

วันที่ 7 สิงหาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

บริษัท เรดดี้แพลนเน็ต จำกัด (มหาชน) ขอนำส่งคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ
สำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 ตามรายละเอียดดังแนบ

ขอแสดงความนับถือ

- ลายเซ็น -

นายทรงยศ คັນธมานนท์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



บริษัท เรดดี้แพลนเน็ต จำกัด (มหาชน)
รายงานคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ
สำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

1. สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

ผลการดำเนินงานประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2569

หน่วย : ล้านบาท

งบการเงินรวม	ไตรมาสที่ 2 ปี 2569	เทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ)			เทียบกับปีก่อน (YoY)		
		ไตรมาสที่ 1 ปี 2569	เปลี่ยนแปลง	ร้อยละ	ไตรมาสที่ 2 ปี 2568	เปลี่ยนแปลง	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการ	47.79	50.60	(2.81)	(6)	48.83	(1.04)	(2)
กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย	5.30	7.74	(2.44)	(32)	8.72	(3.42)	(39)
ส่วนแบ่งขาดทุนของบริษัทร่วม	(1.31)	(1.48)	0.17	11	-	(1.31)	-
กำไรสุทธิสำหรับงวด	3.99	6.26	(2.27)	(36)	8.72	(4.73)	(54)

- รายได้จากการให้บริการรวม 47.79 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ) รายได้ลดลง 2.81 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6 เป็นไปตามปัจจัยทางฤดูกาลของธุรกิจตามแนวโน้มในอดีตที่รายได้ไตรมาสที่สองจะย่อตัวลงเนื่องจากรายได้กลุ่มแพลตฟอร์มการจองโรงแรมโดยตรงชะลอตัวหลังผ่านช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม รายได้กลุ่ม All-in-One Sales and Marketing Platform ลดลงจากรายได้งานโครงการ (Project-based Revenue) ในไตรมาสนี้ ซึ่งรายได้นี้ไม่ใช่รายได้หลักของกลุ่มบริษัท
- รายได้จากการให้บริการรวมเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน (YoY) ลดลง 1.04 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2 จากเศรษฐกิจชะลอตัวที่ลูกค้าบางกลุ่มลดงบประมาณด้านการขายและการตลาด
- กำไรสุทธิเมื่อเทียบกับปีก่อน (YoY) ลดลง 3.42 ล้านบาท และเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ) ลดลง 2.44 ล้านบาท เป็นไปตามกลยุทธ์ของบริษัทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และทีมบริการและการขยายทีมงานฝ่ายขายและเพิ่มงบประมาณการตลาด ซึ่งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นนี้เมื่อเทียบกับปีก่อน (YoY) สูงกว่า 2.98 ล้านบาท โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อเร่งขยายฐานรายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันการเติบโตของรายได้ในไตรมาสต่อ ๆ ไป

- จากกลยุทธ์การหาลูกค้าใหม่ข้างต้น ทำให้กลุ่มบริษัทสามารถสร้างรายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ (New MRR) เท่ากับ 1.60 ล้านบาท ซึ่งสูงสุดเป็นอันดับที่ 2 ตลอดกาล (2nd New High) ซึ่ง New MRR นี้จะถูกรับรู้เป็นรายได้ในไตรมาสต่อ ๆ ไป
- ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม บริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด (YDM) มีผลขาดทุนลดลง 0.17 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11 จากไตรมาสก่อน ผลขาดทุนลดลงที่อย่างต่อเนื่องนี้แสดงให้เห็นว่ามีการบริหารงานและจัดการค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพตามกลยุทธ์ที่วางไว้ นอกจากนี้ในเดือน มิถุนายน 2569 บริษัท YDM กลับมามีผลกำไรครั้งแรกในรอบ 18 เดือน
- สำหรับในไตรมาสที่ 3-4 บริษัทจะรับรู้รายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ที่เพิ่มจากไตรมาสที่ผ่านมาเริ่มรับรู้เป็นรายได้ นอกจากนั้นรายได้ในกลุ่ม Hotel Direct Booking ที่จะกลับเข้าช่วง High Season ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดไตรมาสที่ 2 ปี 2569

หน่วย : ล้านบาท

งบการเงินรวม	ม.ค. - มิ.ย. ปี 2569	ม.ค. - มิ.ย. ปี 2568	เปลี่ยนแปลง	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการ	98.39	99.81	(1.42)	(1)
กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย	13.03	18.98	(5.95)	(31)
ส่วนแบ่งขาดทุนของบริษัทร่วม	(2.79)	-	(2.79)	-
กำไรสุทธิสำหรับงวด	10.25	18.98	(8.73)	(46)

