



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

คำอธิบาย และวิเคราะห์ ของฝ่ายจัดการ

สำหรับผลการดำเนินงาน
ไตรมาส 2/2569

สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

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



ภาพรวมโดยสรุป



ช่อง 8 จัดกิจกรรม On ground event : ช่อง 8 พลาซ่า ตลาดไฮโซ ไฮโซใหญ่



ช่อง 8 จัดกิจกรรม On ground event : แซ่บซิ่ง อีสานตลาดแตก



Well u ออกผลิตภัณฑ์ใหม่



ULife จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ด้านสุขภาพ

RS MUSIC-X

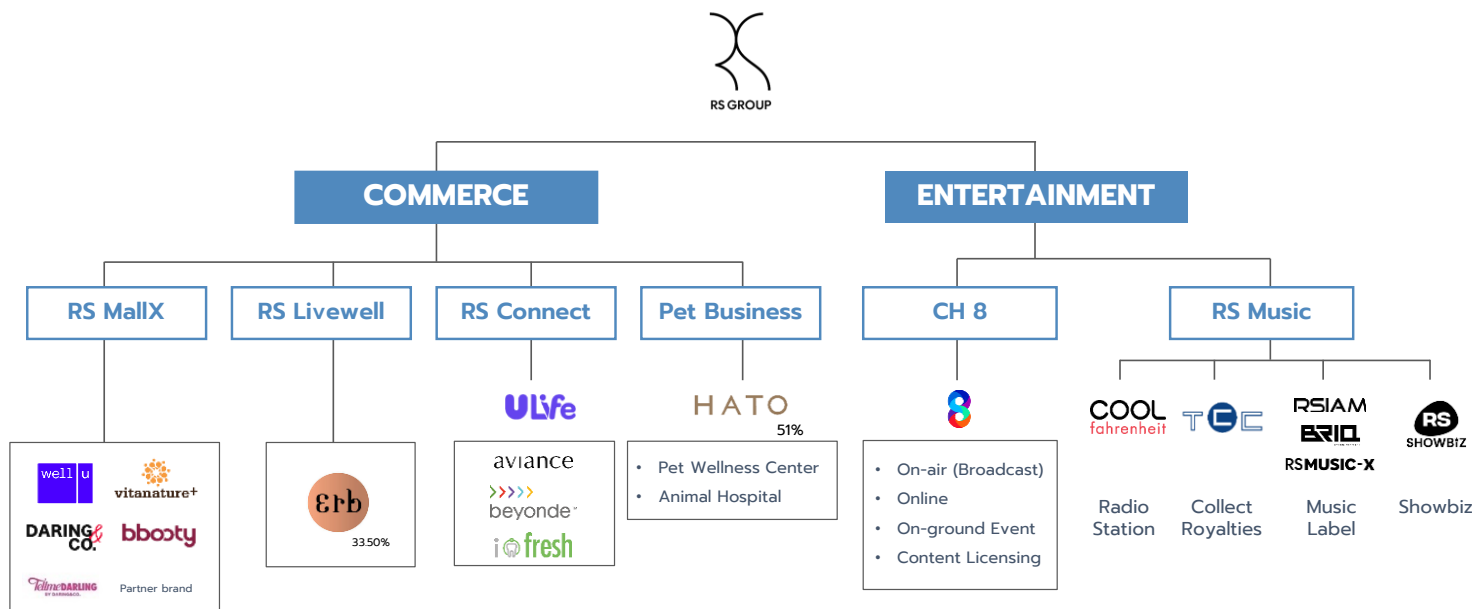


RS Music เปิดตัวโปรเจกต์พัฒนาศิลปินรูปแบบใหม่ Artist Icon

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

โครงสร้างธุรกิจ

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



1. ธุรกิจคอมเมอร์ซ

ดำเนินธุรกิจครอบคลุมทั้งในด้านสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลากหลายกลุ่ม

โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ (1) RS MallX และ Livewell, (2) RS Connect (ULife) และ (3) Pet Business ดังนี้

1. RS Mallx และ RS Livewell

บริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างการดำเนินงานของธุรกิจคอมเมอร์ซ โดยแยกบทบาทของ RS Mallx และ RS Livewell ให้มีความชัดเจนมากขึ้น ด้วยการรวมศูนย์การดำเนินงานของ Product Company เดิม และช่องทางการจัดจำหน่ายมาอยู่ภายใต้ RS Mallx เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ลดความซ้ำซ้อนของการดำเนินงาน และเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารต้นทุนและช่องทางการจัดจำหน่าย

- **RS Mallx** : ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยมี Telesales เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก ควบคู่กับช่องทาง Modern Trade, Traditional Trade และ E-Commerce เพื่อเพิ่มความครอบคลุมในการเข้าถึงผู้บริโภค นอกจากนี้ RS Mallx ยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของ Product Company โดยบริหารผลิตภัณฑ์ทั้งที่เป็นแบรนด์ของบริษัทฯ (Own Brand) และ ผลิตภัณฑ์จากพันธมิตร (Partner Brand) โดยผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ ประกอบด้วย

- Well u ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแบบองค์รวมที่ผสานวิทยาศาสตร์และธรรมชาติ
- Vitanature+ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพรคุณภาพสูงที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล
- Daring & Co. ผลิตภัณฑ์ความงามนวัตกรรมที่ทันสมัย มุ่งเสริมความมั่นใจและบุคลิกภาพ
- bbooty แบ่งผู้บริโภคเป็นวัยที่มุ่งสร้างความมั่นใจและตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่
- TellmeDarling แปรนด์ความงามภายใต้กลยุทธ์ Music Marketing ที่เชื่อมโยงไลฟ์สไตล์และดนตรี

ขณะที่ Partner Brand เป็นผลิตภัณฑ์จากพันธมิตรทางธุรกิจที่นำมาจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ

- **RS Livewell** : ปัจจุบันมุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจผลิตภัณฑ์ โดยเป็นผู้ถือหุ้นของ บริษัท เอ็บ เวลเนส จำกัด ซึ่งเป็นผู้พัฒนาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ เอ็บ (Erb)

โครงสร้างธุรกิจ (ต่อ)

