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 131.16 ขณะที่อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ปรับลดลงจาก 2.17% เป็น (0.63%)

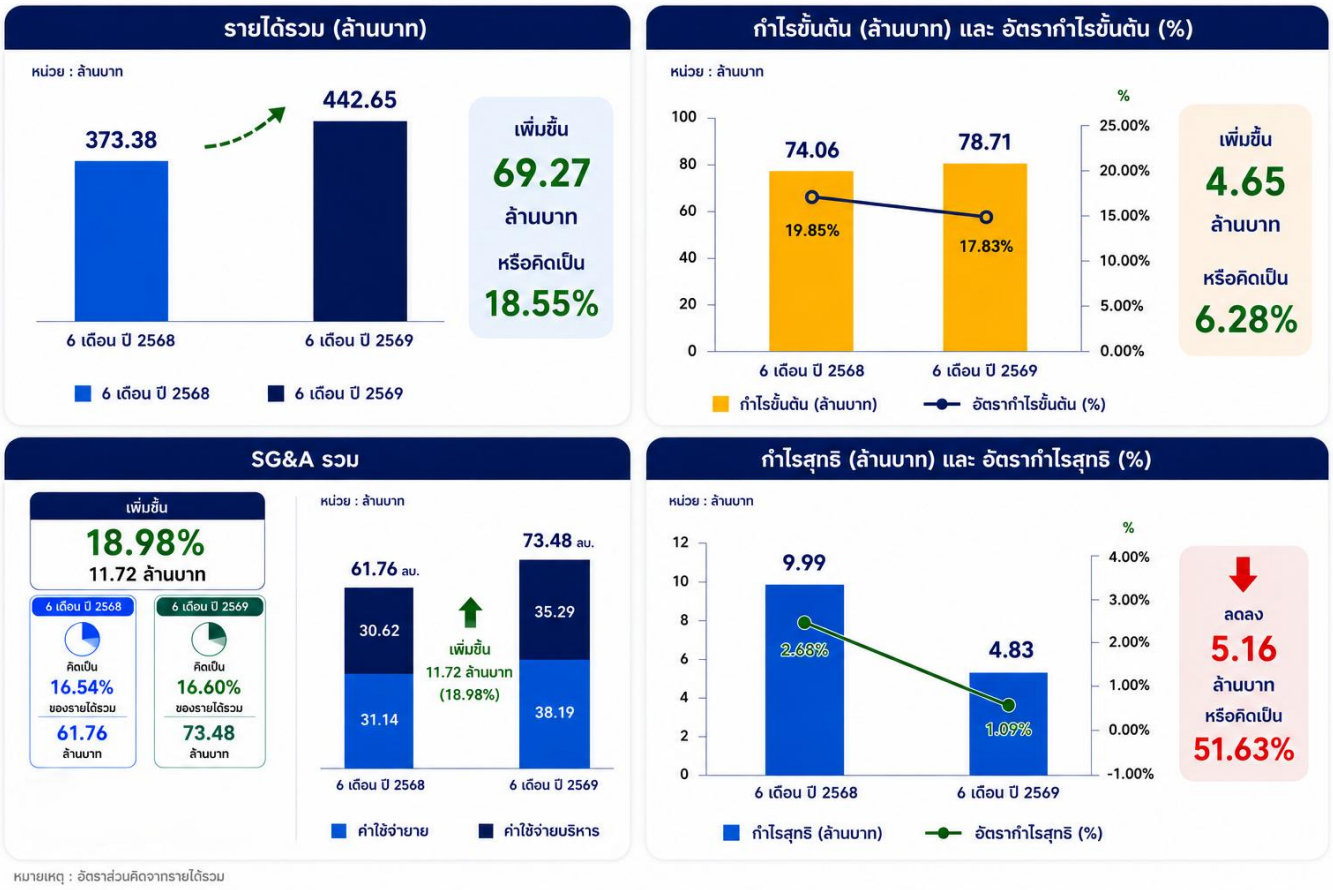
ผลการดำเนินงานที่ปรับตัวลดลงมีสาเหตุหลักจากการลดลงของกำไรขั้นต้น เนื่องจากการเลื่อนรับรู้รายได้ของงาน Booth & Roadshow, Campaign และ Event ซึ่งเป็นกลุ่มงานที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ส่งผลให้รายได้ที่รับรู้ในไตรมาสต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ประกอบกับบริษัทฯ รับรู้ค่าใช้จ่ายครั้งเดียว (One-time Expense) จากการจ่ายเงินชดเชยพนักงานในธุรกิจ Outsourcing ตามแผนการปรับโครงสร้างองค์กร ซึ่งรับรู้เป็นต้นทุนการให้บริการและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในงวดนี้

