

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน

ไตรมาส 1 ปี 2569/70

(สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569)

ภาพรวมธุรกิจไตรมาส 1 ปี 2569/70

- บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “VGI”) มีรายได้จากการให้บริการและการขายตามงบการเงินรวม 1,140 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.3 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
- บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 413 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 36.3 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 35.9 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
- บริษัทฯ บันทึกส่วนแบ่งกำไรจากกิจการร่วมค้าและบริษัทร่วมจำนวน 173 ล้านบาท เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจาก 28 ล้านบาท ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน
- บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 261 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 45 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 22.9
- บริษัทฯ ยังคงมีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีเงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่นรวมกว่า 20,843 ล้านบาท และไม่มีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย

เหตุการณ์ที่สำคัญ

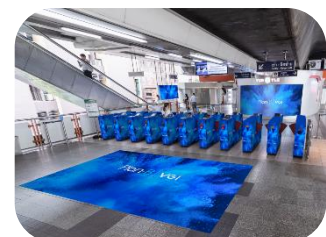
เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2569 บริษัทฯ ได้จัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น โดยที่ประชุมมีมติอนุมัติวาระการประชุมทั้งหมด ซึ่งรวมถึงการอนุมัติการโอนหุ้นสำรองตามกฎหมายและส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ เพื่อชดเชยผลขาดทุนสะสมทั้งหมดตามงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ สำหรับรอบบัญชี 2568/69 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 เพื่อรองรับโอกาสในการจ่ายเงินปันผลในอนาคต

โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมตามรายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น: [รายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569](#)

ความคืบหน้าในการดำเนินธุรกิจไตรมาส 1 ปี 2569/70

1) ธุรกิจสื่อโฆษณา

- VGI ได้พัฒนาแพ็คเกจสื่อโฆษณา “BTS & City Sync” ร่วมกับ PlanB เพื่อเชื่อมโยงสื่อโฆษณานบนเครือข่ายรถไฟฟ้าบีทีเอสเข้ากับสื่อภายนอกบ้านในทำเลศักยภาพสูง โดยแพ็คเกจดังกล่าวประกอบด้วย BTS Train Wrap, BTS Platform Screen Doors และ Siam Paragon FaÇade ซึ่งครอบคลุมจุดสัมผัสสำคัญของผู้บริโภค ทั้งระหว่างการเดินทางบนรถไฟฟ้า การรอโดยสารภายในสถานี และการใช้ชีวิตในพื้นที่ใจกลางเมือง แพ็คเกจนี้มุ่งช่วยให้แบรนด์สามารถสื่อสารได้อย่างต่อเนื่องและไร้รอยต่อ พร้อมเสริมการมองเห็นและการจดจำแบรนด์ในกลุ่มผู้บริโภคเมืองที่มีศักยภาพสูง
- VGI ได้เปิดตัวแพ็คเกจสื่อโฆษณา “Welcome Takeover” เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้โดยสารและย้ำการจดจำแบรนด์ภายในสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยรวบรวมสื่อโฆษณาหลากหลายรูปแบบไว้ในแพ็คเกจเดียว ครอบคลุมทั้ง Floor Sticker บริเวณทางเข้าสถานี, Gate Graphic บริเวณเครื่องแตะบัตร, Stairway & Escalator Stand LED และ VP Board LED ซึ่งเป็นจุดสัมผัสสำคัญตลอดเส้นทางเดินทางของผู้โดยสาร ตั้งแต่เข้าสถานีผ่านประตูโดยสาร ไปจนถึงพื้นที่ชานชาลา ช่วยให้แบรนด์สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่องและสร้างการรับรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



2) ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล

RABBIT CARD

- บริษัท บางกอก สมาร์ทการ์ด ซิสเต็ม จำกัด (“BSS”) อยู่ระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาบัตร EMV หรือบัตรที่รองรับเทคโนโลยีการชำระเงินแบบไร้สัมผัส เพื่อเตรียมความพร้อมให้สอดคล้องกับทิศทางนโยบายตัวร่วมและโครงสร้างอัตราค่าโดยสารของภาครัฐ ตลอดจนเพิ่มศักยภาพในการเชื่อมต่อการเดินทางข้ามระบบรถไฟฟ้าและต่อยอดความร่วมมือกับพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ในอนาคต
- BSS ร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตออสเตรเลียประจำประเทศไทยและบริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด จัดงานนิทรรศการออกแบบบัตรแบบบิท ๓ ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี เพื่อเปิดพื้นที่ให้คนไทยได้แสดงความคิดสร้างสรรค์ และสะท้อนมิติภาพอันยาวนานระหว่างออสเตรเลียและไทย นิทรรศการได้จัดแสดงผลงานจากการประกวดออกแบบบัตรแบบบิทรวม 35 ผลงาน พร้อมเปิดตัวผลงานชนะเลิศในรูปแบบบัตรแบบบิทรุ่นลิมิเต็ดเอดิชั่น สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของ BSS ในการขับเคลื่อนความร่วมมือเชิงกลยุทธ์เพื่อส่งมอบประสบการณ์ผ่านบัตรแบบบิทคอลเลกชันพิเศษให้แก่ผู้บริโภค
- นอกจากนี้ BSS ยังได้เปิดตัวบัตรแบบบิทคอลเลกชันพิเศษรุ่น “OHIGE no PON” คาแรกเตอร์รูปสุนัขจากศิลปินชาวญี่ปุ่น วางจำหน่ายระหว่างวันที่ 15 มิถุนายน 2569 ถึง 31 สิงหาคม 2569 ในราคาใบละ 199 บาท เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบการสะสม ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี กระแสตอบรับที่ดีต่อคอลเลกชันดังกล่าวสะท้อนถึงความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อบัตรแบบบิทคอลเลกชันพิเศษ



ผลงานชนะเลิศในรูปแบบ
บัตรแบบบิทรุ่นลิมิเต็ดเอดิชั่น



งานนิทรรศการ
ออกแบบบัตรแบบบิท



บัตรแบบบิทคอลเลกชันพิเศษรุ่น
“OHIGE no PON”

RABBIT CARE

- สำหรับปี 2569/70 บริษัท แรบบิท แคร์ จำกัด (“RCare”) ตั้งเป้าหมายการเติบโตของรายได้และกำไรอย่างยั่งยืนให้แก่ VGI จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ การขยายเข้าสู่ธุรกิจประกันสุขภาพ โรคร้ายแรง มะเร็ง ที่อยู่อาศัย การเดินทาง และสัตว์เลี้ยง ตลอดจนการเติบโตของรายได้จากธุรกิจ Lead Generation ในเวียดนาม
- RCare ยังคงมุ่งยกระดับประสบการณ์ลูกค้าสู่รูปแบบดิจิทัลอย่างต่อเนื่องผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ ซึ่งครอบคลุมถึงการจัดส่งกรมธรรม์ ใบแจ้งหนี้ และเอกสารประกอบในรูปแบบดิจิทัลเต็มรูปแบบ นอกจากนี้ ยังได้เปิดตัวระบบติดตามเรื่องร้องเรียนและบริการออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าส่งและติดตามสถานะการขอรับบริการได้สะดวกสบายยิ่งขึ้น อีกทั้งการนำระบบอัตโนมัติและระบบการทำงานด้วย AI มาปรับใช้เพิ่มเติมจะช่วยยกระดับคุณภาพการบริการ เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสนับสนุนการขยายตัวของอัตรากำไรอย่างยั่งยืน <https://rabbitcare.com/mobile-app-download>
- RCare ได้เข้าสู่ตลาดตัวแทนจำหน่ายประกันภัยสัตว์เลี้ยงด้วยผลิตภัณฑ์ดิจิทัลเต็มรูปแบบ ซึ่งให้บริการเฉพาะผ่านทางเว็บไซต์ของ RCare เท่านั้น เพื่อส่งเสริมการขายฐานลูกค้าและการสร้างการรับรู้ในแบรนด์ RCare ได้สร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับ RBytes และ Pando รวมถึงการส่งเสริมการขายผ่านเครือข่ายการจัดส่งสินค้าและจุดสัมผัสสำคัญอื่น ๆ ของ Pando <https://rabbitcare.com/pet-insurance/rabbit-care-pet-insurance-by-falcon>