2. RS Connect (ULife)

- **ULife** ธุรกิจพาณิชย์การจำหน่ายสินค้าในรูปแบบขายตรงซึ่งบริหารจัดการโดยบริษัทฯ โดยใช้แบรนด์และผลิตภัณฑ์ของบริษัทเองเป็นหลัก เช่น Beyonde, 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” โดยมุ่งเน้นการนำเสนอคอนเทนต์หลากหลายรูปแบบเพื่อตอบโจทย์ผู้ชมในวงกว้าง โดยแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- **รายการโทรทัศน์** ผลิตและออกอากาศรายการคุณภาพหลากหลายประเภท ได้แก่ รายการข่าว รายการกีฬา ละคร ซีรีส์ และวาไรตี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- **คอนเทนต์ข่าว** ดำเนินการผลิตรายการข่าวที่ครอบคลุมประเด็นทั่วไป การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม โดยเน้นความถูกต้อง เที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ ภายใต้สโลแกน “ข่าวช่อง 8 ที่นี่ของจริง”
- **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 ซึ่งเน้นตลาดคนรุ่นใหม่, RSIAM ซึ่งมีจุดแข็งในกลุ่มเพลงลูกทุ่งและเพลงตลาดแมส และ RS Music-X ที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในกระบวนการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานเพลง นอกจากนี้ยังมีการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

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

ภาพรวมเศรษฐกิจ

ภาพรวมเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจไทยในปี 2569 มีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 2.0 โดยได้รับแรงสนับสนุนจากสถานการณ์ความตึงเครียดในตะวันออกกลางที่เริ่มคลี่คลาย ส่งผลให้ราคาพลังงานปรับลดลง ช่วยบรรเทาต้นทุนภาคธุรกิจและสนับสนุนการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ประกอบกับการส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และการลงทุนจากต่างประเทศในบางอุตสาหกรรมยังขยายตัวได้ดี อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจไทยยังเผชิญข้อจำกัดจากกำลังซื้อภาคครัวเรือนที่ฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ภาวะเงินเฟ้อที่ยังตึงตัว และการฟื้นตัวที่ไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะกลุ่ม SMEs ส่งผลให้การเติบโตของเศรษฐกิจไทยยังอยู่ในระดับจำกัดในระยะต่อไป

ภาพรวมอุตสาหกรรม

ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อและโฆษณา

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 อุตสาหกรรมสื่อและโฆษณาของไทยยังได้รับแรงกดดันจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ชะลอตัว กำลังซื้อผู้บริโภคที่อ่อนแอ และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้ผู้ประกอบการใช้งบประมาณด้านการตลาดอย่างระมัดระวัง โดย MI GROUP รายงานว่าเม็ดเงินโฆษณาช่วง 5 เดือนแรกของปีลดลงร้อยละ 4.48 ขณะที่ MAAT รายงานว่าเม็ดเงินโฆษณาช่วง 2 เดือนแรกลดลงร้อยละ 1.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สำหรับครึ่งหลังของปี คาดว่าอุตสาหกรรมจะทยอยฟื้นตัวจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ภาคการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการตลาดช่วงปลายปี อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวยังคงเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่งผลให้ MI GROUP ปรับลดประมาณการเม็ดเงินโฆษณานปี 2569 เหลือประมาณ 83,869 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 1.3 จากปีก่อน

ภาพรวมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไทยยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง จากกระแสการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Health) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น โดยข้อมูลจาก TCELS ระบุว่า ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไทยในปี 2567 มีมูลค่าประมาณ 85,638 ล้านบาท และเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.5 ต่อปี ทั้งนี้ การเติบโตของตลาดได้รับแรงสนับสนุนจากความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์เฉพาะกลุ่ม การขยายตัวของช่องทางออนไลน์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ตลาดยังมีการแข่งขันสูงและผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพ มาตรฐาน และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์มากขึ้น

ข้อมูลภาพรวมอุตสาหกรรม - ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC)

ข้อมูลภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อและเม็ดเงินโฆษณา - Brand Buffet

เหตุการณ์ที่สำคัญในไตรมาสที่ผ่านมา

ภาพรวมบริษัท

● การผิณัดชำระหนี้ต่อสถาบันการเงิน

วันที่ 19 พฤษภาคม 2569 ตลาดหลักทรัพย์ได้มีการขึ้นเครื่องหมาย CB (Caution – Business) ของหลักทรัพย์ RS เนื่องจากบริษัทฯ และบริษัทย่อย มีเหตุผิณัดชำระหนี้สถาบันการเงินแห่งหนึ่ง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อมุมมองด้านฐานะการเงินของกลุ่มบริษัทได้

โดยการผิณัดชำระหนี้เกิดจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจ กลุ่มบริษัทจึงยังไม่สามารถดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ได้ ส่งผลให้กระแสเงินสดหมุนเวียนในกิจการของทั้งกลุ่มบริษัทขาดสภาพคล่องชั่วคราว นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังอยู่ในระหว่างการเจรจาเงื่อนไขการปรับโครงสร้างหนี้ที่ครบกำหนดแล้วกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง จึงเป็นเหตุให้เกิดการผิณัดชำระหนี้สัญญาใช้เงินจำนวนรวม 317.37 ล้านบาท ซึ่งรายการดังกล่าวได้บันทึกเป็นเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินและดอกเบี้ยค้างจ่ายไว้ในฐานะการเงินรวมและเฉพาะบริษัทแล้ว

อย่างไรก็ตาม เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2569 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเจรจาเงื่อนไขกับสถาบันการเงินที่มีการผิณัดชำระหนี้เป็นผลสำเร็จ และปัจจุบันบริษัทฯ ไม่ได้มีเหตุผิณัดชำระหนี้กับสถาบันการเงิน

● การลดทุนจดทะเบียน

ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2569 มีมติอนุมัติลดทุนจดทะเบียน โดยการตัดหุ้นสามัญที่เหลือจากการจัดสรรไว้เพื่อรองรับการใช้สิทธิและปรับสิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 5 (RS-W5)

และเพื่อให้ทุนจดทะเบียนและทุนชำระของบริษัทฯ มีมูลค่าเท่ากัน ดังนั้น บริษัทฯ จึงลดทุนจดทะเบียนจำนวน 91,334,522.50 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 1,182,443,653.00 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 1,091,109,130.50 บาท โดยการตัดหุ้นสามัญจดทะเบียนที่ยังมิได้นำออกจำหน่ายจำนวน 182,669,045 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท และการแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิของบริษัท ข้อ 4. เพื่อให้สอดคล้องกับการลดทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ

● การจัดตั้งบริษัทย่อย

บริษัทฯ ได้จัดตั้ง บริษัท อาร์เอสมิวสิก-เอ็กซ์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยใหม่ เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจเพลงแบบครบวงจร ตั้งแต่การผลิตจนถึงการนำเสนอผลงานเพลง โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.98 ของทุนจดทะเบียน มูลค่า 1,000,000 บาท การจัดตั้งบริษัทย่อยดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ขยายโอกาสทางธุรกิจ และต่อยอดศักยภาพการเติบโตของธุรกิจดนตรี โดยรายการดังกล่าว ไม่เข้าข่ายการเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกัน

เหตุการณ์ที่สำคัญในไตรมาสที่ผ่านมา (ต่อ)

ภาพรวมบริษัท (ต่อ)

● การปรับโครงสร้างการลงทุน

บริษัทฯ รายงานข่าวต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่องการปรับโครงสร้างการลงทุนในบริษัทย่อย และการเปลี่ยนสถานะของบริษัท

>> กรณี บริษัท อันดามัน เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

บริษัท อันดามัน เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (บริษัทย่อย) ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ลดทุนจดทะเบียนจากเดิม 100,000,000 บาท (แบ่งเป็น 10,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท) เป็นทุนจดทะเบียนใหม่ 52,750,000 บาท (แบ่งเป็น 5,275,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท)

โดยการลดทุนจดทะเบียนมีสาเหตุจาก ในปัจจุบัน บริษัทย่อยนี้ยังไม่มี การดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญและ ยังไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้เงินทุนเป็นจำนวนมากในอนาคตอันใกล้ โดยเงินส่วนเกินที่เหลือจากการ ลดทุนดังกล่าวได้นำส่งคืนให้แก่ผู้ถือหุ้นตามสัดส่วนต่อไป ทั้งนี้ จากการลดเงินลงทุนดังกล่าว บริษัทย่อยนี้ ยังคงสถานะการเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ เช่นเดิม เนื่องจากการลดทุนตามสัดส่วน

>> กรณี บริษัท อาร์เอส ลิฟเวลล์ จำกัด

บริษัท อาร์เอส ลิฟเวลล์ จำกัด (บริษัทย่อย) ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของ ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว จำหน่ายหุ้นสามัญของบริษัท เอ็ม เวลเนส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น ในสัดส่วนร้อยละ 80.00 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว โดยเป็นการจำหน่ายหุ้นสามัญที่ถืออยู่บางส่วน ให้แก่ทรัสต์ เพื่อประกอบกิจการการเงินร่วมลงทุน ควอดริกา ทู (Quadriga2) โดยมีมูลค่าซื้อขายทั้งสิ้น เท่ากับ 75.00 ล้านบาท

(ข้อมูลเพิ่มเติมตามหมายเหตุประกอบงบข้อ 11 เงินลงทุนในบริษัทย่อย-สุทธิ)

ธุรกิจคอมเมิร์ซ

● การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

บริษัทฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงไตรมาส 2 ปี 2569 แปรนด์ Well u โดยเปิดตัวผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใหม่ Well u Mag Z Magnesium 7 in 1 Complex และ เพื่อขยาย กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้าน Wellness และตอบรับความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ มากขึ้น



เหตุการณ์ที่สำคัญในไตรมาสที่ผ่านมา (ต่อ)

ธุรกิจคอมเมิร์ซ (ต่อ)

● การส่งเสริมธุรกิจ ULife และการสร้างการรับรู้ด้านสุขภาพ

การส่งเสริมธุรกิจ ULife และการสร้างการรับรู้ด้านสุขภาพบริษัทฯ เดินหน้าส่งเสริมแนวคิดการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Healthcare) ภายใต้ธุรกิจ ULife ผ่านการจัดกิจกรรม “Reset Your Life Season 3 : Sleep to Live Longer” และ “Reset Your Life Season 4 : Reset Inflammation” เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านสุขภาพและสร้างความตระหนักถึงการดูแลสุขภาพอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำ Health Buddy เข้าร่วมงาน Thailand Wellness & Healthcare Expo 2026 เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการและประสบการณ์ด้านสุขภาพสำหรับผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวทางการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและการมีสุขภาพที่ยืนยาวอย่างมีคุณภาพ (Healthy Longevity)



ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์

● RS Music เปิดตัวโปรเจกต์พัฒนาศิลปินรูปแบบใหม่ Artist Icon

RS Music X ได้เปิดตัวโครงการ Artist Icon พร้อมแนะนำศิลปินรุ่นแรกจำนวน 6 ศิลปิน ได้แก่ ทามินท์ (TAMIN), ลูน่า (LUNA), อะริน (ARYN), สเตลล่า (STELLA), นัวร์ (NOIR) และ จอยจอย (JOYJOY) โดยทยอยเปิดตัวผลงานเพลง "เก็บตะวัน 2026" ของ TAMIN, "รักเธอได้ไหม" ของ LUNA และ "หลงรักไปแล้วหะ" ของ ARYN เพื่อขยายพอร์ตศิลปินและสร้างทรัพย์สินทางปัญญา รูปแบบใหม่ของบริษัท ต่อยอดสู่การสร้างรายได้ผ่านผลงานเพลง คอนเทนต์ดิจิทัล และกิจกรรมทางการตลาดในอนาคต



เหตุการณ์ที่สำคัญในไตรมาสที่ผ่านมา (ต่อ)

ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ (ต่อ)

- ในช่วงที่ผ่านมา ช่อง 8 ยังคงจัดกิจกรรมภาคสนาม (On ground event) อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชมและขยายการรับรู้แบรนด์ ผ่านกิจกรรมในรูปแบบที่หลากหลาย ได้แก่



สงคราม 2 Gen กิจกรรมความบันเทิงในรูปแบบการแข่งขันทางดนตรีที่รวบรวมศิลปินระดับตำนานและศิลปินรุ่นใหม่มาร่วมประชันการแสดงบนเวที เพื่อสร้างความบันเทิงและเชื่อมโยงผู้ชมหลากหลายช่วงวัย



แซ่บซิ่งอีสานตลาดแตก กิจกรรมโรดโชว์ ที่ยกขบวนศิลปินลูกทุ่งและหมอลำลงพื้นที่จัดการแสดงดนตรีสดตามจังหวัดต่างๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเข้าถึงผู้ชมในภูมิภาคและสร้างการมีส่วนร่วมกับแฟนรายการอย่างใกล้ชิด