- รายได้จากการให้บริการ เท่ากับ 98.39 ล้านบาท ลดลง 1.42 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 (YoY) โดยสถานการณ์เศรษฐกิจในภาพรวมยังคงเป็นปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะภาคอสังหาริมทรัพย์และภาคการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยกดดันการขยายตัวของรายได้ เนื่องจากลูกค้าบางรายในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ลดงบประมาณการใช้อีเมลออนไลน์ และรายได้กลุ่ม Hotel Direct Booking Platform ได้รับผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่ชะลอตัวเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนและไม่มีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวเพิ่มเติมในช่วงเวลา 6 เดือนแรกของปีนี้
- กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย เท่ากับ 13.03 ล้านบาท ลดลง 5.95 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 31 สาเหตุหลักจาก
 - ต้นทุนการให้บริการที่เพิ่มสูงขึ้น 3.67 ล้านบาท เป็นไปตามกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการลงทุนเพื่อพัฒนาและขยายผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับขีดความสามารถของ Readyplanet All-in-One Platform



- ค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มสูงขึ้น 2.12 ล้านบาท จากการขยายทีมงานฝ่ายขายและเพิ่มงบประมาณการตลาด เพื่อเร่งการสร้างรายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ (New MRR) ให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนใน YDM เท่ากับ 2.79 ล้านบาท โดยมาจากผลกระทบโดยตรงจากปัจจัยลบด้านภูมิรัฐศาสตร์และความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้ลูกค้าบางส่วนชะลอการตัดสินใจใช้งบประมาณด้าน Digital Marketing ในช่วงปลายปี 2568 มาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) ผลขาดทุนของบริษัทรวมลดลงอย่างมีนัยสำคัญคือลดลงร้อยละ 60 แสดงให้เห็นถึงการบริหารงานและการจัดการค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพตามกลยุทธ์ที่วางไว้ อนึ่งในเดือน มิถุนายน 2569 บริษัท YDM กลับมามีผลกำไรครั้งแรกในรอบ 18 เดือน

รายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในหัวข้อวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569



2. พัฒนาการและกลยุทธ์ที่สำคัญ

บริษัทและบริษัทย่อย (บริษัทฯ) ประกอบธุรกิจเป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบรวมเป็นหนึ่งเดียว (All-in-One Sales and Marketing Platform) ที่ครอบคลุมด้านเว็บไซต์ (Website), โฆษณาออนไลน์ (Online Advertising), ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management - CRM) และระบบจองโรงแรมโดยตรง (Hotel Direct Booking) โดยให้บริการผ่านแพลตฟอร์มที่บริษัทฯ เป็นผู้พัฒนาขึ้นเองพร้อมทีมงานผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษา

พัฒนาการและกลยุทธ์ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องมีดังนี้

1. การขยายฐานลูกค้าใหม่ (New Customer Acquisition)

จากผลของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยกกระดับทีมบริการ การขยายทีมขาย และการเพิ่มงบประมาณการตลาดอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ปัจจุบันบริษัทมีความพร้อมอย่างเต็มที่ในการเพิ่มและดูแลฐานลูกค้าใหม่ที่กำลังเติบโต

นอกจากนี้ บริษัทได้นำ AI เข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการขาย โดยช่วยคัดกรองผู้สนใจ (Leads) อย่างแม่นยำ เพื่อให้ทีมขายสามารถนำเสนอโซลูชันที่ตอบโจทย์ความต้องการลูกค้าได้อย่างตรงจุด

ในด้านการสร้างการรับรู้ YouTube Channel 'Readyplanet Shift' ได้กลายเป็นช่องทางสำคัญอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างแบรนด์และส่งต่อ Leads ผู้สนใจเข้าสู่หลักสูตรอบรมและบริการต่าง ๆ ของบริษัท ได้เป็นอย่างดี

จากกลยุทธ์การหาลูกค้าใหม่ข้างต้น ทำให้กลุ่มบริษัทสามารถสร้างรายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ (New MRR) เท่ากับ 1.60 ล้านบาท ซึ่งสูงสุดเป็นอันดับที่ 2 ตลอดกาล (2nd New High) ซึ่ง New MRR นี้จะถูกรับรู้เป็นรายได้ในไตรมาสต่อ ๆ ไป

2. การผสมผสานเทคโนโลยี AI เข้ากับธุรกิจ (AI Integration)