RABBIT CASH

- ในไตรมาส 1 ปี 2569/70 บริษัท แรบบิท แคช จำกัด (“RCash”) มียอดสินเชื่อทั้งสิ้น 1,448 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.6 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยประกอบด้วยสินเชื่อสินเชื่อสินเชื่อ 69.6 และสินเชื่อสินเชื่อสินเชื่อ 30.4 เมื่อเทียบกับร้อยละ 66.7 และร้อยละ 33.3 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน
- RCash เปิดตัวแคมเปญ “กล้าโคดไว ไปทุกความฝัน” โดยมี “เจนนี ได้หมดถ้าสดชื่น” เป็นพรีเซ็นเตอร์ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายย่อยเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบผ่านผลิตภัณฑ์ “สินเชื่อแรบบิทแคชผ่อนตามใจ – กระเป๋าเงินทุนออนไลน์” ซึ่งเป็นสินเชื่อสินเชื่อสินเชื่อแบบหมุนเวียน วงเงินสูงสุด 100,000 บาท ใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง และโอนเงินภายใน 3 วินาที นอกจากนี้ RCash ยังจัด Workshop เทคนิคการขายและไลฟ์ผ่าน TikTok โดยเจนนี เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์และสนับสนุนการต่อยอดธุรกิจออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2569 ณ BTS Visionary Park



3) ธุรกิจจัดจำหน่าย

RABBIT BYTES

- RBytes เปิดตัวพัฒนาพิกายใต้แบรนด์ Gustron พร้อมดีไซน์ลิขสิทธิ์จาก Disney ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีภายหลังเริ่มวางจำหน่าย ขณะเดียวกัน แบรนด์ PANDO ได้ต่อยอดกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงผ่านการเปิดตัวเตียงนอนสัตว์เลี้ยงรุ่นใหม่ “PANDO X Japan & Friends – Joommeng Everyday Bed” เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น
- Bow's Chips ขนมรสหม่าล่าภายใต้โครงการ Snack Maker ของ RBytes ได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาด โดยสามารถสร้างยอดขายมากกว่า 1 ล้านบาท หรือกว่า 50,000 ซอง ภายในเวลาเพียง 10 นาทีผ่าน TikTok Live สะท้อนถึงศักยภาพของตลาดขนมทางเลือกเพื่อสุขภาพ ตลอดจนความสามารถของ RBytes ในการต่อยอดโมเดล creator-led commerce ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล
- Life Space ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ RBytes จัดจำหน่าย ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ Fiber Jelly พร้อมจัดกิจกรรม “Life Space Good Gut. Good Vibes.” เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มนักวิ่งและผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ โดยส่งเสริมการออกกำลังกายควบคู่กับการดูแลสุขภาพลำไส้ภายใต้แนวคิดการดูแลสุขภาพจากภายในสู่ภายนอก ตลอดจนเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์ในตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ



พัฒนาพิกาย Gustron
Disney Collection



เตียงนอนสัตว์เลี้ยง PANDO
X Japan & Friends



ขนมรสหม่าล่า
Bow's Chips



Life Space
เปิดตัวสินค้า Fiber Jelly

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569/70 สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2569

