



RS GROUP

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

คำอธิบาย
และวิเคราะห์
ของฝ่ายจัดการ



สำหรับผลการดำเนินงาน
ไตรมาส 1/2569

สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

IR@RS.CO.TH
WWW.RS.CO.TH

ภาพรวมโดยสรุป

ใหม่! Well U OMEGA 3 SALMON OIL
มีกรด Omega 3 กรดไขมันจำเป็นที่ร่างกายไม่สามารถสร้างเองได้
บำรุงสมอง ลดไขมันในเลือด ระบบไหลเวียนเลือดในร่างกายดีขึ้น

Well U ออกผลิตภัณฑ์ใหม่



ULife จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ด้านสุขภาพ

COOL fahrenheit
RS NET ZERO
SUMMER FEST 2026
ปีที่ชาลีลาซันเนอร์รี่
04.04.2026
COOL SUMMER BEACH, CHAAM

COOLfahrenheit จัดงาน COOL SUMMER FEST 2026

ก้าวไป
ประเดิมมือให้คนเก่ง!
ข่าว 8 ONLINE

นักข่าวช่อง 8 รับรางวัลเทพทอง

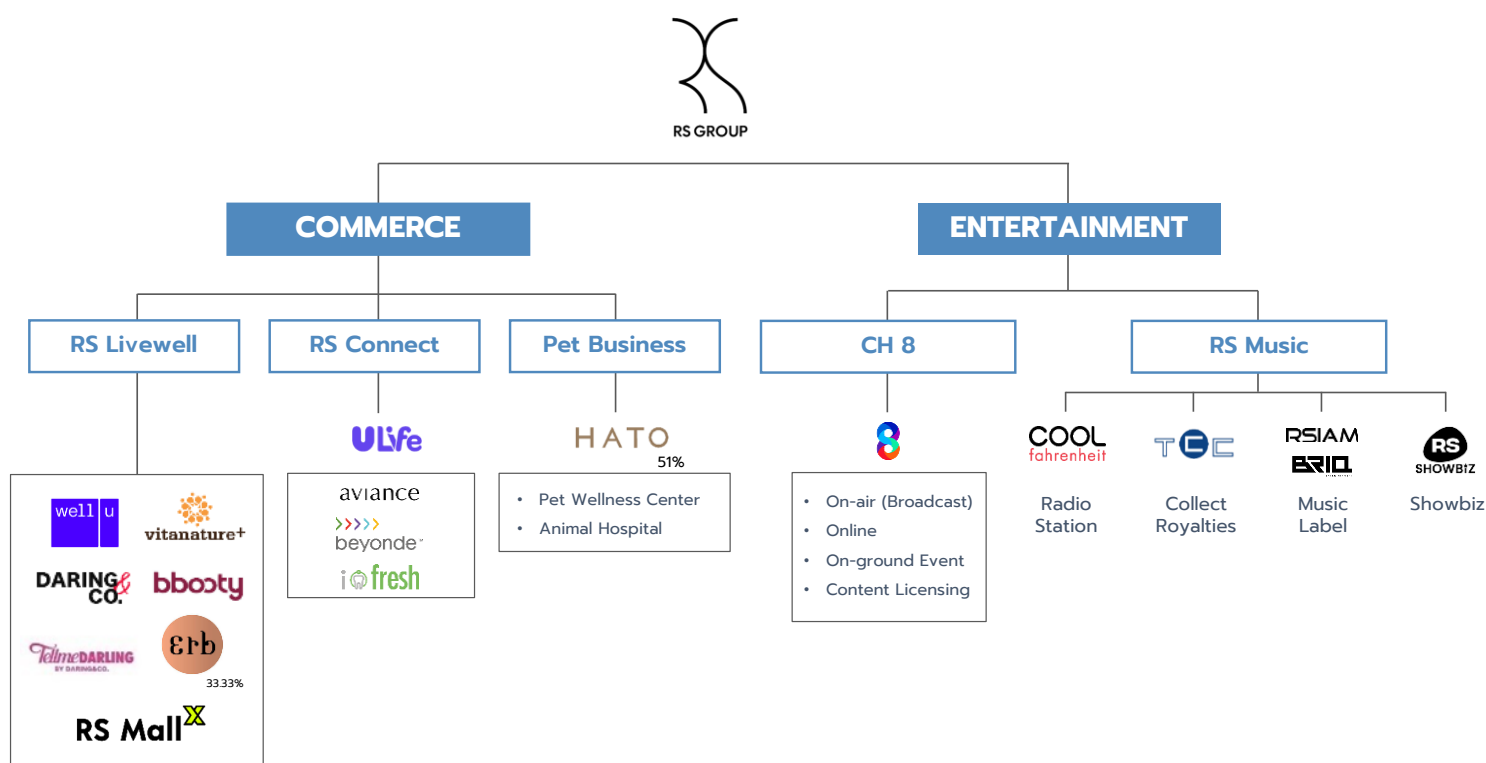
ม่วนฟรี สองเวที สองวัน สองคืน
เฟ้นทั้งอีสาน
MUSIC FESTIVAL
เทศกาลดนตรีอีสาน
ถิ่น Zapppp
21-22 มีนาคม 2569 | เขาส. 3 จ.ขอนแก่น

ช่อง 8 จัดงานเขมขังอีสาน Music Festival

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

โครงสร้างธุรกิจ

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ธุรกิจคอมเมิร์ซ และธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์



1. ธุรกิจคอมเมิร์ซ

ดำเนินธุรกิจครอบคลุมทั้งในด้านสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลากหลายกลุ่ม โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ RS Livewell, RS Connect (ULife) และ Hato ดังนี้

1. RS Livewell

ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามที่นำเสนอสินค้าในกลุ่มเสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ และสินค้าอุปโภคที่สอดคล้องกับเทรนด์สุขภาพภายใต้แบรนด์

- Well-u ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแบบองค์รวม ผสานวิทยาศาสตร์และธรรมชาติ
- vitanature+ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพรคุณภาพสูง ได้รับการยอมรับระดับสากล
- Daring & Co. ผลิตภัณฑ์ความงามนวัตกรรมทันสมัย เสริมความมั่นใจและบุคลิกภาพ
- bbooty แบ่งผู้พรีเมียม มุ่งสร้างความมั่นใจและตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่
- TellmeDarling แปรนด์ความงามภายใต้กลยุทธ์ Music Marketing เชื่อมโยงไลฟ์สไตล์และดนตรี
- Erb เครื่องหอมและผลิตภัณฑ์สปาพรีเมียม ผสมภูมิปัญญาไทยและนวัตกรรมสมัยใหม่
- RS Mallx ช่องทางจัดจำหน่าย Omni channel ผ่านทีวี ออนไลน์ และคอลเซ็นเตอร์ ครอบคลุมผู้บริโภคหลากหลาย