ความก้าวหน้าครั้งสำคัญในไตรมาสนี้ คือการนำ AI มาบูรณาการเข้ากับแพลตฟอร์มทั้งหมดของบริษัท ส่งผลให้บริษัทก้าวสู่การเป็นผู้ให้บริการแบบ All-in-One ที่ตอบโจทย์การดำเนินธุรกิจในยุค AI ที่ครอบคลุมโซลูชันทั้งด้านการขาย (Sales) การตลาด (Marketing) และการบริการลูกค้า (Service) โดยแพลตฟอร์ม R-Service เป็นแอปพลิเคชันใหม่บน Readyplanet All-in-One Platform สำหรับงานบริการหลังการขาย ทำให้ลูกค้าสามารถใช้ระบบ CRM ได้ครบวงจรตั้งแต่การขายจนถึงการบริการหลังการขาย ซึ่งปัจจุบันได้ผ่านการทดสอบระบบความปลอดภัยและจากการใช้งานจริงภายในเรียบร้อยแล้ว



และพร้อมสำหรับการขาย (Go-to-Market) ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งบริการในการขยายฐานรายได้ของบริษัท ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 เป็นต้นไป

นอกจากนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนาและเปิดตัวบริการใหม่ 'ReadyAgents' - AI Marketing Agent ที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยงานด้านการตลาดสำหรับธุรกิจไทย ตัวอย่างเช่น จัดทำเอกสารและสื่อด้านการตลาด, การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด, การเขียนบทความสำหรับเว็บไซต์, การเขียนจดหมายข่าว (Newsletter) เป็นต้น

นอกจากนั้น บริษัทนำ AI Workflow และ AI Agents มาเป็นผู้ช่วยในระบบงานภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดภาระงานที่ซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพให้ทีมงานของเรา ซึ่งช่วยให้บริษัทพร้อมรองรับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นได้ โดยไม่จำเป็นต้องขยายทีมงานในสัดส่วนเดียวกัน



Readyplanet Public Company Limited

51 JL Tower 17th Floor Unit 1701-1706 Rama 9 Road
Huamak, Bangkapi, Bangkok 10240 Thailand



Tel : 02-016-6789

Fax : 02-016-6901



E-mail : info@readyplanet.com

Website : www.readyplanet.com

3. วิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

หน่วย: ล้านบาท

รายการในงบกำไรขาดทุน	สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน				ผลต่างปี 69-68	
	2569	ร้อยละ	2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการ	98.39	100%	99.81	100%	(1.42)	-1%
รายได้อื่น	0.40	0%	0.25	0%	0.15	60%
รวมรายได้	98.80	100%	100.05	100%	(1.25)	-1%
ต้นทุนการให้บริการ	35.33	36%	31.66	32%	3.67	12%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	19.31	20%	17.19	17%	2.12	12%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	28.61	29%	29.34	29%	(0.73)	-2%
รวมค่าใช้จ่าย	83.25	84%	78.20	78%	5.05	6%
รายได้ทางการเงิน	0.72	1%	1.83	2%	(1.11)	-61%
ต้นทุนทางการเงิน	0.16	0%	0.20	0%	(0.04)	-20%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	3.08	3%	4.50	4%	(1.42)	-32%
กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย	13.03	13%	18.98	19%	(5.95)	-31%
ส่วนแบ่งขาดทุนของบริษัทร่วม	(2.79)	-3%	0.00	0%	(2.79)	n/a
กำไรสำหรับงวด	10.25	10%	18.98	19%	(8.73)	-46%

หน่วย: ล้านบาท

รายการในงบกำไรขาดทุน	งวดสามเดือน				ผลต่าง QoQ		งวดสามเดือน		ผลต่าง YoY	
	Q2 2569	ร้อยละ	Q1 2569	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	Q2 2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการ	47.79	100%	50.60	100%	(2.81)	-6%	48.83	100%	(1.04)	-2%
รายได้อื่น	0.17	0%	0.24	0%	(0.07)	-29%	0.14	0%	0.03	21%
รวมรายได้	47.96	100%	50.84	100%	(2.88)	-6%	48.98	100%	(1.02)	-2%
ต้นทุนการให้บริการ	17.93	37%	17.39	34%	0.54	3%	15.85	32%	2.08	13%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	9.38	20%	9.93	20%	(0.55)	-6%	8.49	17%	0.89	10%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	14.29	30%	14.33	28%	(0.04)	0%	14.51	30%	(0.22)	-2%
รวมค่าใช้จ่าย	41.60	87%	41.65	82%	(0.05)	0%	38.85	79%	2.75	7%
รายได้ทางการเงิน	0.36	1%	0.37	1%	(0.01)	-3%	0.87	2%	(0.51)	-59%
ต้นทุนทางการเงิน	0.08	0%	0.08	0%	0.00	0%	0.10	0%	(0.02)	-20%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1.34	3%	1.74	3%	(0.40)	-23%	2.18	4%	(0.84)	-39%
กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย	5.30	11%	7.74	15%	(2.44)	-32%	8.72	18%	(3.42)	-39%
ส่วนแบ่งขาดทุนของบริษัทร่วม	(1.31)	-3%	(1.48)	-3%	0.17	-11%	0.00	0%	(1.31)	n/a
กำไรสำหรับงวด	3.99	8%	6.26	12%	(2.27)	-36%	8.72	18%	(4.73)	-54%