13 สิงหาคม 2569

TURTLE

- ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2569/70 บริษัท ซูเปอร์ เทอร์เทล จำกัด (มหาชน) (“Turtle”) มีจำนวนร้าน TURTLE รวมทั้งสิ้น 36 สาขา (เพิ่มขึ้นจาก 28 สาขาในช่วงเดียวกันของปีก่อน) โดยแบ่งเป็น สาขาบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสสายสีเขียว 26 สาขา เอ็มอาร์ทีสายสีเหลือง 3 สาขา สาขานอกสถานีรถไฟฟ้า 3 สาขา และสาขาในสถานีบริการน้ำมันบางจากอีก 4 สาขา โดยธุรกิจค้าปลีกของ Turtle มียอดขายจากสาขาเดิม (Same Store Sales) ลดลงร้อยละ 22.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม การลดลงดังกล่าวได้รับการชดเชยบางส่วนจากรายได้ของร้าน Turtle ที่เปิดใหม่ ในส่วนของอัตราการเข้าพื้นที่เชิงพาณิชย์อยู่ที่ร้อยละ 62.9 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 59.7 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน
- โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมที่คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 1 ปี 2569/70 ของ Turtle: [คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน Turtle ไตรมาส 1 ปี 2569/70](#)

รางวัลและความสำเร็จ

- VGI ได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในกลุ่ม Top 1% ของโลกด้านความยั่งยืนจาก S&P Global เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน และเป็น Sustainability Member ใน S&P Sustainability Yearbook 2569 เป็นปีที่ 5 สูงสุดเป็นอันดับ 1 ของโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ และความบันเทิง
- VGI ได้รับการรับรอง Carbon Neutral Event จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก สำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 ซึ่งมีการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจนสุทธิเป็นศูนย์ สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการสนับสนุนเป้าหมาย Net Zero
- RCash ได้รับรางวัล Best Financial Inclusion Initiative in Fintech 2026 – Thailand จาก Global Business Outlook สะท้อนถึงความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดิจิทัลที่เข้าถึงง่าย โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินอย่างเท่าเทียม



การดำเนินงานด้านความยั่งยืน

• ด้านสิ่งแวดล้อม

VGI ส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านความยั่งยืนผ่านการสื่อสารภายใน “SUSTAINADAY” โดยในเดือนเมษายนได้นำเสนอแนวทางการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การปิดอุปกรณ์ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้งาน การใช้ห้องประชุมและเครื่องปรับอากาศอย่างเหมาะสม และการใช้บันไดระหว่างชั้นใกล้เคียง เพื่อปลูกฝังการใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบและลดการใช้พลังงานภายในองค์กร

• ด้านสังคม

VGI มอบทุนการศึกษาบุตรพนักงานประจำปี 2569 รวมมูลค่า 415,000 บาท เพื่อส่งเสริมโอกาสทางการศึกษาและยกระดับคุณภาพชีวิตของครอบครัวพนักงาน สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดูแลบุคลากรและสร้างสังคมอย่างยั่งยืน

• ด้านธรรมาภิบาล

VGI ส่งเสริมการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลและวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต ผ่านการอบรมออนไลน์ด้านจริยธรรมทางธุรกิจและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมแบบทดสอบหลังการอบรม เพื่อให้พนักงานนำหลักการดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569/70 สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2569

13 สิงหาคม 2569

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

ล้านบาท	ไตรมาส 1 2569/70	ไตรมาส 1 2568/69	% YoY	ไตรมาส 4 2568/69	% QoQ
รายได้จากการให้บริการและการขาย	1,140	1,115	2.3%	1,123	1.5%
ต้นทุนการให้บริการและการขาย	(727)	(714)	1.8%	(771)	-5.7%
กำไรขั้นต้น	413	401	3.2%	352	17.3%
รายได้อื่น	144	125	15.3%	95	51.5%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ¹⁾	(478)	(515)	-7.2%	(1,803)	-73.5%
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงาน	79	11	648.4%	(1,356)	105.8%
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุน ²⁾	173	28	523.0%	(15)	1,251.8%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้	253	38	557.6%	(1,371)	118.4%
ดอกเบี้ยจ่าย	(9)	(5)	92.9%	(9)	-6.4%
ภาษี	(14)	(33)	-58.3%	(3)	440.1%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ	261	45	484.0%	(1,270)	120.6%