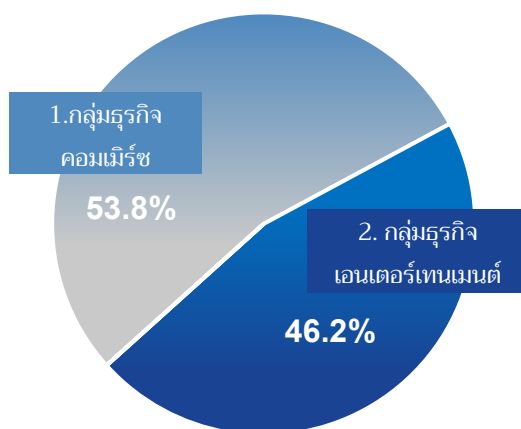


8 พลาซ่า ตลาดไชโย ไชโยใหญ่ กิจกรรมที่ผสมผสานความบันเทิงเข้ากับการส่งเสริมการค้า โดยความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ นำเสนอการแสดงจากศิลปินของช่อง 8 ควบคู่กับการเปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

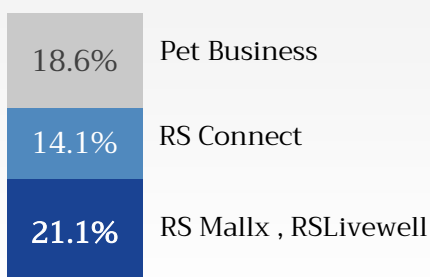
เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับผู้เข้าร่วมงานและเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของทั้งสองฝ่ายกิจกรรมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการสร้างการรับรู้แบรนด์ เสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชม และต่อยอดโอกาสทางธุรกิจผ่านการเชื่อมโยงสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และกิจกรรมออฟไลน์อย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 2/2569

โครงสร้างรายได้



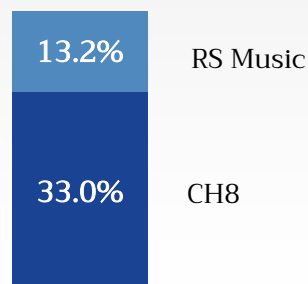
รายได้รวม 347.8 ล้านบาท



กลุ่มธุรกิจที่ 1 : กลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ (ร้อยละ 53.8)

รายได้จากกลุ่มธุรกิจกลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ มาจาก 3 ประเภท ได้แก่

1. RS Mallx, Livewell เป็นสัดส่วน ร้อยละ 21.1 ของรายได้รวม
2. RS Connect เป็นสัดส่วน ร้อยละ 14.1 ของรายได้รวม
3. Pet Business เป็นสัดส่วน ร้อยละ 18.6 ของรายได้รวม



กลุ่มธุรกิจที่ 2 : กลุ่มธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ (ร้อยละ 46.2)

รายได้จากกลุ่มธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ กิจกรรม 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ธุรกิจดิจิทัลทีวี (ช่อง 8)
CH8 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.0 ของรายได้รวม
2. ธุรกิจเพลง
RS Music เป็นสัดส่วนร้อยละ 13.2 ของรายได้รวม

รายได้จากการขายหรือบริการ

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้รวม เท่ากับ 347.8 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 331.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 481.0 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 27.7

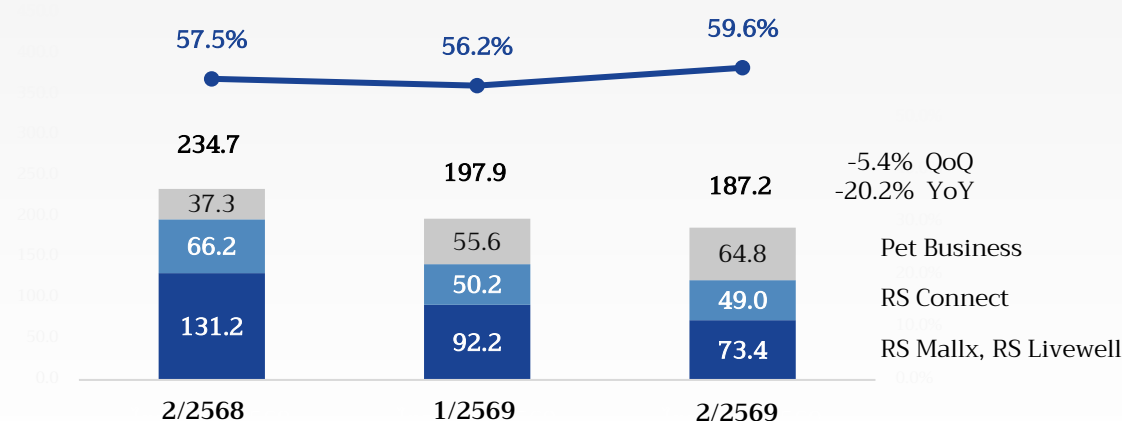
กลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากธุรกิจคอมเมิร์ซเท่ากับ 187.2 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 197.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.4

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ที่ 234.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 20.2

หน่วย : ล้านบาท



RS Mallx, Livewell

- ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 73.4 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสก่อนร้อยละ 20.4 และลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 44.1 รายได้ในไตรมาสนี้ปรับตัวลดลง ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการปรับกลยุทธ์ด้านราคา โดยบริษัทฯ ได้ปรับระดับราคาสินค้าในแต่ละช่องทางการจำหน่ายให้มีความสอดคล้องกันมากขึ้น เพื่อลดความแตกต่างของราคาสินค้าระหว่างช่องทาง และมีการควบคุมการขายผ่านช่องทาง Traditional Trade มากขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารช่องทางการขายหลักอย่าง Telesales นอกจากนี้ การรับรู้รายได้จากบริษัท เอ็บ เวลเนส จำกัด (Erb) ในงบการเงินรวม มีการรับรู้รายได้ถึงกลางเดือนพฤษภาคม 2569 เนื่องจากบริษัทฯ ได้เปลี่ยนสถานะจากบริษัทย่อยเป็นบริษัทร่วม

RS Connect

- ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 49.0 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสก่อนร้อยละ 2.3 และ ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 26.0