Readyplanet Public Company Limited

51 JL Tower 17th Floor Unit 1701-1706 Rama 9 Road
Huamak, Bangkok, Bangkok 10240 Thailand



Tel : 02-016-6789

Fax : 02-016-6901

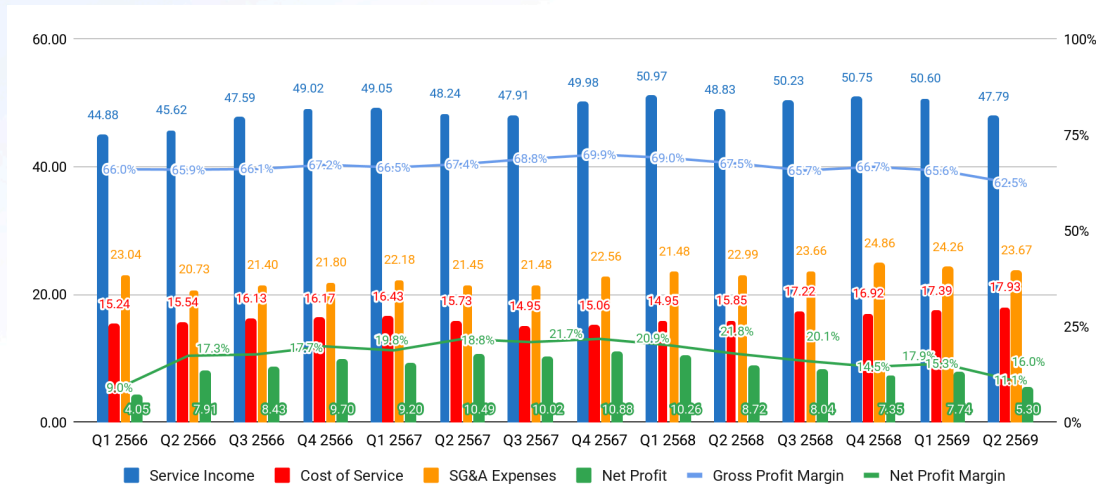


E-mail : info@readyplanet.com

Website : www.readyplanet.com

รายได้ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และกำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อยรายไตรมาส แสดงดังกราฟ

หน่วย: ล้านบาท



การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้จากการให้บริการสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

หน่วย: ล้านบาท

รายได้จากการให้บริการ	งวดสามเดือน				ผลต่าง QoQ		งวดสามเดือน				งวดหกเดือน				ผลต่าง YoY	
	Q2 2569	ร้อยละ	Q1 2569	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	Q2 2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	2569	ร้อยละ	2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
แพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัล	43.31	91%	44.75	88%	(1.44)	-3%	44.50	91%	(1.19)	-3%	88.06	90%	88.89	89%	(0.83)	-1%
แพลตฟอร์มการจองโรงแรม	4.48	9%	5.85	12%	(1.37)	-23%	4.33	9%	0.15	3%	10.33	10%	10.92	11%	(0.59)	-5%
รวมรายได้จากการให้บริการ	47.79	100%	50.60	100%	(2.81)	-6%	48.83	100%	(1.04)	-2%	98.39	100%	99.81	100%	(1.42)	-1%

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัท มีรายได้จากการให้บริการจำนวนทั้งสิ้น 47.79 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จำนวน 1.04 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2 โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบ All-in-One คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 91 ของรายได้จากการให้บริการทั้งหมด ขณะที่กลุ่มแพลตฟอร์มการจองโรงแรมโดยตรง (Hotel Direct Booking Platform) มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 9

เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2569 (QoQ) บริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการลดลง 2.81 ล้านบาท หรือร้อยละ 6 โดยมีสาเหตุหลักจากรายได้ของกลุ่มแพลตฟอร์มการจองโรงแรมโดยตรง (Hotel Direct Booking Platform) ที่ลดลงจาก 5.85 ล้านบาท เหลือ 4.48 ล้านบาท หรือลดลง 1.37 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 23 ซึ่งเป็นผลจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่ชะลอตัวเมื่อเทียบกับฤดูกาลท่องเที่ยวช่วง High Season ในไตรมาศก่อน ประกอบกับการไม่มีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวเพิ่มเติมในช่วงเวลาดังกล่าว รายได้จากกลุ่มนี้ซึ่งส่วนใหญ่มาจากส่วนแบ่งยอดการจองโรงแรมจึงลดลง