อัตรากำไรขั้นต้น	36.3%	35.9%	31.4%
อัตรากำไรสุทธิ	22.9%	4.0%	-113.1%

หมายเหตุ: 1) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร รวมค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิต (โอนกลับ) และขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์

2) ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุน หมายถึง ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในการร่วมค้าและบริษัทร่วม

โครงสร้างรายได้

ล้านบาท	ไตรมาส 1 2569/70	ไตรมาส 1 2568/69	% YoY	ไตรมาส 4 2568/69	% QoQ
ธุรกิจสื่อโฆษณา	444	454	-2.3%	435	2.0%
สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน	395	403	-1.8%	410	-3.6%
สื่อโฆษณาในอาคาร สำนักงาน และอื่นๆ	49	52	-5.6%	25	93.4%
ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล	433	403	7.6%	423	2.5%
ธุรกิจจัดจำหน่าย	263	258	2.0%	265	-0.9%
รวมรายได้จากการให้บริการและการขาย	1,140	1,115	2.3%	1,123	1.5%

สัดส่วนรายได้

ธุรกิจสื่อโฆษณา	38.9%	40.7%	38.7%
สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน	34.7%	36.1%	36.5%
สื่อโฆษณาในอาคาร สำนักงาน และอื่นๆ	4.3%	4.6%	2.2%
ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล	38.0%	36.1%	37.7%
ธุรกิจจัดจำหน่าย	23.1%	23.1%	23.6%
รวมรายได้จากการให้บริการและการขาย	100.0%	100.0%	100.0%

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569/70 สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2569

13 สิงหาคม 2569

วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน (ไตรมาส 1 ปี 2569/70 เทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568/69)

ในไตรมาส 1 ปี 2569/70 บริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการและการขายอยู่ที่ 1,140 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.3 YoY โดยธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล และธุรกิจการจัดจำหน่าย มีสัดส่วนรายได้ที่ร้อยละ 38.9 ร้อยละ 38.0 และร้อยละ 23.1 ของรายได้จากการให้บริการและการขายตามลำดับ

ธุรกิจสื่อโฆษณามีรายได้อยู่ที่ 444 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.3 YoY การลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนมีสาเหตุหลักจากการลดลงของรายได้จากสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน และสื่อโฆษณาในอาคาร สำนักงาน และสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้ การลดลงของรายได้จากธุรกิจสื่อโฆษณาของบริษัทฯ อยู่ในระดับน้อยกว่าการหดตัวของเม็ดเงินโฆษณาในอุตสาหกรรมสื่อออนไลน์อื่น ซึ่งลดลงร้อยละ 5.0 YoY ขณะที่อัตราการใช้จ่ายสื่อของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 49.1 ลดจากร้อยละ 51.0 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน

ธุรกิจบริการด้านดิจิทัลมีรายได้จำนวน 433 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6 YoY มีสาเหตุหลักจาก RCare มีรายได้ค่าคอมมิชชั่นจากการขายประกันภัยและรายได้ lead generation เพิ่มขึ้น และ RCash มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายพอร์ทัลสินเชื่อดิจิทัล อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกหักกลบบางส่วนจากรายได้จากการบริหารโครงการและการให้บริการการตลาดออนไลน์ที่ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน

ธุรกิจการจัดจำหน่ายมีรายได้อยู่ที่ 263 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.0 YoY มีปัจจัยหลักจากรายได้ของ RBytes ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง เช่น ผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม และนาฬิกาอัจฉริยะ อย่างไรก็ตาม การเติบโตดังกล่าวถูกหักกลบบางส่วนจากรายได้ธุรกิจค้าปลีกของ Turtle ที่ลดลง รวมถึงการไม่มีรายได้จากธุรกิจสิ่งพิมพ์และหนังสือภายหลังการยุติการดำเนินธุรกิจดังกล่าวของ Turtle