โครงสร้างธุรกิจ (ต่อ)

2. RS Connect (ULife)

- ULife ธุรกิจพาณิชย์การจำหน่ายสินค้าในรูปแบบขายตรงซึ่งบริหารจัดการโดยบริษัทฯ โดยใช้แบรนด์และผลิตภัณฑ์ของบริษัทเองเป็นหลัก เช่น Beyond, Aviance และ i-fresh โดยใช้ระบบตัวแทนจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคทั่วประเทศอย่างครอบคลุมพร้อมทั้งสร้างประสบการณ์การซื้อสินค้าอย่างใกล้ชิด และส่งเสริมความน่าเชื่อถือของแบรนด์ผ่านการบริการที่เป็นมาตรฐาน

3. Pet Business

- Hato แบรนด์ธุรกิจบริการด้านสุขภาพสัตว์เลี้ยงที่ครอบคลุมตั้งแต่โรงพยาบาลสัตว์ การให้บริการ Pet Wellness การจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงผ่านร้านค้าออนไลน์ ไปจนถึงการเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงจากต่างประเทศเพื่อนำมาจำหน่ายในประเทศไทย มุ่งเน้นการให้บริการครบวงจร ตอบสนองความต้องการของเจ้าของสัตว์เลี้ยงทั้งด้านการรักษา การดูแลสุขภาพ และผลิตภัณฑ์คุณภาพ

2. ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์

ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการผลิตและให้บริการคอนเทนต์คุณภาพในรูปแบบที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งธุรกิจโทรทัศน์และธุรกิจเพลง เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้ชมในวงกว้าง และเสริมความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มธุรกิจในภาพรวม

1. ธุรกิจดิจิทัลทีวี (ช่อง 8)

บริษัทดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภายใต้ชื่อ “ช่อง 8” โดยมุ่งเน้นการนำเสนอคอนเทนต์หลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- รายการโทรทัศน์ ผลิตและออกอากาศรายการคุณภาพหลากหลายประเภท ได้แก่ รายการข่าว รายการกีฬา ละคร ซีรีส์ และวาไรตี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- คอนเทนต์ข่าว ดำเนินการผลิตรายการข่าวที่ครอบคลุมประเด็นทั่วไป การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม โดยเน้นความถูกต้อง เที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ ภายใต้สโลแกน “ข่าวช่อง 8 ที่นี่ของจริง”
- รายการกีฬา ร่วมมือกับพันธมิตรในอุตสาหกรรมกีฬาในการผลิตและถ่ายทอดสดการแข่งขัน โดยเฉพาะรายการมวย ซึ่งได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง
- คอนเทนต์ต่างประเทศ ขยายตลาดคอนเทนต์ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรในต่างประเทศ นำไปออกอากาศในภูมิภาคเอเชียและประเทศอื่น ๆ
- จัดกิจกรรมทางการตลาด On-ground event อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างประสบการณ์ตรงระหว่างแบรนด์กับผู้ชม และส่งเสริมการรับรู้ในเชิงบวกต่อช่อง 8

โครงสร้างธุรกิจ (ต่อ)

2. ธุรกิจเพลง

ดำเนินธุรกิจเพลงแบบครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่การผลิตเพลงการจัดการศิลปิน การบริหารลิขสิทธิ์ ไปจนถึงการจัดกิจกรรมแสดงสดโดยมุ่งสร้างมูลค่าทางธุรกิจจากทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) และตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ผ่านช่องทางที่หลากหลายและยืดหยุ่น โดยมีแนวทางการดำเนินงานในธุรกิจย่อยที่สำคัญดังนี้

2.1 สถานีวิทยุ (Cool Fahrenheit)

เป็นสถานีวิทยุอันดับหนึ่งของประเทศไทยที่นำเสนอเพลงฟังง่ายและกิจกรรมการตลาดทางดนตรี เช่น เทศกาลดนตรีและอีเวนต์พิเศษ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ฟังอย่างต่อเนื่อง

2.2 ธุรกิจเพลง (RS Music)

บริหารจัดการค่ายเพลง BRIQ ซึ่งเน้นตลาดคนรุ่นใหม่และ RSIAM ซึ่งมีจุดแข็งในกลุ่มเพลงลูกทุ่งและเพลงตลาดแมส

นอกจากนี้ยังมีการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- การจัดกิจกรรมและแสดงสด (Showbiz) บริษัทจัดกิจกรรมทางดนตรีและการแสดงสดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างรายได้และเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินกับแฟนเพลง
- การบริหารลิขสิทธิ์และเป็นตัวแทนในการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในประเทศไทยให้กับ Universal Music Group (UMG)
- การบริหารจัดการศิลปิน ทั้งด้านภาพลักษณ์ ตารางงานและ การเจรจาทางธุรกิจมุ่งพัฒนาศักยภาพและสร้างโอกาสให้ศิลปินเติบโตในวงการอย่างยั่งยืน

ภาพรวมเศรษฐกิจและ เหตุการณ์ที่สำคัญ

ภาพรวมเศรษฐกิจ

ในไตรมาส 1/2569 เศรษฐกิจไทยเผชิญแรงกดดันจากปัจจัยภายนอกเพิ่มขึ้น โดยมีสาเหตุหลักจากความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ส่งผลให้ราคาพลังงานและสินค้าโภคภัณฑ์ปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ในฐานะประเทศที่พึ่งพาการนำเข้าน้ำมันและก๊าซธรรมชาติในสัดส่วนสูง อีกทั้งยังเพิ่มแรงกดดันต่อต้นทุนการผลิต ต้นทุนการขนส่ง และค่าครองชีพของภาคครัวเรือน ภายใต้ภาวะดังกล่าว กำลังซื้อของผู้บริโภคยังฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ขณะที่ภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูงยังเป็นปัจจัยที่กระทบความสามารถในการใช้จ่ายของภาคครัวเรือน ส่งผลให้การบริโภคโดยรวมยังขยายตัวอย่างจำกัด

สำหรับภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อและเม็ดเงินโฆษณาในปี 2569 MI Group คาดการณ์ว่าเม็ดเงินโฆษณารวมทั้งปีจะอยู่ที่ 87,264 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 1.7 จากปีก่อนหน้า โดยสื่อหลักยังคงเป็นสื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อโฆษณานอกบ้าน ขณะที่สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) รายงานว่าเม็ดเงินโฆษณาในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2569 หดตัวร้อยละ 1.2 สะท้อนให้เห็นว่าภาคธุรกิจยังคงใช้งบประมาณด้านการตลาดและการโฆษณาอย่างระมัดระวัง ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังฟื้นตัวไม่ทั่วถึง

อ้างอิง :

ข้อมูลเศรษฐกิจ - ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC),

ข้อมูลภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อและเม็ดเงินโฆษณา - กรุงเทพธุรกิจ (Bangkokbiznews), มิติหุ้น (Mitihoon)

เหตุการณ์ที่สำคัญในไตรมาสที่ผ่านมา

ภาพรวมบริษัท

- บริษัทฯ รายงานผลการใช้สิทธิจากใบสำคัญแสดงสิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ (RS-W5) มีอัตราการใช้สิทธิ 1 : 2 (ใบสำคัญแสดงสิทธิ : หุ้น ในราคาใช้สิทธิ 3.00 บาทต่อหุ้น โดยมีจำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิที่ใช้สิทธิรวมจำนวน 100 หน่วย จำนวนหุ้นที่เกิดจากการใช้สิทธิจำนวน 199 หุ้น
- จากกรณีที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยผิวดนดชำระหนี้ ทำให้หลักทรัพย์ RS ขึ้นเครื่องหมาย CB ตั้งแต่วันที่ 19 พฤษภาคม 2568 บริษัทฯ ได้มีการดำเนินตามแนวทางการแก้ไขเครื่องหมาย CB ตลอดปี 2568 ด้วยการบริหารต้นทุนและควบคุมค่าใช้จ่าย, การจำหน่ายสินทรัพย์ที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก, การปรับโครงสร้างหนี้ ทำให้หลักทรัพย์ RS ได้รับการพิจารณาปลดเครื่องหมาย CB ในวันที่ 10 มีนาคม 2569 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

เหตุการณ์ที่สำคัญในไตรมาสที่ผ่านมา (ต่อ)

ธุรกิจคอมเมิร์ซ



Well u เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ “Omega 3 Salmon Oil”

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีกรดไขมันจำเป็นซึ่งช่วยสนับสนุนการทำงานของสมอง ระบบไหลเวียนโลหิต และการดูแลสุขภาพโดยรวม การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสุขภาพและการดูแลสุขภาพของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันมากขึ้น และสนับสนุนการสร้างโอกาสการเติบโตของธุรกิจคอมเมิร์ซในระยะต่อไป



ULife จัดกิจกรรมงานสัมมนา “Reset Your Life – Season 2 : Practical Longevity Starts Here”

เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน Lifestyle Medicine และแนวทางการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง ช่วยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการดูแลสุขภาพเชิงรุก ตลอดจนสนับสนุนการรับรู้และความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์



ULife จัดกิจกรรมการเรียนรู้ “From Brand Strategy to Powerful Brand Story in Action”

เพื่อเสริมศักยภาพนักธุรกิจด้านการสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาดบนสื่อดิจิทัล โดยมีการถ่ายทอดแนวคิดด้าน Brand Positioning ทิศทางของแบรนด์ในกลุ่มสุขภาพและความงาม รวมถึงเทคนิคการสร้างคอนเทนต์ Short Video Storytelling ซึ่งช่วยเพิ่มทักษะด้านการสื่อสารการตลาด สนับสนุนการขยายการเข้าถึงผู้บริโภค และต่อยอดโอกาสทางธุรกิจผ่านช่องทางดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เหตุการณ์ที่สำคัญในไตรมาสที่ผ่านมา (ต่อ)

ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์



ในไตรมาส 1/2569 บริษัทฯ จัดงาน “แช่ซิ่งอีสถาน Music Festival”

ระหว่างวันที่ 21–22 มีนาคม 2569 ณ จังหวัดขอนแก่น ในรูปแบบลูกทุ่งหมอลำสองเวที ตลอดสองวันสองคืน โดยบริษัทฯ ยังคงพัฒนากิจกรรมดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างประสบการณ์ความบันเทิงให้แก่ผู้บริโภค กิจกรรมดังกล่าวช่วยส่งเสริมการรับรู้ต่อแบรนด์และคอนเทนต์ของบริษัท ขยายการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมในภูมิภาค และสนับสนุนการต่อยอดโอกาสทางธุรกิจด้านเอนเตอร์เทนเมนต์



บริษัทฯ จัดงาน “Cool Summer Festival 2026”

ณ ชะอำ อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคผ่านกิจกรรมด้านดนตรีและความบันเทิงในช่วงเทศกาล โดยกิจกรรมดังกล่าวช่วยส่งเสริมการรับรู้ต่อแบรนด์และคอนเทนต์ของบริษัท ขยายการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง และสนับสนุนการต่อยอดโอกาสทางธุรกิจด้านเอนเตอร์เทนเมนต์ของบริษัท

ช่อง 8 คิวรางวัลเชิดชูเกียรติ สะท้อนมาตรฐานวิชาชีพข่าวระดับชาติ



ผู้ประกาศข่าวสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 รับรางวัลพระราชทาน "เทพทอง ครั้งที่ 24"

ในเดือนมีนาคม 2569 ไอซ์ สารวัตร กิจพานิช ผู้ช่วยผู้อำนวยการข่าว และผู้ประกาศข่าวรายการ "ลุยชนข่าว" ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 เข้ารับรางวัลพระราชทาน "เทพทอง ครั้งที่ 24" ประเภทบุคคลดีเด่น ด้านโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ รางวัลดังกล่าวสะท้อนถึงศักยภาพ ความเชี่ยวชาญ และความรับผิดชอบต่อสังคมของบุคลากรข่าว ตลอดจนตอกย้ำภาพลักษณ์ของช่อง 8 ในฐานะสื่อที่มุ่งมั่นนำเสนอข่าวสารอย่างมีคุณภาพและยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ

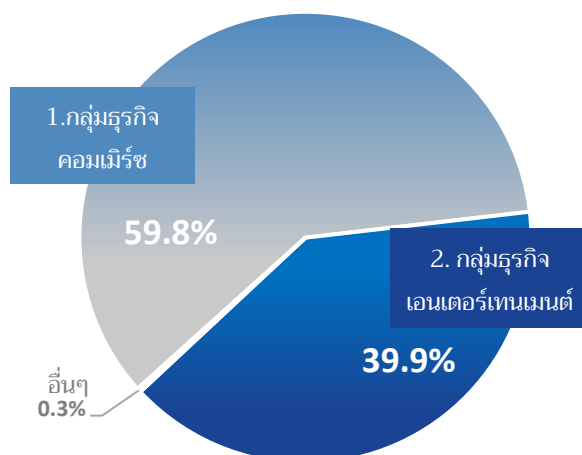


ผู้ประกาศข่าวสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 คิวรางวัล New Generation Idol Star Award 2026

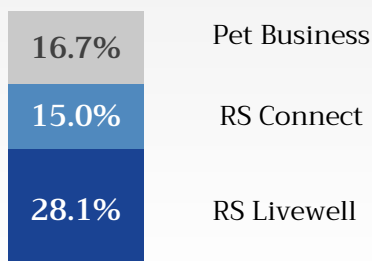
เม็กซ์ กฤษภากร ภูทายเงิน ผู้สื่อข่าวออนไลน์ช่อง 8 คิวรางวัล New Generation Idol Star Award 2026 สาขาผู้สื่อข่าวภาคสนามดีเด่น จากสมาคมวิทยุโทรทัศน์หัวหน้าสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย ตอกย้ำภาพลักษณ์คนข่าวรุ่นใหม่ตัวจริง และสะท้อนถึงความสำเร็จของช่อง 8 ในการพัฒนาบุคลากรข่าวคุณภาพที่พร้อมรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม

สรุปผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 1/2569

โครงสร้างรายได้



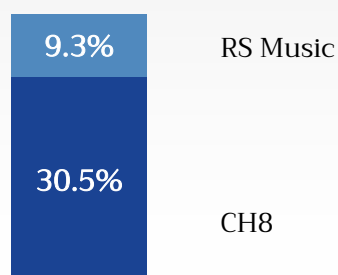
รายได้รวม 333.4 ล้านบาท



กลุ่มธุรกิจที่ 1 : กลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ (ร้อยละ 59.8)

รายได้จากกลุ่มธุรกิจกลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ มาจาก 3 ประเภท ได้แก่

1. RS Livewell เป็นสัดส่วน ร้อยละ 28.1 ของรายได้รวม
2. RS Connect เป็นสัดส่วน ร้อยละ 15.0 ของรายได้รวม
3. Pet Business เป็นสัดส่วน ร้อยละ 16.7 ของรายได้รวม



กลุ่มธุรกิจที่ 2 : กลุ่มธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ (ร้อยละ 39.9)

รายได้จากกลุ่มธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ กิจกรรม 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ธุรกิจดิจิทัลทีวี (ช่อง 8)
CH8 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.5 ของรายได้รวม
2. ธุรกิจเพลง
RS Music เป็นสัดส่วนร้อยละ 9.3 ของรายได้รวม

รายได้จากการขายหรือบริการ

ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้รวม เท่ากับ 333.4 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 412.6 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 19.2

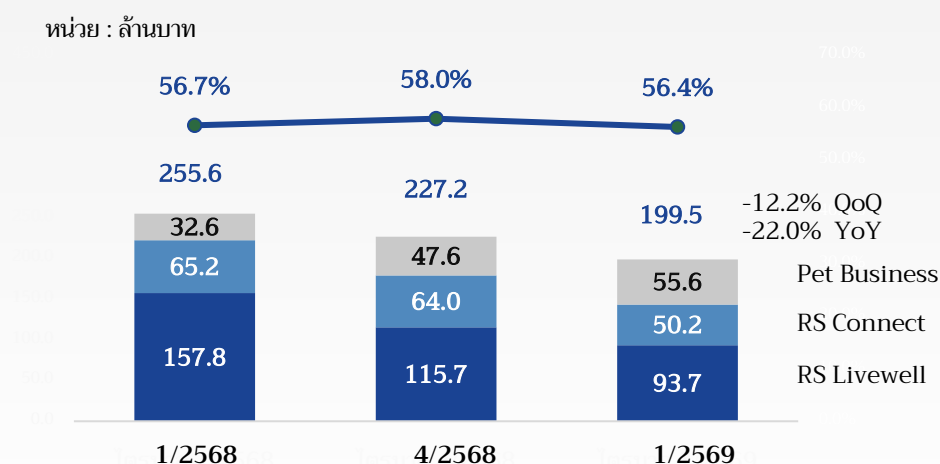
เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 454.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 26.7

กลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ

ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากธุรกิจคอมเมิร์ซเท่ากับ 199.5 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 227.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 12.2

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ที่ 255.6 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 22.0



RS Livewell

- ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 93.7 ล้านบาท ลดจากไตรมาสก่อนร้อยละ 18.9 และ ลดจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 40.6 เนื่องจากได้รับผลกระทบจากกำลังซื้อที่อ่อนตัวลงตามสภาพเศรษฐกิจและการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการภายใน โดยบริษัทฯ ได้ทบทวนและปรับพอร์ตสินค้าให้เหมาะสมมากขึ้น ผ่านการติดตามผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์อย่างใกล้ชิด เพื่อมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าที่มีศักยภาพในการเติบโตและได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาด และยุติการจำหน่ายสินค้าที่มีผลการขายต่ำกว่าเกณฑ์ หรือมีระยะเวลาวางจำหน่ายยาวนานเกินกว่าที่กำหนด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลัง และต้นทุนส่งผลให้ผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมาได้รับผลกระทบในระยะสั้นจากการปรับโครงสร้างดังกล่าว นอกจากนี้ รายได้ที่ลดลงยังเป็นผลมาจากการหยุดขายสินค้าอาหารสัตว์แบรนด์ Lifemate ตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา

RS Connect

- ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 50.2 ล้านบาท ลดจากไตรมาสก่อนร้อยละ 21.6 และ ลดจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 23.1

Pet Business

- ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 55.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนร้อยละ 16.7 และ เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 70.6 จากการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการภายในอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การดำเนินงานของสถานให้บริการ Wellness และโรงพยาบาลสัตว์มีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกัน รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงปรับตัวดีขึ้นจากการพัฒนาช่องทางการขายและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

กลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ (ต่อ)

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจคอมเมิร์ซอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการบริหารช่องทางการจำหน่าย การพัฒนาพอร์ตผลิตภัณฑ์ และการบริหารต้นทุนอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมความคล่องตัวในการดำเนินงานและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ โดยบริษัทฯ มีภาพรวมแผนการดำเนินงานในปี 2569 ดังนี้

RS Livewell

ช่องทางการจัดจำหน่าย

- บริษัทฯ มุ่งเน้นการใช้ช่องทางการจำหน่ายหลักผ่านช่องทาง telesales พร้อมกำหนดแนวทางบริหารราคาจำหน่ายในทุกช่องทาง เพื่อให้ช่องทาง telesales เป็นช่องทางที่นำเสนอความคุ้มค่าแก่ผู้บริโภคและสนับสนุนประสิทธิภาพการสร้างรายได้มากที่สุด
- บริษัทฯ มีแผนเพิ่มกำลังบุคลากรในส่วนงาน outbound telesales ควบคู่กับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อยกระดับทักษะการขายและเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างรายได้
- สำหรับ RS Mall จะมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ เป็นหลัก เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ในขณะที่สินค้าจากพันธมิตรจะคัดเลือกเฉพาะสินค้าที่ได้รับการตอบรับที่ดี รวมถึงมีการนำสินค้าใหม่บางรายการเข้ามาทดลองตลาดเป็นระยะ
- บริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างต้นทุนล่วงหน้า โดยปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับแต่ละผลิตภัณฑ์ ซึ่งเริ่มนำมาใช้ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารต้นทุนและรองรับสถานะตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงในอนาคตควบคู่กับการวางแผนบริหารต้นทุนด้านการขนส่งล่วงหน้า ดังนั้น แม้ในไตรมาสแรกจะมีแรงกดดันจากต้นทุนพลังงานด้านการขนส่งที่ปรับตัวสูงขึ้น แต่การดำเนินงานของบริษัทฯ ยังไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ และยังคงเป็นไปตามแผนที่วางไว้

ผลิตภัณฑ์

- บริษัทฯ ยังคงมีแผนเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง พร้อมติดตามประสิทธิภาพการจำหน่ายและผลตอบรับของแต่ละผลิตภัณฑ์อย่างใกล้ชิด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ทยอยยุติการจำหน่ายสินค้าบางรายการที่มีผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย โดยคาดว่าภาระขายสินค้านี้จะแล้วเสร็จภายในครึ่งปีแรก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรขั้นต้นในช่วงดังกล่าว แต่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารพอร์ตสินค้าในระยะถัดไป

RS Connect

- บริษัทฯ อยู่ระหว่างพัฒนาโมเดลการขายรูปแบบใหม่เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคและสนับสนุนการเติบโตของเครือข่ายธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการพัฒนาและปรับปรุงระบบหลังบ้านเพื่อรองรับการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ได้ดียิ่งขึ้น เพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน และลดต้นทุนด้านระบบ โดยคาดว่าจะเริ่มดำเนินการได้ในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2569

Pet Business

- บริษัทฯ ยังคงมุ่งดำเนินธุรกิจสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ HATO โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ปรับกระบวนการดำเนินธุรกิจภายในอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้รายได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในปี 2569 บริษัทฯ ยังคงมุ่งพัฒนาแนวทางการดำเนินงานดังกล่าวต่อไป ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์

รายได้จากการขายหรือบริการ (ต่อ)

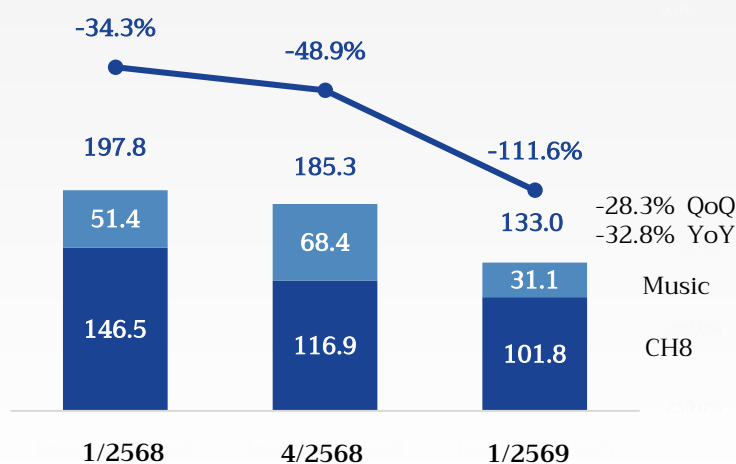
กลุ่มธุรกิจอินเทอร์เน็ต

ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากธุรกิจอินเทอร์เน็ตเท่ากับ 133.0 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 185.3 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 28.3

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ที่ 197.8 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 32.8

หน่วย : ล้านบาท



ธุรกิจทีวีดิจิทัล (ช่อง 8)

- ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 101.8 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสก่อนร้อยละ 12.9 และ ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 30.5 ปรับลดลงจากการชะลอตัวของบโฆษณาในอุตสาหกรรมสื่อท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ ส่งผลให้ลูกค้าใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น ขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ชมไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลยังมีอย่างต่อเนื่อง ทำให้รายได้จากโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลปรับตัวลดลง และรายได้จากช่องทางออนไลน์ยังอยู่ในช่วงเริ่มเติบโต จึงยังไม่สามารถชดเชยได้เต็มที่ในระยะสั้น

ธุรกิจเพลง

- ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 31.1 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสก่อนร้อยละ 54.5 และ ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 39.4 รายได้จากสื่อวิทยุ Cool Fahrenheit ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเม็ดเงินโฆษณาในตลาด ประกอบกับไตรมาสแรกเป็นช่วงที่เอเจนซีและลูกค้าอยู่ระหว่างการจัดสรรและบริหารงบประมาณรายปี ทำให้การตัดสินใจใช้งบสื่อมีความระมัดระวังมากขึ้น นอกจากนี้เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่มีการจัดกิจกรรม on-ground event และแคมเปญการตลาดค่อนข้างมาก ทำให้ฐานรายได้อยู่ในระดับสูงกว่า ส่งผลให้รายได้ในไตรมาสนี้ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า