ในส่วนของกลุ่มแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบครบวงจร (All-in-One Platform) มีรายได้ลดลงจาก 44.50 ล้านบาท เป็น 43.31 ล้านบาท หรือลดลงจำนวน 1.19 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 3 ซึ่งเนื่องจากได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลต่อการใช้สื่อออนไลน์และการลดลงของรายได้งานโครงการ (Project-based revenue) ซึ่งได้ดำเนินการแล้วเสร็จในช่วงต้นไตรมาสนี้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทยังคงมุ่งเน้นการสร้างรายได้ในกลุ่ม All-in-One Platform จากรายได้ประจำ (Recurring Revenue) โดยมุ่งเน้นการต่ออายุการให้บริการลูกค้าเก่า และสร้างการเติบโตของรายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ (New MRR) เพื่อสร้างฐานรายได้ของกลุ่มบริษัทให้มีความสม่ำเสมอและเติบโตอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ประเมินว่ารายได้จากกลุ่มแพลตฟอร์มการจูงใจโรงแรมโดยตรงที่ลดลงนี้จะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นชั่วคราวและรายได้จะเพิ่มมากขึ้นตามภาวะการท่องเที่ยวของประเทศที่จะดีขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 4 นอกจากนี้โครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศที่จะมีขึ้น น่าจะส่งเสริมให้รายได้ในส่วนนี้เพิ่มขึ้น

ในส่วนของกลุ่ม All-in-One Platform บริษัทฯ มีแผนการดำเนินการหลายอย่างในไตรมาสที่ 2 ต่อเนื่องมาจากไตรมาสก่อน เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ เช่น การเพิ่มทีมขาย การทำการตลาดผ่านหลักสูตรอบรมเชิงกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) การนำพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ และการให้บริการใหม่แก่ลูกค้า โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตมาจากโอกาสความต้องการโซลูชัน AI-Powered Digital Marketing ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เป็นต้น ซึ่งมุ่งหวังจะสร้างรายได้ประจำใหม่ (New MRR) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในไตรมาสถัดไป

การวิเคราะห์รายได้ประจำใหม่ (New MRR) และรายได้เฉลี่ยต่อลูกค้า (Current ARPA)

ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯและบริษัทย่อยยังคงสามารถสร้างรายได้ประจำใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีรายได้ประจำใหม่ (New MRR) เท่ากับ 1.60 ล้านบาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อลูกค้าใหม่ (New ARPA) อยู่ที่ 9,116 บาท คิดเป็นจำนวนลูกค้าใหม่โดยประมาณ 178 ราย

รายได้ประจำใหม่ (New MRR) ในแต่ละไตรมาส

หน่วย: ล้านบาท

	Q1 2566	Q2 2566	Q3 2566	Q4 2566	Q1 2567	Q2 2567	Q3 2567	Q4 2567	Q1 2568	Q2 2568	Q3 2568	Q4 2568	Q1 2569	Q2 2569
New MRR	1,492	1,138	1,331	1,350	1,565	1,511	1,205	1,431	1,274	1,180	1,164	1,637	1,356	1,603

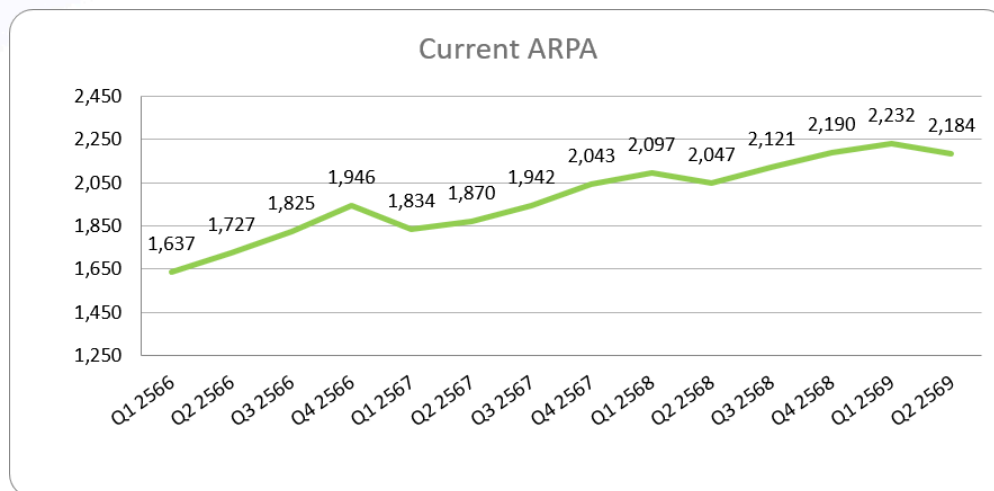
หมายเหตุ: การคิดรายได้ที่ทยอยรับรู้อย่างต่อเนื่องที่เกิดจากลูกค้าใหม่เฉลี่ยรายเดือน (New MRR) ในแต่ละไตรมาส บริษัทฯ คำนวณจากยอดขายจากลูกค้าใหม่ที่ซื้อบริการในไตรมาสใดๆ มาคิดเป็นรายได้เฉลี่ยรายเดือน เช่น ลูกค้าซื้อบริการ 1 ปี โดยมีอัตราค่าบริการ เท่ากับ 12,000 บาท คิดเป็นรายได้ที่ทยอยรับรู้อย่างต่อเนื่องที่เกิดจากลูกค้าใหม่เฉลี่ยรายเดือน (New MRR) เท่ากับ 1,000 บาท (คิดจากค่าบริการ 12,000 บาทหารด้วย 12 เดือน) แล้วนำ MRR ของลูกค้าใหม่ทุกรายในไตรมาสนั้นมารวมกัน



ในขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อลูกค้า (Current ARPA) ในปัจจุบันอยู่ที่ 2,184 บาท โดยย่อตัวลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากรายได้ที่ลดลงของกลุ่มลูกค้าระบบจองห้องพักโดยตรงจากช่วงฤดูกาล High Season อย่างไรก็ตามรายได้เฉลี่ยต่อลูกค้ายังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังภาพต่อไปนี้

ภาพแสดงรายได้เฉลี่ยของลูกค้ายปัจจุบัน (Current ARPA) ในแต่ละไตรมาส

หน่วย : บาท



ปัจจุบันบริษัทให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มที่จ่ายค่าบริการให้บริษัท (MRR) ตั้งแต่ 2,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป หรือเรียกว่ากลุ่มลูกค้าพลัส (Plus Customers) โดยบริษัทมีจำนวนลูกค้าพลัส 1,337 ราย โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 85 ของรายได้ประจำทั้งหมด สำหรับลูกค้าที่จ่ายค่าบริการให้บริษัท (MRR) น้อยกว่า 2,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป หรือเรียกว่ากลุ่มลูกค้าสตาร์ทเตอร์ (Starter Customers) นั้น บริษัทมีจำนวน 5,326 ราย บริษัทมุ่งเน้นขยายฐานกลุ่มลูกค้าพลัส (Plus Customers) ดังกล่าวได้ผลลัพธ์ที่ดี โดยมีรายละเอียดดังภาพต่อไปนี้