ต้นทุนในการให้บริการและการขายอยู่ที่ 727 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 YoY สาเหตุหลักจากต้นทุนของบริษัทในกลุ่มแบบบิทที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ต้นทุนเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำกว่ารายได้ ส่งผลให้อัตรากำไรต่อรายได้ลดลงเป็นร้อยละ 63.7 จากร้อยละ 64.1 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน และอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 36.3 จากร้อยละ 35.9 เมื่อเทียบกับปีก่อน

รายได้อื่นอยู่ที่ 144 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.3 YoY โดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) รายได้ค่าธรรมเนียมจากการบริหารธุรกิจซึ่งเป็นรายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ และ 2) เงินปันผลรับที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกหักกลบบางส่วนจากรายได้จากดอกเบี้ยที่ลดลง

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารอยู่ที่ 478 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7.2 YoY โดยมีสาเหตุหลักจากการโอนกลับค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตจำนวน 86 ล้านบาท ซึ่งเป็นรายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายทางการตลาดในกลุ่มแบบบิทและค่าบริหารการขายสื่อโฆษณา มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้ลดลงอยู่ที่ร้อยละ 41.9 จากร้อยละ 46.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน ทั้งนี้ หากไม่รวมรายการโอนกลับค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตดังกล่าว ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารจะอยู่ที่ 564 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.0 YoY และจะมีอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้อยู่ที่ร้อยละ 49.4

ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในการร่วมค้าและบริษัทร่วมอยู่ที่ 173 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 523.0 YoY มีสาเหตุหลักจาก 1) การรับรู้ส่วนแบ่งกำไรจาก PlanB จากการเปลี่ยนสถานะเป็นเงินลงทุนในบริษัทร่วม 2) ส่วนแบ่งกำไรของ JMART ที่เพิ่มขึ้น และ 3) ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วมที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีกำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุน ซึ่งเป็นรายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ

จากที่กล่าวมาทั้งหมด ส่งผลให้บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิ ที่ 261 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 484.0 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 22.9

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569/70 สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2569

13 สิงหาคม 2569

ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์

รายละเอียดสินทรัพย์	30 มิถุนายน 2569		31 มีนาคม 2569	
	(ล้านบาท)	%	(ล้านบาท)	%
เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด เงินฝากธนาคารที่มีข้อจำกัดในการใช้ และสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	20,979	52.1%	21,200	53.2%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	1,281	3.2%	1,032	2.6%
เงินให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้และดอกเบี้ยค้างรับ	1,280	3.2%	1,199	3.0%
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	224	0.6%	153	0.4%
ส่วนปรับปรุงอาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ	1,142	2.8%	1,210	3.0%
เงินลงทุนในการร่วมค้า บริษัทร่วม และสินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	12,083	30.0%	11,792	29.6%
ค่าความนิยม	314	0.8%	314	0.8%
สินทรัพย์อื่น	2,985	7.4%	2,963	7.4%
สินทรัพย์รวม	40,288	100.0%	39,862	100.0%

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 40,288 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 426 ล้านบาท จาก 39,862 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569

สินทรัพย์หมุนเวียน 24,828 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 148 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของ 1) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น 249 ล้านบาท 2) ส่วนของเงินให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้และดอกเบี้ยค้างรับที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี 73 ล้านบาท และ 3) สินค้าคงเหลือ 72 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกหักกลบบางส่วนด้วยการลดลงของเงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด เงินฝากธนาคารที่มีข้อจำกัดในการใช้ และสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น 221 ล้านบาท