กลุ่มธุรกิจอินเทอร์เน็ต (ต่อ)

บริษัทฯ ยังคงมุ่งดำเนินธุรกิจอินเทอร์เน็ตโดยให้ความสำคัญกับการบริหารพอร์ตคอนเทนต์และการต่อยอดทรัพย์สินทางปัญญาให้เกิดประโยชน์สูงสุด ควบคู่กับการปรับรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค และทิศทางอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ มีภาพรวมแผนการดำเนินงานในปี 2569 ดังนี้

ธุรกิจทีวีดิจิทัล (ช่อง 8)

- สำหรับธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล ช่อง 8 บริษัทฯ ยังคงผลักดันการผลิตคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์ผู้ชม พร้อมขยายการสร้างรายได้ผ่านช่องทางออนไลน์ และการจัดกิจกรรม on ground event ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

ธุรกิจเพลง

- บริษัทฯ ยังคงดำเนินธุรกิจผ่านสถานีวิทยุ Cool Fahrenheit 93 FM และช่องทางออนไลน์ เพื่อเข้าถึงผู้ฟังอย่างครอบคลุม พร้อมจัดกิจกรรม on ground event เพื่อสร้าง engagement กับผู้ฟัง ในขณะเดียวกัน ธุรกิจค่ายเพลงยังคงมุ่งบริหารจัดการลิขสิทธิ์และพัฒนาศิลปินภายในสังกัดอย่างต่อเนื่อง

ต้นทุนขาย และบริการ

ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการ เท่ากับ 370.3 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 373.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.9

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 378.8 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.2

ต้นทุนขายและบริการปรับตัวลดลงจากการที่บริษัทฯ ดำเนินการบริหารและควบคุมต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจและระดับรายได้ของบริษัทฯ

กำไรขั้นต้น

ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นรวม เท่ากับ -36.9 ล้านบาท

โดยมีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับร้อยละ -11.1

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 38.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 194.6

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 75.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 148.6

กำไรขั้นต้นปรับตัวลดลงจากรายได้ของทั้งสองธุรกิจที่ลดลง อันเป็นผลจากการปรับโครงสร้างการดำเนินงานภายในของธุรกิจคอมเมอร์ซ และการเข้าสู่ช่วง low season ของธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ ในขณะที่ต้นทุนบางส่วนยังคงเป็นต้นทุนคงที่ ส่งผลให้บริษัทฯ ไม่สามารถปรับลดต้นทุนได้ในสัดส่วนเดียวกับรายได้ที่ลดลง และส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นติดลบ

ค่าใช้จ่าย ในการขาย และบริการ

ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร เท่ากับ 216.2 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 288.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 25.1

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 324.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 33.3

ต้นทุนขายและบริการของบริษัทฯ ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องจากการบริหารต้นทุนและควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านการตลาด การส่งเสริมการขาย การซื้อสื่อโฆษณา ตลอดจนต้นทุนบุคลากร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

ต้นทุน ทางการเงิน

ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงิน เท่ากับ 75.6 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 51.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 47.3

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 49.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 52.6

ต้นทุนทางการเงินปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีการผิन्छชำระหนี้กับสถาบันการเงิน ส่งผลให้ต้นทุนในการจัดหาและบริหารเงินทุนปรับตัวเพิ่มขึ้น

กำไร(ขาดทุน) สุทธิ

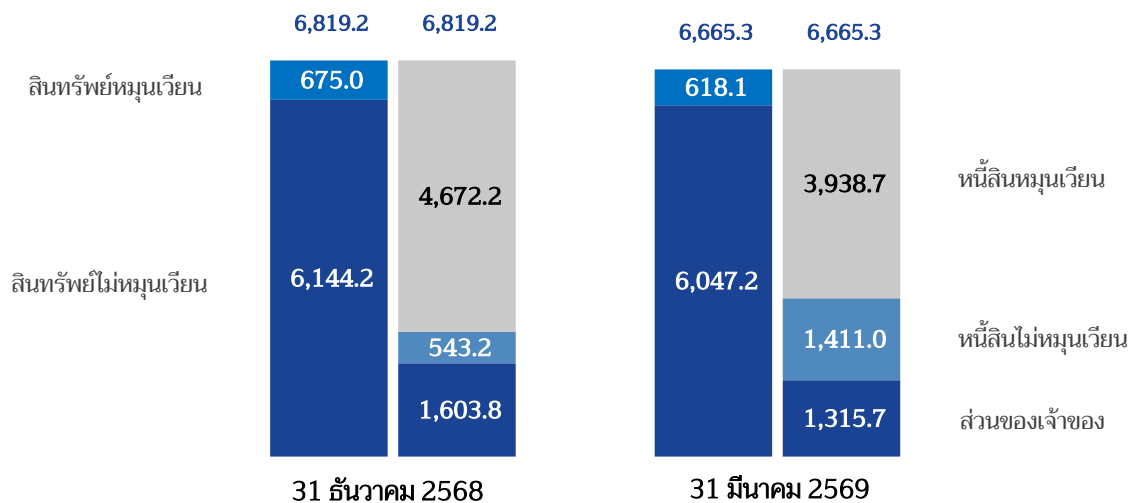
ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีขาดทุนสุทธิ (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท) เท่ากับ 285.2 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ที่ขาดทุนสุทธิ (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท) 579.1 ล้านบาท ขาดทุนลดลง ร้อยละ 50.8

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ที่มีขาดทุนสุทธิ (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท) 274.6 ล้านบาท ขาดทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8

งบแสดงฐานะทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท



สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม เท่ากับ 6,665.3 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 6,819.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.3

บริษัทฯ มีสินทรัพย์หมุนเวียน เท่ากับ 618.1 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 675.0 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8.4

บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน เท่ากับ 6,047.2 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 6,144.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 1.6

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม เท่ากับ 5,349.7 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 5,215.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.6

บริษัทฯ มีหนี้สินหมุนเวียน เท่ากับ 3,938.7 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 4,672.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 15.7

บริษัทฯ มีหนี้สินไม่หมุนเวียน เท่ากับ 1,411.0 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 543.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 159.8