Pet Business

- ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 64.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนร้อยละ 16.6 และ เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 73.8 รายได้จากการให้บริการทรงตัวเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากการที่บริษัทฯ ปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการภายใน ส่งผลให้ผลการดำเนินงานมีเสถียรภาพมากขึ้น ขณะที่รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงยังคงขยายตัวต่อเนื่อง แม้ได้รับผลกระทบจากค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์มที่ปรับตัวสูงขึ้น

กลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ (ต่อ)

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจคอมเมิร์ซอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการบริหารช่องทางการจำหน่าย การพัฒนาพอร์ตผลิตภัณฑ์ และการบริหารต้นทุนอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมความคล่องตัวในการดำเนินงานและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ โดยบริษัทฯ มีภาพรวมแผนการดำเนินงานในปี 2569 ดังนี้

RS Mallx, Livewell

- บริษัทฯ มุ่งเน้นช่องทาง Telesales เป็นช่องทางการจำหน่ายหลัก โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการฐานข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม พร้อมทั้งจัดทำแคมเปญส่งเสริมการขายและโปรโมชั่นเฉพาะช่องทาง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขาย นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งผลักดันการจำหน่ายสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ในหมวด Personal Care และ Skincare ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม และดำเนินกิจกรรมเชิงรุกเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ที่มีศักยภาพในการซื้อ
- ในส่วนของช่องทาง E-Commerce บริษัทฯ ยังคงขยายการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่หลากหลาย โดยมุ่งเพิ่มสัดส่วนการขายผ่านช่องทางที่มีโครงสร้างค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม อาทิ LINE Shopping พร้อมทั้งศึกษาการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านต้นทุน และนำข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของลูกค้ามาวิเคราะห์เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ รวมถึงเพิ่มมูลค่าการซื้อเฉลี่ยต่อคำสั่งซื้อ
- สำหรับช่องทาง Modern Trade บริษัทฯ มุ่งขยายการกระจายสินค้าผ่านเครือข่ายร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยผลักดันผลิตภัณฑ์ที่มียอดจำหน่ายดีเข้าสู่สาขาเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคและสนับสนุนการเติบโตของยอดขายในระยะยาว
- สำหรับครึ่งปีหลัง บริษัทฯ มีแผนจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Big Thanks Big Bonus ผ่านช่องทาง Telesales เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ โดยลูกค้าที่มียอดซื้อสูงจะได้รับสิทธิประโยชน์และของสมนาคุณเพิ่มเติมตามเงื่อนไขของรายการ ซึ่งคาดว่าจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของยอดขายผ่านช่องทางดังกล่าว

RS Connect

- บริษัทฯ อยู่ระหว่างพัฒนาโมเดลการขายรูปแบบใหม่เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคและสนับสนุนการเติบโตของเครือข่ายธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการพัฒนาและปรับปรุงระบบหลังบ้านเพื่อรองรับการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ได้ดียิ่งขึ้น เพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน และลดต้นทุนด้านระบบ

Pet Business

- ธุรกิจสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ HATO ยังคงมุ่งปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการเติบโตของรายได้ โดยในปี 2569 บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าพัฒนาแนวทางการดำเนินงานดังกล่าว ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตอบโจทยความต้องการของลูกค้า รวมถึงการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์

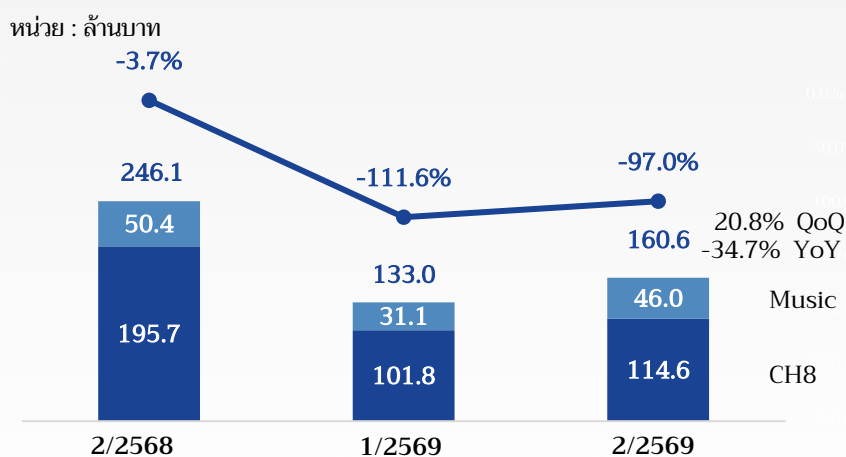
รายได้จากการขายหรือบริการ (ต่อ)

กลุ่มธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์เท่ากับ 160.6 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 133.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.8

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ที่ 246.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 34.7



ธุรกิจทีวีดิจิทัล (ช่อง 8)

- ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 114.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนร้อยละ 12.6 แต่ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 41.1 รายได้ปรับตัวลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการปรับลดการใช้เม็ดเงินโฆษณาในอุตสาหกรรม ส่งผลให้รายได้จากการโฆษณาปรับตัวลดลง แม้ว่ารายได้จากช่องทางออนไลน์จะเติบโตขึ้น แต่ยังไม่สามารถชดเชยรายได้ที่ลดลงได้ทั้งหมด ประกอบกับรายได้จากกิจกรรม On ground event ในไตรมาสนี้ลดลงตามจำนวนกิจกรรมที่ลดลง อย่างไรก็ตาม ในไตรมาสนี้ บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ ซึ่งช่วยสนับสนุนรายได้ของธุรกิจ

ธุรกิจเพลง

- ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 46.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนร้อยละ 47.6 แต่ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 8.8 แม้รายได้จากสื่อวิทยุ Cool Fahrenheit ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเม็ดเงินโฆษณาในอุตสาหกรรม ส่งผลให้รายได้ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม รายได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนเนื่องจากบริษัทฯ รับรู้รายได้จากกิจกรรม Cool Summer Fest 2026 ซึ่งช่วยสนับสนุนรายได้ของธุรกิจในไตรมาสนี้
- ในช่วงที่ผ่านมา ธุรกิจเพลงได้เปิดตัวโครงการ Artist Icon เพื่อพัฒนาศิลปินในรูปแบบใหม่ โดยนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงาน ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวอยู่ระหว่างการพัฒนาและเริ่มดำเนินการทดลองตลาด เพื่อประเมินผลตอบแทนและพัฒนากระบวนการนำเสนอผลงานให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมบันเทิง

กลุ่มธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ (ต่อ)