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 15,460 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 278 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของ 1) สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น 193 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนในตราสารทุน 2) เงินลงทุนในบริษัทร่วม 101 ล้านบาท จากส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมที่เพิ่มขึ้น และ 3) สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น 100 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกหักกลบบางส่วนด้วยการลดลงของส่วนปรับปรุงอาคารและอุปกรณ์สุทธิ และสินทรัพย์สิทธิการใช้สิทธิรวม 97 ล้านบาท

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น 1,281 ล้านบาท และมีค่าเผื่อขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น 23 ล้านบาท สำหรับระยะเวลาเกินหนี้เฉลี่ยอยู่ที่ 95 วัน เพิ่มขึ้นจาก 86 วัน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569

ลูกหนี้การค้า (ล้านบาท)	30 มิถุนายน 2569	31 มีนาคม 2569
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	253	287
ค้างชำระไม่เกิน 6 เดือน	224	110
ค้างชำระเกิน 6 เดือน	40	80
ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	23	65
รวม	494	412
% ต่อลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นรวม	38.6%	39.9%

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

รายละเอียดหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	30 มิถุนายน 2569		31 มีนาคม 2569	
	(ล้านบาท)	%	(ล้านบาท)	%
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันทางการเงิน	0	0.0%	100	0.3%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	783	1.9%	609	1.5%
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	493	1.2%	501	1.3%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	1,134	2.8%	1,091	2.7%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	898	2.2%	906	2.3%
รวมหนี้สิน	3,307	8.2%	3,206	8.0%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	36,980	91.8%	36,656	92.0%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	40,288	100.0%	39,862	100.0%

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569/70 สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2569

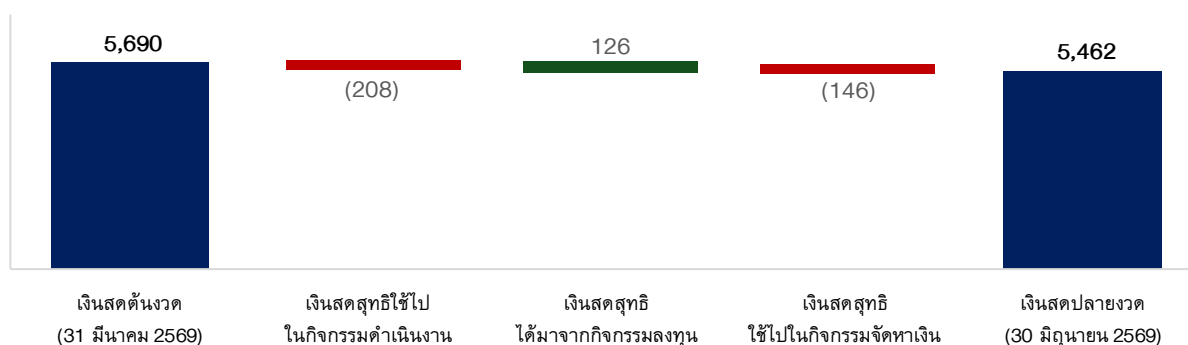
13 สิงหาคม 2569

หนี้สินรวมจำนวน 3,307 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 101 ล้านบาท จาก 3,206 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของ 1) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น 174 ล้านบาท และ 2) รายได้รับล่วงหน้า 28 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกหักกลับด้วยการลดลงของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 100 ล้านบาท

ส่วนของถือหุ้นรวมจำนวน 36,980 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 325 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากกำไรสุทธิสำหรับงวดสามเดือนจำนวน 230 ล้านบาท และกำไรเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับงวดจำนวน 94 ล้านบาท

สภาพคล่องและกระแสเงินสด

หน่วย: ล้านบาท



สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน 208 ล้านบาท เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมลงทุน 126 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากเงินปันผลรับ 88 ล้านบาท และดอกเบี้ยรับ 68 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เงินสดได้มาดังกล่าวถูกหักกลับบางส่วนด้วยรายจ่ายฝ่ายทุน 45 ล้านบาท สำหรับเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน 146 ล้านบาท เป็นผลมาจากการจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 100 ล้านบาท และการจ่ายคืนหนี้สินตามสัญญาเช่า 46 ล้านบาท