ส่วนของผู้ถือหุ้น

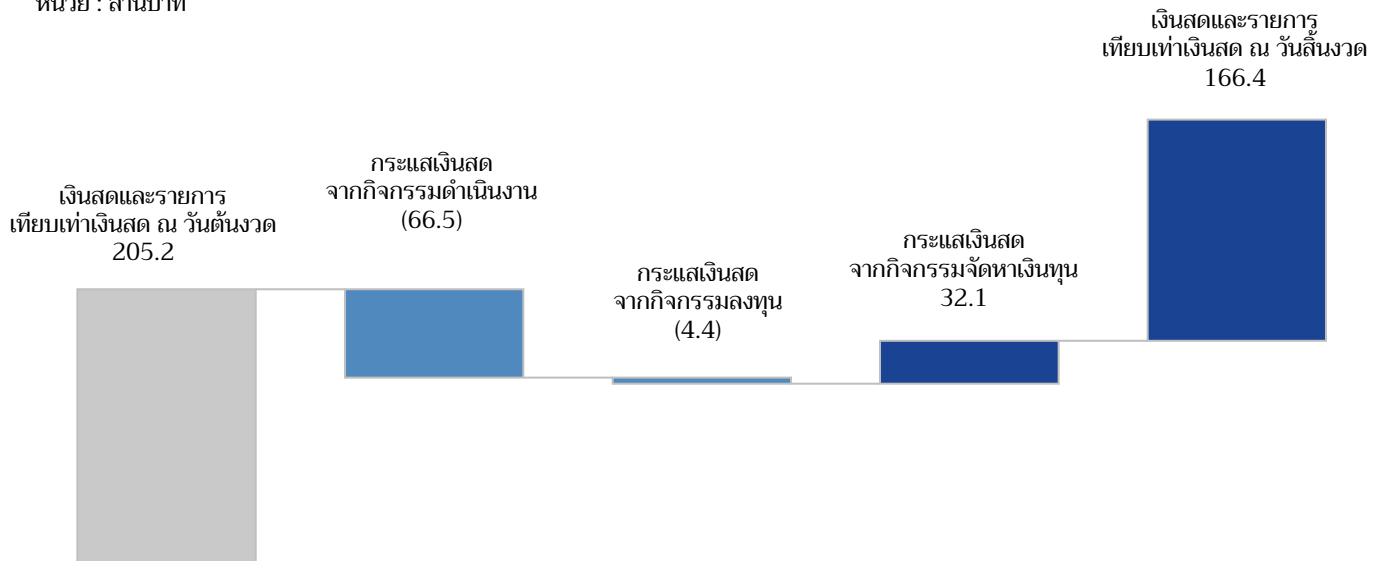
ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1,315.7 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 1,603.8 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18.0

งบกระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท



ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีกระแสเงินสด ดังนี้	หน่วย: ล้านบาท
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นงวด	205.2
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	(66.5)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน	(4.4)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินทุน	32.1
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นงวด	166.4

ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงาน หรือการเติบโตในอนาคต

ปัจจัยในอนาคตที่อาจมีอิทธิพลและผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต ดังนี้

ปัจจัยภายในและการบริหารจัดการองค์กร

ประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน การจัดการซัพพลายเชน การพัฒนานวัตกรรมสินค้าและคอนเทนต์ รวมถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ นอกจากนี้ การรักษาความน่าเชื่อถือของแบรนด์ การพัฒนาบุคลากร และการดำเนินธุรกิจตามหลัก ESG อย่างต่อเนื่อง จะช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนและความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระยะยาว

ปัจจัยภายนอกและสถานะตลาด

การเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศ อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย และกำลังซื้อของผู้บริโภค เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อรายได้ของกลุ่มธุรกิจคอมเมอร์เชียลและธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ ทั้งในด้านยอดขายสินค้าและโฆษณา นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้ช่องทางออนไลน์และให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ประกอบการในประเทศและแพลตฟอร์มดิจิทัลระดับโลก ล้วนเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อทิศทางการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต

พัฒนาการด้านความยั่งยืน

อาร์เอส กรุ๊ป ขับเคลื่อนพันธกิจ "Life Enriching" สู่การสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม

อาร์เอส กรุ๊ป ยังคงยึดถือพันธกิจ "Life Enriching" เป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคนและสังคม โดยในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องทั้งในมิติสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นในการเติบโตอย่างสมดุลและสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

EARTH HOUR 2026

เชิญชวนชาว อาร์เอส กรุ๊ป
ร่วมกันปิดไฟที่ไม่ใช้งานพร้อมกัน 1 ชม.
เสาร์ที่ 28 มี.ค. 69 | 20:30 – 21:30 น.

กิจกรรม Earth Hour 2026

ในวันที่ 28 มีนาคม 2569 อาร์เอส กรุ๊ป ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม Earth Hour 2026 ซึ่งเป็นการรณรงค์ระดับโลกที่ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนร่วมแสดงพลังเพื่อโลก ผ่านการปิดไฟในอาคารสำนักงานของบริษัทฯ ระหว่างเวลา 20.30–21.30 น. พร้อมกับประชาคมโลกทั่วทุกมุม กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงความตระหนักรับผิดชอบของบริษัทฯ ต่อสิ่งแวดล้อม และความมุ่งมั่นในการมีส่วนร่วมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานภายใต้เป้าหมาย RS Net Zero ของกลุ่มอาร์เอสกรุ๊ป

ด้านสิ่งแวดล้อม (ต่อ)

COOL SUMMER FEST 2026

ยังคงเดินหน้าในฐานะ
มิวสิคเฟสติวัลคาร์บอนต่ำ
ตามโครงการ RS NET ZERO



COOL SUMMER FEST 2026 มิวสิคเฟสติวัลคาร์บอนต่ำ ภายใต้โครงการ RS NET ZERO

COOLfahrenheit จัดงาน COOL SUMMER FEST 2026 ในฐานะมิวสิคเฟสติวัลคาร์บอนต่ำอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด "ความสนุกที่ไม่ทิ้งภาระให้โลก" ตามโครงการ RS NET ZERO โดยจัดระบบ คัดแยกขยะ 3 ประเภท ได้แก่ ขยะเศษอาหาร (ผลิตปุ๋ยอินทรีย์) กระจกและขวด PET (สร้างรายได้แก่ชุมชนและลดขยะทะเล) และขยะรีไซเคิล (นำไปแปรรูปต่อ) สะท้อนความมุ่งมั่นขององค์กรว่า "ความสนุก" และ "ความรับผิดชอบต่อโลก" สามารถเกิดขึ้นได้พร้อมกัน