บริษัทฯ ยังคงมุ่งดำเนินธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์โดยให้ความสำคัญกับการบริหารพอร์ตคอนเทนต์และการต่อยอดทรัพย์สินทางปัญญาให้เกิดประโยชน์สูงสุด ควบคู่กับการปรับรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและทิศทางอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ มีภาพรวมแผนการดำเนินงานในปี 2569 ดังนี้

ธุรกิจทีวีดิจิทัล (ช่อง 8)

- บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าพัฒนาคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นคอนเทนต์ข่าวเพื่อสร้างความแข็งแกร่งของช่อง 8 และตอบสนองพฤติกรรมผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมขยายการนำเสนอคอนเทนต์ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้ชมและต่อยอดโอกาสในการสร้างรายได้จากแพลตฟอร์มดิจิทัล
- บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าจัดกิจกรรม On ground event เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชมและเสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ โดยกิจกรรมที่ผ่านมาได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้เข้าร่วมงาน ทั้งนี้ ในช่วงครึ่งปีหลัง บริษัทฯ มีแผนจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น ช่อง 8 พลาซ่า เดอะ ลด-เตอร์รี่เดย์, แซ่บซิ่งอีสานตลาดแตก, แซ่บซิ่งมิวสิคเฟสติวัล และ Lonely Loud Fest 2 เป็นต้น

ธุรกิจเพลง

- บริษัทฯ ยังคงดำเนินธุรกิจวิทยุผ่านสถานี COOL Fahrenheit 93 FM ควบคู่กับช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังและรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป โดยยังคงจัดกิจกรรม On ground event อย่างต่อเนื่อง โดยมีกิจกรรมในช่วงครึ่งปีหลัง เช่น Cool Outing Japan Kyushu, Cool Dish Celebrity, Cool Outing Japan Kansai, Cool Food Fair เป็นต้น
- ธุรกิจเพลง ภายหลังการเปิดตัวโปรเจกต์ Artist Icon ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคและสังคมในวงกว้าง โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในกระบวนการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงาน บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการนำเทคโนโลยีมาผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ด้านธุรกิจเพลง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาศิลปินและสร้างรูปแบบคอนเทนต์ใหม่ๆ โดยในช่วงครึ่งปีหลัง บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าพัฒนาโครงการดังกล่าว พร้อมทยอยเผยแพร่ผลงานเพลงและ Music Video ของศิลปินแต่ละรายอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้และขยายฐานผู้ติดตามในวงกว้างมากขึ้น

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการ เท่ากับ 393.7 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 369.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 357.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.2

ต้นทุนขายและบริการปรับตัวเพิ่มขึ้นจากรายได้ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงดำเนินการตามแนวทางการบริหารและความคุ้มค่าต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจและระดับรายได้ของบริษัทฯ

กำไรขั้นต้น

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นรวม เท่ากับ -45.9 ล้านบาท

โดยมีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับร้อยละ -13.2

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ -38.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 20.5

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 124.0 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 137.0

กำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการรับรู้ค่าตัดจำหน่ายสัมปทานและลิขสิทธิ์คอนเทนเนอร์ อย่างไรก็ดี หากไม่รวมผลกระทบจากรายการดังกล่าว ธุรกิจคอมเมอร์เชียลและธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้นจากการบริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ค่าใช้จ่าย ในการขาย และบริหาร

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร เท่ากับ 199.2 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 215.6 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7.6

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 310.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 35.9

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของบริษัทฯ ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง จากการบริหารต้นทุนและความคุ้มค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยธุรกิจคอมเมอร์เชียลได้รับสัดส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางที่มีค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์มต่ำลง ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการขายลดลง ควบคู่กับการบริหารค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและต้นทุนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ต้นทุน ทางการเงิน

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงิน เท่ากับ 50.8 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 57.6 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.7

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 48.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9

โดยบริษัทฯ ได้ปรับปรุงการคำนวณดอกเบี้ยภายหลังการปรับโครงสร้างหนี้ ส่งผลให้มีการปรับปรุงต้นทุนทางการเงินของงวดเปรียบเทียบย้อนหลัง (Restatement)

กำไร(ขาดทุน) สุทธิ

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีขาดทุนสุทธิ (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท) เท่ากับ 187.6 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ที่ขาดทุนสุทธิ (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท) 265.6 ล้านบาท ขาดทุนลดลงร้อยละ 29.3

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ที่มีขาดทุนสุทธิ (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท) 229.2 ล้านบาท ขาดทุนลดลงร้อยละ 18.1

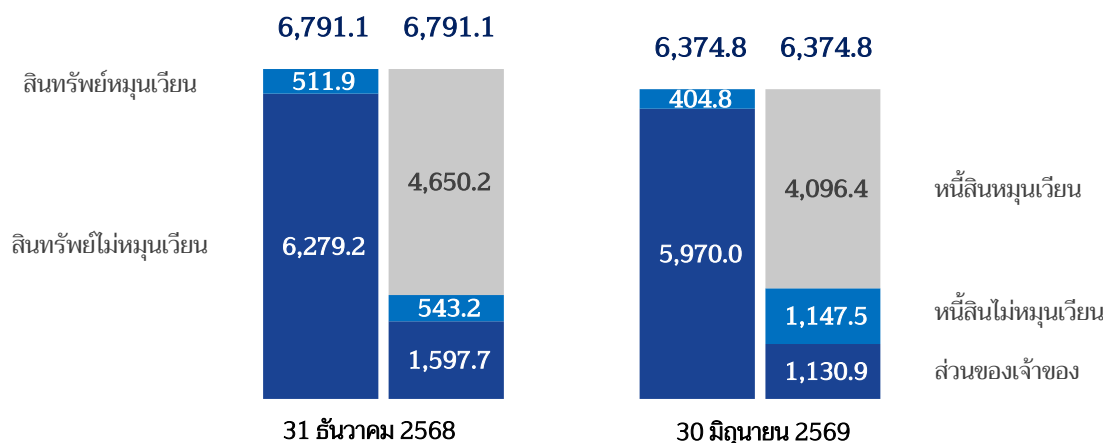
หากไม่รวมรายการพิเศษ กำไรจากการขายเงินลงทุนใน บริษัท เอ็ม เวลเนส จำนวน 84.8 ล้านบาท บริษัทฯ จะมีขาดทุนสุทธิ (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท) 272.5 ล้านบาท