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน การขยายธุรกิจจัดจำหน่าย การพัฒนาระบบและโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต ซึ่งแม้จะส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายในการ

ดำเนินงานเพิ่มขึ้นในระยะสั้น แต่บริษัทฯ คาดว่าการลงทุนดังกล่าวจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและสนับสนุนการสร้างรายได้และผลตอบแทนที่ยั่งยืนในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทฯ คาดว่ารายได้จากโครงการที่เลื่อนการดำเนินงานจะทยอยรับรู้ในรอบการดำเนินงานถัดไป ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของผลการดำเนินงาน หากการดำเนินโครงการเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

สรุปผลการดำเนินงานสะสม 6 เดือนในปี 2569



หมายเหตุ : อัตราส่วนคิดจากรายได้รวม

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีรายได้รวมจำนวน 442.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีรายได้รวมจำนวน 373.38 ล้านบาท เป็นจำนวน 69.27 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.55 สะท้อนถึงการเติบโตของรายได้จากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 78.71 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 74.06 ล้านบาทในงวดเดียวกันของปีก่อน เป็นจำนวน 4.65 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.28 อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากร้อยละ 19.85 เป็นร้อยละ 17.83 หรือลดลง 2.02 จุดร้อยละ เนื่องจากสัดส่วนรายได้จากงานที่มีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำเพิ่มขึ้น ประกอบกับงาน Campaign, Booth & Roadshow และ Event ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงบางส่วนเลื่อนการดำเนินงานออกไป รวมถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายชดเชยพนักงานของงาน Outsourcing ที่เกิดขึ้นเป็นครั้งคราว ส่งผลให้กำไรขั้นต้นเติบโตในอัตราที่ต่ำกว่าการเติบโตของรายได้

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจำนวน 73.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 61.76 ล้านบาทในงวดเดียวกันของปีก่อน เป็นจำนวน 11.72 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.98 โดยประกอบด้วยค่าใช้จ่ายขายจำนวน 38.19 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายบริหารจำนวน 35.29 ล้านบาท เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายขายจำนวน 31.14 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายบริหารจำนวน 30.62 ล้านบาท ทั้งนี้ อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและ

บริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 16.60 ใกล้เคียงกับปีก่อนซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 16.54 แสดงให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการขยายตัวของรายได้ แต่ยังอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 4.83 ล้านบาท ลดลงจาก 9.99 ล้านบาทในงวดเดียวกันของปีก่อน เป็นจำนวน 5.16 ล้านบาท หรือร้อยละ 51.63 โดยอัตรากำไรสุทธิลดลงจากร้อยละ 2.68 เป็นร้อยละ 1.09 สาเหตุสำคัญมาจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้นในอัตราสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้น แม้ว่าบริษัทฯ จะสามารถสร้างการเติบโตของรายได้ได้อย่างต่อเนื่องก็ตาม