Readyplanet Public Company Limited

51 JL Tower 17th Floor Unit 1701-1706 Rama 9 Road
Huamak, Bangkapi, Bangkok 10240 Thailand



Tel : 02-016-6789

Fax : 02-016-6901

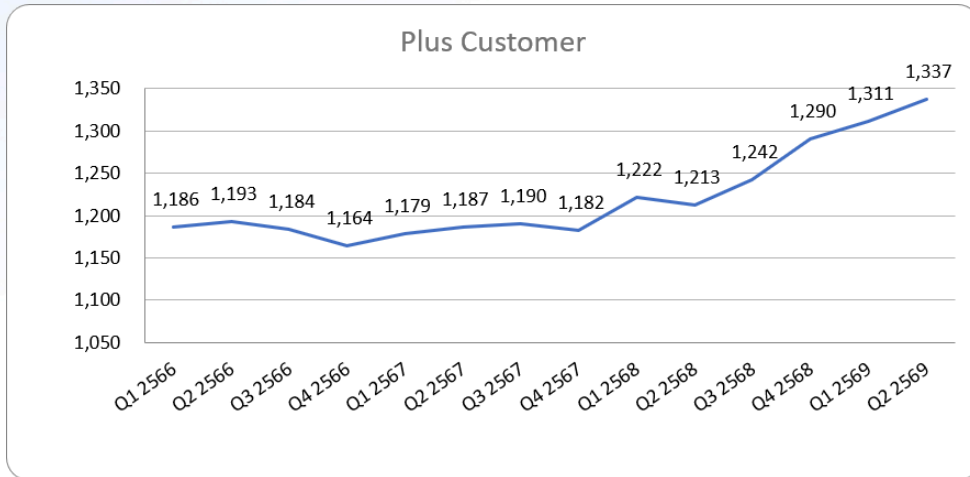


E-mail : info@readyplanet.com

Website : www.readyplanet.com

ภาพแสดงจำนวนกลุ่มลูกค้าพลัส (Plus Customers) ในแต่ละไตรมาส

หน่วย : ราย



การวิเคราะห์เปรียบเทียบกำไรขั้นต้น

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัท มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 29.85 ล้านบาท ลดลง 3.13 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.49 และมีอัตรากำไรขั้นต้นคิดเป็นร้อยละ 62.5 ลดจากร้อยละ 67.5 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- ต้นทุนค่าบริการที่เพิ่มสูงขึ้น 2.08 ล้านบาท โดยสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการลงทุนเพื่อพัฒนาระบบ AI Automation และการพัฒนาและขยายผลิตภัณฑ์ต่างๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับขีดความสามารถของแพลตฟอร์ม Readyplanet All-in-One
- รายได้จากกลุ่มแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบครบวงจร (All-in-One Platform) ที่ลดลง 1.19 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ตามที่เหตุผลที่ได้อธิบายไว้ก่อนหน้านี้

การวิเคราะห์เปรียบเทียบกำไรสุทธิ

ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิเท่ากับ 3.99 ล้านบาท ลดลง 4.73 ล้านบาทหรือร้อยละ 54 จากไตรมาส 2 ปี 2568 หากเปรียบเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิลดลง 2.27 ล้านบาทหรือร้อยละ 36 โดยมีปัจจัยดังนี้

- กำไรของบริษัทและบริษัทย่อยลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ) มีสาเหตุหลักมาจากรายได้ของกลุ่มแพลตฟอร์มการจองโรงแรมโดยตรง (Hotel Direct Booking Platform) ที่ปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งได้กล่าวถึงไว้ในส่วนวิเคราะห์รายได้ข้างต้น รายได้ที่ลดลงจำนวน 1.37 ล้านบาทนั้น เป็นรายได้ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นค่อนข้างสูง และมีส่วนสำคัญต่อการสร้างกำไรสุทธิของบริษัทฯ ดังนั้น การขาดรายได้ในส่วนนี้จึงส่งผลโดยตรงต่อระดับกำไรสุทธิที่ลดลงในไตรมาสนี้



- กำไรของบริษัทและบริษัทย่อยลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน (YoY) เท่ากับ 5.30 ล้านบาท ลดลง 3.42 ล้านบาท หรือร้อยละ 39 โดยมีสาเหตุมาจากกำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัทที่ลดลง และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขาย 0.89 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10 จากการขยายทีมขายแบบ 2-Tier Sales Team ที่ทำอย่างต่อเนื่องตั้งแต่กลางปี 2568
- กลุ่มบริษัทรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนของบริษัทร่วม สำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับ 1.31 ล้านบาท ลดลงคิดเป็นร้อยละ 11 โดยสาเหตุหลักมาป้จจัยลบด้านภูมิรัฐศาสตร์และความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้ลูกค้าในกลุ่ม Digital Marketing Agency ปรับลดพฤติกรรมการใช้จ่าย (Spending) และชะลอการตัดสินใจซึ่งกระทบต่อปริมาณคำสั่งซื้อในช่วงปลายปี 2568 ถึงต้นปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทร่วมยังมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 อนึ่งกลุ่มบริษัทอยู่ระหว่างการสร้าง Synergy เชิงกลยุทธ์ร่วมกัน เพื่อเพิ่มโอกาสในการ Cross-Selling และต่อยอดธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน

4. คำอธิบายและการวิเคราะห์งบแสดงฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัท มีสินทรัพย์รวม 401.32 ล้านบาท ลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 3.28 ล้านบาท ประกอบด้วย

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลง 14.00 ล้านบาท จากการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2568 ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ สหรักับการเพิ่มขึ้นของกระแสเงินสดจากการดำเนินงานในระหว่างงวด 6 เดือนแรกของปี 2569
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 9.31 ล้านบาท โดยลูกหนี้การค้าที่เพิ่มส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้ที่ยังไม่ครบกำหนดชำระ และกลุ่มบริษัทไม่มีลูกหนี้ค้างชำระเกิน 6 เดือน สะท้อนถึงคุณภาพการติดตามจัดเก็บและลูกหนี้การค้าของกลุ่มบริษัทที่อยู่ในเกณฑ์ที่มีคุณภาพ
- เงินลงทุนในบริษัทร่วมลดลง 2.79 ล้านบาท จากการรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากบริษัทร่วมตามวิธีส่วนได้เสีย (Equity Method) ในระหว่างงวด 6 เดือนแรกของปี 2569
- สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นนอกจากค่าความนิยมเพิ่มขึ้น 4.84 ล้านบาท จากการบันทึกต้นทุนการพัฒนาแพลตฟอร์ม Readyplanet All-in-One ในระหว่างงวด ตามกลยุทธ์การพัฒนาและขยายผลิตภัณฑ์และการให้บริการต่างๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับขีดความสามารถของแพลตฟอร์ม