หมายเหตุ :

- ไตรมาส 2 ปี 2569 มีรายการพิเศษคือ กำไรพิเศษจากการขายเงินลงทุนใน บจ.เอ็ม เวลเนส จำนวน 84.8 ล้านบาท
- บริษัทฯ มีการปรับปรุงรายการที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกผลกระทบและดอกเบี้ยจ่ายจากการทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ในระหว่างปี 2568 โดยมีการรับรู้กำไรจากการปรับโครงสร้างหนี้ต่ำไปและรับรู้ต้นทุนทางการเงินสูงไป
- กลุ่มบริษัทฯ มีการปรับปรุงรายการที่เกี่ยวข้องกับการฝากขายสินค้าของบริษัทย่อยทางอ้อมแห่งหนึ่ง โดยมีการรับรู้รายได้จากการขายและต้นทุนขายที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2568 สูงไป

งบแสดงฐานะทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม เท่ากับ 6,374.8 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 6,791.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6.1

บริษัทฯ มีสินทรัพย์หมุนเวียน เท่ากับ 404.8 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 511.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 20.9

บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน เท่ากับ 5,970.0 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 6,279.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.9

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม เท่ากับ 5,243.9 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 5,193.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.0

บริษัทฯ มีหนี้สินหมุนเวียน เท่ากับ 4,096.4 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 4,650.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.9

บริษัทฯ มีหนี้สินไม่หมุนเวียน เท่ากับ 1,147.5 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 543.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 111.2

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

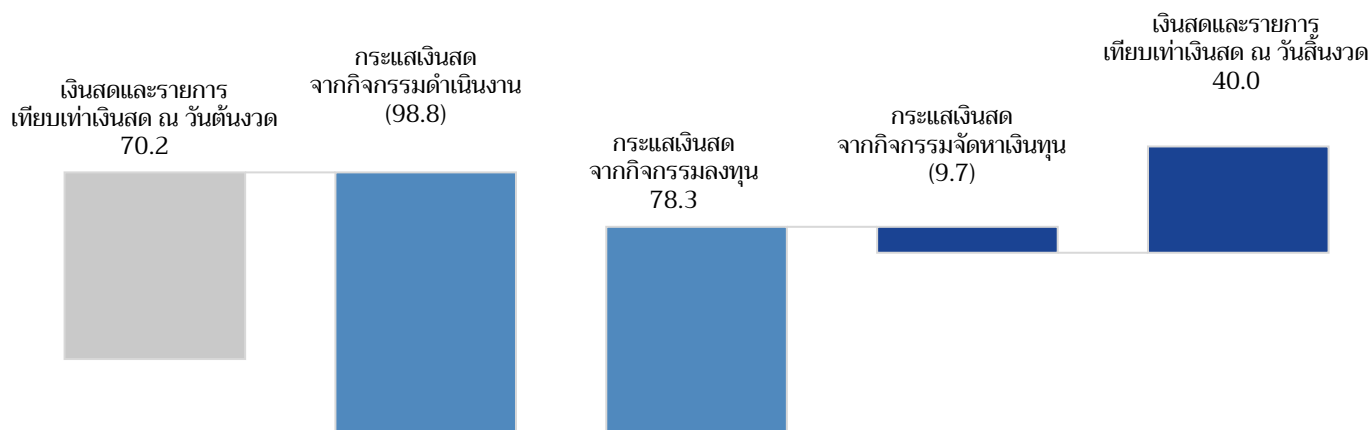
บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1,130.9 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 1,597.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 29.2

หมายเหตุ : บริษัทฯ มีการปรับปรุงข้อมูลทางการเงินย้อนหลัง

- บริษัทฯ มีการปรับปรุงรายการที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกผลกระทบและดอกเบี้ยจ่ายจากการทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ในระหว่างปี 2568 โดยมีการรับรู้กำไรจากการปรับโครงสร้างหนี้ต่ำไปและรับรู้ต้นทุนทางการเงินสูงไป
- กลุ่มบริษัทฯ มีการปรับปรุงรายการที่เกี่ยวข้องกับการฝากขายสินค้าของบริษัทย่อยทางอ้อมแห่งหนึ่ง โดยมีการรับรู้รายได้จากการขายและต้นทุนขายที่เกิดขึ้น ในระหว่างปี 2568 สูงไป
- บริษัทฯ มีการจัดประเภทเงินฝากธนาคารจำนวน 135 ล้านบาทที่ใช้เป็นหลักประกันสำหรับเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน จากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เป็นเงินฝากธนาคารที่มีข้อจำกัดการใช้

หน่วย : ล้านบาท



ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีกระแสเงินสด ดังนี้		หน่วย: ล้านบาท
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นงวด		70.2
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน		(98.8)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน		78.3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินทุน		(9.7)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นสุด		40.0

ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

ปัจจัยในอนาคตที่อาจมีอิทธิพลและผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต ดังนี้

ปัจจัยภายในและการบริหารจัดการองค์กร

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

ปัจจัยภายนอกและสถานะตลาด

การเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศ อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย และกำลังซื้อของผู้บริโภค เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อรายได้ของกลุ่มธุรกิจคอมพิวเตอร์และธุรกิจอินเทอร์เน็ต ทั้งในด้านยอดขายสินค้าและบริการ นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้ช่องทางออนไลน์และให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ประกอบการในประเทศและแพลตฟอร์มดิจิทัลระดับโลก ล้วนเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อทิศทางการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต

พัฒนาการด้านความยั่งยืน

อาร์เอส กรุ๊ป ขับเคลื่อนพันธกิจ "Life Enriching" สู่การสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม

อาร์เอส กรุ๊ป ยังคงยึดถือพันธกิจ "Life Enriching" เป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคนและสังคม โดยในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องทั้งในมิติสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นในการเติบโตอย่างสมดุลและสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

อาร์เอส กรุ๊ป ยังคงรักษาความมุ่งมั่นด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการบูรณาการแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมเข้ากับการดำเนินงาน โดยในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะ ได้แก่ กระดาษและขวดพลาสติก เพื่อให้สามารถนำไปรีไซเคิลได้อย่างถูกต้องตามหลักการจัดการของเสียที่ยั่งยืน พร้อมมุ่งปลูกฝังจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมในทุกระดับขององค์กร เพื่อต่อยอดสู่เป้าหมาย RS Net Zero