ผลการดำเนินงานในงวดหกเดือนแรกของปี 2569 แสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ ยังสามารถขยายรายได้ได้ในระดับที่ดี โดยรายได้เติบโตร้อยละ 18.55 อย่างไรก็ตาม คุณภาพของการเติบโตยังได้รับแรงกดดันจากโครงสร้างรายได้ที่มีสัดส่วนงานอัตรากำไรต่ำเพิ่มขึ้น ส่งผลให้รายได้ที่เพิ่มขึ้น 69.27 ล้านบาท สามารถสร้างกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นได้เพียง 4.65 ล้านบาท ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้น 11.72 ล้านบาท จึงทำให้กำไรสุทธิลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการเพิ่มสัดส่วนงานที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง การบริหารต้นทุนของงานโครงการและงานจัดจำหน่ายสินค้า ตลอดจนการควบคุมการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เพื่อให้การเติบโตของรายได้สามารถส่งผ่านไปสู่กำไรสุทธิได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จุดเด่นทางการเงิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมี สินทรัพย์รวมจำนวน 442.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 435.13 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 7.84 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.80 โดยมีสินทรัพย์หมุนเวียนจำนวน 338.55 ล้านบาท คิดเป็นประมาณร้อยละ 76.43 ของสินทรัพย์รวม

รายการสินทรัพย์หมุนเวียนที่สำคัญประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 69.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 47.36 ล้านบาท จำนวน 22.31 ล้านบาท หรือร้อยละ 47.10 ขณะที่ ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นมีจำนวน 191.87 ล้านบาท ลดลงจาก 213.13 ล้านบาท จำนวน 21.25 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.97 นอกจากนี้ บริษัทฯ มี รายได้ค้างรับ 30.21 ล้านบาท และ สินค้าคงเหลือ 38.07 ล้านบาท ลดลงจาก 34.04 ล้านบาท และ 44.41 ล้านบาท ตามลำดับ สะท้อนถึงการเปลี่ยนสินทรัพย์หมุนเวียนบางส่วนเป็นเงินสดและการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่ดีขึ้นในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569

หนี้สินและส่วนของเจ้าของ

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมี หนี้สินรวม 128.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 115.01 ล้านบาท จำนวน 13.63 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.85 โดยส่วนใหญ่เป็นหนี้สินหมุนเวียนจำนวน 117.04 ล้านบาท ซึ่งมีรายการสำคัญ ได้แก่ เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น 69.13 ล้านบาท และ เงินรับล่วงหน้า 31.27 ล้านบาท

บริษัทฯ มี ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 314.33 ล้านบาท เทียบกับ 320.12 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 ลดลงจำนวน 5.79 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.81 ทั้งนี้ โครงสร้างเงินทุนของบริษัทฯ ยังคงมีสัดส่วนส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับหนี้สินรวม