ส่งผลให้ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดของบริษัทฯ อยู่ที่ 5,462 ล้านบาท ลดลง 228 ล้านบาท จาก 5,690 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569

บริษัท วิจิไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569/70 สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2569

13 สิงหาคม 2569

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

		ไตรมาส 1 2569/70	ไตรมาส 1 2568/69
อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร			
กำไรขั้นต้น	(%)	36.3%	35.9%
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	(%)	20.3%	3.6%
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(%)	-2.4%	1.7%
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน			
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์	(%)	-2.1%	1.4%
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร	(%)	-21.4%	69.7%
การหมุนของสินทรัพย์	(เท่า)	0.1	0.2
		30 มิถุนายน 2569	31 มีนาคม 2569
อัตราส่วนสภาพคล่อง			
สภาพคล่อง	(เท่า)	10.3	10.7
สภาพคล่องหมุนเร็ว	(เท่า)	3.2	3.3
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	(วัน)	94.8	85.5
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	(วัน)	87.6	68.4
ระยะเวลาชำระหนี้	(วัน)	85.4	77.9
อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้			
หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.1	0.1
เงินกู้ยืมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.0	0.0

หมายเหตุ: อัตราส่วนทางการเงินคำนวณโดยใช้สูตรตามตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569/70 สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2569

13 สิงหาคม 2569

มุมมองของผู้บริหารต่อการดำเนินงานในอนาคต

ในปี 2569/70 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายรายได้ที่ 5,000-5,500 ล้านบาท หรือเติบโตร้อยละ 8-18 จากปีก่อน โดยมาจากธุรกิจสื่อโฆษณา ร้อยละ 35 ธุรกิจบริการด้านดิจิทัลร้อยละ 35 ธุรกิจการจัดจำหน่ายร้อยละ 30 และตั้งเป้าอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 35-40

โดยบริษัทฯ ยังคงเชื่อมั่นในศักยภาพการเติบโตของทุกหน่วยธุรกิจ สำหรับธุรกิจสื่อโฆษณา บริษัทฯ จะมุ่งเน้นความร่วมมือกับ PlanB ในการพัฒนาแพ็คเกจสื่อที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์จากการผสานเครือข่ายสื่อของทั้งสองบริษัท ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และบริหารต้นทุน โดยแนวโน้มการเติบโตของสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนและสื่อโฆษณานอกบ้านยังเป็นปัจจัยสนับสนุนต่อธุรกิจของบริษัทฯ

ในส่วนของธุรกิจบริการด้านดิจิทัล บริษัทในกลุ่มแรบบิทมีผลการดำเนินงานปรับตัวดีขึ้น และบริษัทฯ จะมุ่งขยายการดำเนินงานเพื่อผลักดันให้ทุกหน่วยธุรกิจสามารถสร้างกำไรได้ สำหรับธุรกิจการจัดจำหน่าย Turtle จะเดินทางทดลองขยายสาขาในสถานบริการน้ำมัน บางจาก เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ระหว่างการเดินทาง ขณะที่ RBytes จะมุ่งเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าแบรนด์ของตนเอง และสินค้าแบรนด์อื่นที่มีอัตรากำไรสูง รวมถึงผลักดันการเติบโตของผลิตภัณฑ์ขนมภายใต้โครงการ Snack Maker

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงมีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 มีเงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่นรวมกว่า 20,843 ล้านบาท สะท้อนถึงความพร้อมในการเสริมความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจเดิมและรองรับโอกาสลงทุนในธุรกิจใหม่ที่มีศักยภาพในอนาคต

.....
นางจิตเกษม หมุ่มมิ่ง
(ผู้อำนวยการใหญ่สายงานการเงิน)
บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