**RS NET
ZERO**



ด้านสังคม



โครงการ RS Nearby

อาร์เอส กรุ๊ป ดำเนินโครงการ "RS Nearby" อย่างต่อเนื่อง ด้วยการใช้ศักยภาพสื่อในเครือโปรโมทรูทกิจขนาดเล็กในชุมชน โดยในไตรมาส 2 ปี 2569 แนะนำร้าน "COCO WORLD มะพร้าว น้ำหอมสวนบ้านแพ้ว" ธุรกิจครอบครัวที่ปลูกมะพร้าว น้ำหอม และส่งตรงจากสวนถึงร้าน ให้ได้รับการรับรู้ในวงกว้างผ่านสื่อของอาร์เอส สะท้อนแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชน ด้วยการสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยให้เติบโตอย่างยั่งยืน



กิจกรรม “RS Blood Hero 2026” บริจาคโลหิตเพื่อสภากาชาดไทย

อาร์เอส กรุ๊ป เดินหน้าสานต่อกิจกรรม “RS Blood Hero 2026” ภายใต้พันธกิจ “Life Enriching” โดยในเดือนมิถุนายน ผู้บริหารและพนักงานในเครือร่วมแรงร่วมใจบริจาคโลหิตให้สภากาชาดไทย เพื่อสนับสนุนการสำรองโลหิตให้เพียงพอต่อความต้องการทั่วประเทศ และส่งต่อโอกาสรวมถึงความหวังให้แก่ผู้ป่วยที่ต้องการความช่วยเหลือ สะท้อนวัฒนธรรมองค์กรแห่งการแบ่งปันและจิตอาสาของ RS Group อย่างเป็นรูปธรรม

ด้านสังคม (ต่อ)

ช่อง 8 พลาซ่า ตลาดไชโย โชว์ใหญ่



ช่อง 8 พลาซ่า ตลาดไชโย โชว์ใหญ่: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน

ช่อง 8 ในเครืออาร์เอส กรุ๊ป ร่วมกับ บริษัท ออโต้ เอกซ์ จำกัด (แบรนด์เงินไชโย) จัดกิจกรรม "ช่อง 8 พลาซ่า ตลาดไชโย โชว์ใหญ่" นำพลังความบันเทิงมาขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับชุมชน โดยในไตรมาส 2 ปี 2569 จัดงาน 2 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 29 พฤษภาคม 2569 ณ ตลาดนินจา จังหวัดชลบุรี และวันที่ 27 มิถุนายน 2569 ณ ตลาดเซฟวัน จังหวัดนครราชสีมา โดยเปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการรายย่อยลูกค้าเงินไชโยกว่า 30 ร้านค้าออกบูธโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย พร้อมมินิคอนเสิร์ตจากศิลปินช่อง 8 สะท้อนบทบาทของสื่อในการสร้างโอกาสและผลกระทบเชิงบวกต่อระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น

ด้านการกำกับกิจการ

อาร์เอส กรุ๊ป จัดการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2569 ในวันที่ 30 เมษายน 2569 ดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี เพื่อส่งเสริมความโปร่งใสและความเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ทั้งยังเป็นเครื่องยืนยันถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ถือหุ้นอย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนความมุ่งมั่นในการยกระดับมาตรฐานการกำกับกิจการและสร้างความเชื่อมั่นในระยะยาว

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายวิวัฒน์ เวชบุษกร)
กรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน
ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ

ภาคผนวก (Appendix)

งบการเงิน

	ไตรมาส 2/2568		ไตรมาส 1/2569		ไตรมาส 2/2569		เปลี่ยนแปลง	
หน่วย:ล้านบาท	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	(%YOY)	(%QoQ)
รายได้จากการขายและบริการ	481.0	100.0	331.9	100.0	347.8	100.0	(27.7)	4.8
ธุรกิจคอมเมอร์ซ	234.7	48.8	197.9	59.6	187.2	53.8	(20.2)	(5.4)
ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์	246.1	51.2	133.0	40.1	160.6	46.2	(34.7)	20.8
รายได้อื่น	0.3	0.1	1.0	0.3	0.0	0.0	(89.5)	(96.6)
ต้นทุนขายและบริการ	(357.1)	(74.2)	(369.9)	(111.5)	(393.7)	(113.2)	10.2	6.4
กำไรขั้นต้น	123.9	25.8	(38.1)	(11.5)	(45.9)	(13.2)	(137.0)	20.5
รายได้อื่น ๆ	13.6	2.8	23.5	7.1	104.0	29.9	662.9	343.1
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	0.3	0.1	2.2	0.7	(3.4)	(1.0)	(1197.7)	(254.4)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(310.9)	(64.6)	(215.6)	(65.0)	(199.2)	(57.3)	(35.9)	(7.6)
ต้นทุนทางการเงิน	(48.9)	(10.2)	(57.6)	(17.3)	(50.8)	(14.6)	3.9	(11.7)
ผลประโยชน์ (ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	(9.7)	(2.0)	16.9	5.1	7.1	2.0	172.9	(58.1)
กำไร/(ขาดทุน) ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของ บริษัท	(229.2)	(47.7)	(265.6)	(80.0)	(187.6)	(54.0)	(18.1)	(29.3)
กำไร/(ขาดทุน) ไม่รวมรายการพิเศษ	(200.9)	(41.8)	(265.6)	(80.0)	(272.5)	(78.3)	35.6	2.6

หมายเหตุ :

- ไตรมาส 2 ปี 2569 มีรายการพิเศษคือ กำไรพิเศษจากการขายเงินลงทุนใน บจ.เอบี เวลเนส จำนวน 84.8 ล้านบาท

บริษัทฯ มีการปรับปรุงข้อมูลทางการเงินย้อนหลัง

- บริษัทฯ มีการปรับปรุงรายการที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกผลกระทบและดอกเบี้ยจ่ายจากการทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ในช่วงปี 2568 โดยมีการรับรู้กำไรจากการปรับโครงสร้างหนี้ต่ำไปและรับรู้ต้นทุนทางการเงินสูงไป
- กลุ่มบริษัทฯ มีการปรับปรุงรายการที่เกี่ยวข้องกับการฝากขายสินค้าของบริษัทย่อยทางอ้อมแห่งหนึ่ง โดยมีการรับรู้รายได้จากการขายและต้นทุนขายที่เกิดขึ้น ในช่วงปี 2568 สูงไป