การวิเคราะห์สภาพคล่อง

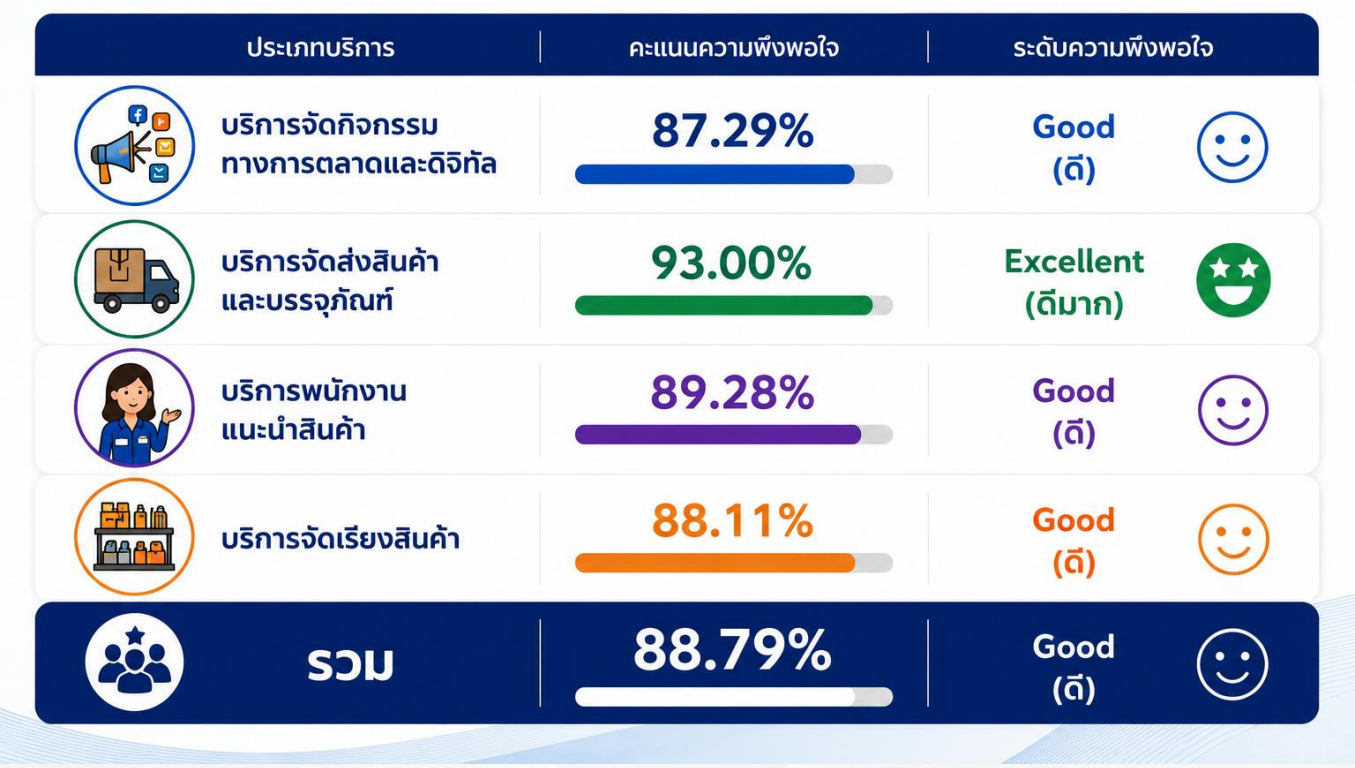
ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์หมุนเวียน 338.55 ล้านบาท เทียบกับหนี้สินหมุนเวียน 117.04 ล้านบาท ส่งผลให้มี อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio) ประมาณ 2.89 เท่า แสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ มีสินทรัพย์หมุนเวียนเพียงพอต่อการชำระภาระหนี้สินระยะสั้น

หากไม่นับรวมสินค้าคงเหลือจำนวน 38.07 ล้านบาท บริษัทฯ มี Quick Ratio ประมาณ 2.57 เท่า ประกอบกับเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้นเป็น 69.66 ล้านบาท ขณะที่ลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือลดลง จึงสะท้อนว่า สภาพคล่องโดยรวมของบริษัทฯ อยู่ในระดับแข็งแกร่ง และมีความสามารถในการรองรับภาระผูกพันระยะสั้นได้ดี

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 128.64 ล้านบาท และส่วนของผู้ถือหุ้น 314.33 ล้านบาท ส่งผลให้ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) อยู่ที่ประมาณ 0.41 เท่า เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากประมาณ 0.36 เท่า ณ สิ้นปี 2568 แม้อัตราส่วน D/E จะเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินหมุนเวียน แต่ยังคงอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นมากกว่าหนี้สินประมาณ 2.4 เท่า จึงสะท้อนว่า โครงสร้างเงินทุนยังมีความแข็งแกร่ง และความเสี่ยงด้านภาระหนี้อยู่ในระดับจำกัด

วิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า



ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ สำรวจความพึงพอใจจากงานบริการ 788 โครงการ ได้คะแนนเฉลี่ย 88.79% อยู่ในระดับดี โดยบริการจัดส่งสินค้าและบรรจุภัณฑ์ได้รับคะแนนสูงสุด 93.00% อยู่ในระดับดีมาก สะท้อนถึงการรักษามาตรฐานการบริการและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งสนับสนุนโอกาสในการได้รับงานต่อเนื่องและการเติบโตในระยะยาว