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current ratio) อยู่ที่ 1.34 เท่า แสดงถึงการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและสภาพคล่องที่มีประสิทธิภาพ



หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทมีหนี้สินรวม 171.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 4.47 ล้านบาท ประกอบด้วย

- หนี้สินที่เกิดจากสัญญา เพิ่มขึ้น 6.60 ล้านบาท จากค่าบริการรับล่วงหน้าจากลูกค้าประเภทจ่ายล่วงหน้า (Prepaid) และทยอยตัดรับรู้รายได้ตามระยะเวลาการให้บริการ
- เงินรับแทนค่าโฆษณา เพิ่มขึ้น 1.59 ล้านบาท จากการให้บริการบริหารจัดการค่าโฆษณาออนไลน์ ซึ่งลูกค้าจะชำระเงินผ่านบริษัทซึ่งเป็นตัวแทนชำระต่อให้กับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มต่างประเทศ
- การเพิ่มขึ้นของรายการหนี้สินดังกล่าวหักกลับกับการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น และหนี้สินตามสัญญาเช่ารวม 4.90 ล้านบาท จากการชำระค่าสินค้าและบริการรวมถึงค่าเช่าในระหว่างงวด

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทไม่มีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยกับทางสถาบันทางการเงินและมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio) อยู่ที่ 0.74 เท่า แสดงถึงโครงสร้างเงินทุนของกลุ่มบริษัทที่ยังแข็งแกร่งและศักยภาพในการขยายธุรกิจต่อไปในอนาคต

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 230.10 ล้านบาท ลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 7.75 ล้านบาท เป็นผลมาจากการจ่ายเงินปันผลประจำปีในระหว่างงวดจำนวน 17.99 ล้านบาท สุทธิกับกลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิในงวด 6 เดือนแรกปี 2569 จำนวน 10.24 ล้านบาท

งบกระแสเงินสด

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ทั้งสิ้น 133.40 ล้านบาท ลดลง 14.00 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ทั้งนี้เป็นผลมาจาก

- กระแสเงินสดได้มาจากกิจกรรมการดำเนินงานเท่ากับ 19.17 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่มาจากกำไรจากการดำเนินงานในระหว่างงวด
- กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการลงทุน จำนวน 13.93 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักมาจากการลงทุนในการพัฒนาสินทรัพย์ไม่มีตัวตนจำนวน 13.79 ล้านบาท
- กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน 19.23 ล้านบาท จากการจ่ายเงินปันผลประจำปี จำนวน 17.99 ล้านบาท และการชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าและดอกเบี้ยในระหว่างงวดจำนวน 1.23 ล้านบาท



5. มุมมองผู้บริหารหรือปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานในอนาคต

- 1) กลุ่มบริษัทได้ปรับเป้าหมายการเติบโตของรายได้รวมในปี 2569 อยู่ที่ 7% โดยได้ปรับลดเป้าหมายได้ลักษณะงานโครงการลง (Project-based Revenue) และยังคงมุ่งเน้นการสร้างฐานรายได้ประจำจากการหาลูกค้าใหม่ (New MRR) อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ภาพรวมของลูกค้าที่มีการปรับลดงบประมาณด้านการขายและการตลาดในลักษณะงานโครงการ
- 2) ในช่วงไตรมาสที่ 3 กลุ่มบริษัทประเมินว่ารายได้จากกลุ่มแพลตฟอร์มการขายและการตลาด มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการรับรู้รายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ (New MRR) จากไตรมาสที่ผ่านมาและหากยังสามารถรักษการหาลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้รายได้กลุ่มนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องไปจนถึงไตรมาสที่ 4 นอกจากนั้นรายได้จากกลุ่มแพลตฟอร์มการจองโรงแรมจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากช่วง High Season ในไตรมาสที่ 4 และปัจจัยบวกเพิ่มเติมจากโครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศจากภาครัฐที่อาจจะมีขึ้น
- 3) บริษัทและบริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด (บริษัทร่วม) มีแผนการสร้าง Synergy ร่วมกันในด้านต่างๆ เช่น การ Cross-Selling และการแลกเปลี่ยนความรู้และทักษะด้าน Digital Technology ต่างๆ เช่น Software Development, IT infrastructure และด้าน AI โดยเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) ผลขาดทุนของบริษัทร่วมลดลงอย่างมีนัยสำคัญและกลับมามีผลกำไรในเดือน มิถุนายน 2569 เป็นครั้งแรกในรอบ 18 เดือน โดยกลุ่มบริษัทคาดหวังว่าบริษัทร่วมจะมีผลการดำเนินงานที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีหลัง 2569