ด้านสังคม



RS NEARBY

ร้านพีกร ม.เกษตร

ร้านอาหารตามสั่งใกล้ ม.เกษตรศาสตร์
ได้รับการโปรโมท ให้ได้รับการรับรู้
ในวงกว้างผ่านสื่อของอาร์เอส



โครงการ "RS Nearby"

อาร์เอส กรุ๊ป ขยายบทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนโดยรอบ ผ่านโครงการ "RS Nearby" ซึ่งเปิดโอกาสให้ร้านค้าและธุรกิจในพื้นที่ใกล้เคียงได้รับการโปรโมทผ่านสื่อและช่องทางของบริษัทฯ โดยในเดือนมีนาคม 2569 บริษัทฯ ได้นำเสนอ "ร้านพีกร ม.เกษตร" ร้านอาหารตามสั่งใกล้มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ให้ได้รับการรับรู้ในวงกว้างผ่านสื่อของอาร์เอส โครงการดังกล่าวสะท้อนแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่มุ่งสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม ด้วยการใช้ศักยภาพทางสื่อของบริษัทฯ เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรม

ด้านสังคม (ต่อ)

RS YOUNGBLOOD

นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เข้าเยี่ยมชมและเรียนรู้ประสบการณ์ตรงจากทีมงาน ULife และ COOLFahrenheit



โครงการ "RS Young Blood" เปิดบ้านต้อนรับนักศึกษา

อาร์เอส กรุ๊ป ดำเนินโครงการ "RS Young Blood" อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทุนมนุษย์และมอบโอกาสทางการเรียนรู้แก่เยาวชน โดยในเดือนมีนาคม 2569 บริษัทฯ ได้ต้อนรับนักศึกษาจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เข้าเยี่ยมชมและรับฟังประสบการณ์ตรงจากทีมงาน ULife และ Cool Fahrenheit ร่วมร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ด้านธุรกิจ การสร้างสรรค์คอนเทนต์ และเส้นทางอาชีพในอุตสาหกรรมสื่อและความบันเทิง เพื่อเป็นแรงบันดาลใจและเตรียมความพร้อมให้แก่เยาวชนในการก้าวสู่ตลาดแรงงานอย่างมีคุณภาพในอนาคต

COOLFahrenheit ร่วมกับ มศว

ให้ นิสิต นักศึกษา เพิ่มพูนทักษะด้าน Creative และ Production ผ่านโครงการ RS YOUNG BLOOD



โครงการ "RS Young Blood" ร่วมกับ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (COSCI SWU)

อาร์เอส กรุ๊ป เปิดพื้นที่ให้นิสิตจากวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (COSCI SWU) ได้ร่วมสร้างสรรค์ Key Visual จจริงสำหรับเวทีคอนเสิร์ต COOL SUMMER FEST 2026 ภายใต้การดูแลของทีมงานมืออาชีพ RS GROUP โดยนิสิตได้เรียนรู้กระบวนการทำงาน ตั้งแต่การวางคอนเซ็ปต์ การออกแบบ ไปจนถึงการผลิตผลงานจริง สะท้อนพันธกิจของบริษัทฯ ในการพัฒนาบุคลากรคุณภาพและลดช่องว่าง ระหว่างภาคการศึกษาและอุตสาหกรรมบันเทิง

ด้านการกำกับกิจการ

อาร์เอส กรุ๊ป ร่วมต่อต้านคอร์รัปชันทุกรูปแบบ ภายใต้ "นโยบายและแนวทางปฏิบัติต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน" รวมถึงได้ผ่านการต่ออายุการรับรองครั้งที่ 1 จากการเป็นสมาชิก CAC เรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้ยังได้ทำการรณรงค์เรื่องนโยบาย "No Gift Policy" ในช่วงเทศกาลปีใหม่ 2569 เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ตั้งมั่นอยู่บนหลักความซื่อสัตย์ โปร่งใส และปราศจากการทุจริตคอร์รัปชัน

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายวิวัฒน์ เวชชบุษกร)
กรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน
ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ

ภาคผนวก (Appendix)

งบการเงิน

หน่วย:ล้านบาท	ไตรมาส 1/2568		ไตรมาส 4/2568		ไตรมาส 1/2569		เปลี่ยนแปลง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	(%YOY)	(%QoQ)
รายได้จากการขายและบริการ	454.7	100.0	412.6	100.0	333.4	80.8	(26.7)	(19.2)
ธุรกิจคอมเมิร์ซ	255.6	56.2	227.2	55.1	199.5	48.3	(22.0)	(12.2)
ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์	197.8	43.5	185.3	44.9	133.0	32.2	(32.8)	(28.3)
รายได้อื่น	1.2	0.3	0.0	0.0	1.0	0.2	(20.1)	2096.5
ต้นทุนขายและบริการ	(378.8)	(83.3)	(373.7)	(90.6)	(370.3)	89.7	(2.2)	(0.9)
กำไรขั้นต้น	75.9	16.7	38.9	9.4	(36.9)	(8.9)	(148.6)	(194.6)
รายได้อื่น ๆ	26.2	5.8	51.9	12.6	21.4	5.2	(18.2)	(58.7)
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	0.7	0.1	(1.2)	(0.3)	2.2	0.5	(234.2)	277.6
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(324.2)	(71.3)	(288.9)	(70.0)	(216.2)	(52.4)	(33.3)	(25.1)
ต้นทุนทางการเงิน	(49.5)	(10.9)	(51.3)	(12.4)	(75.6)	(18.3)	52.6	47.3
ผลประโยชน์ (ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	(7.2)	(1.6)	(329.0)	(79.7)	16.9	4.1	(333.7)	(105.1)
กำไร/(ขาดทุน) ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของ บริษัท	(274.6)	(60.4)	(579.1)	(140.4)	(285.2)	(69.1)	3.8	(50.8)
กำไร/(ขาดทุน) ไม่รวมรายการพิเศษ	(274.6)	(60.4)	(200.1)	(48.5)	(285.2)	(69.1)	3.8	(42.6)

หมายเหตุ :

- ไตรมาส 4/2568 มีรายการพิเศษ ดังนี้ ขาดทุนจากการด้อยค่าสินทรัพย์ไม่มีตัวตน 15.7 ล้านบาท, ขาดทุนจากการด้อยค่าความนิยม 32.7 ล้านบาท, ขาดทุนจากการกลับรายการสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี 330.7 ล้านบาท