RS GROUP

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ



สำหรับผลการดำเนินงาน ไตรมาส 3/2569

สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

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

ภาพรวมโดยสรุป



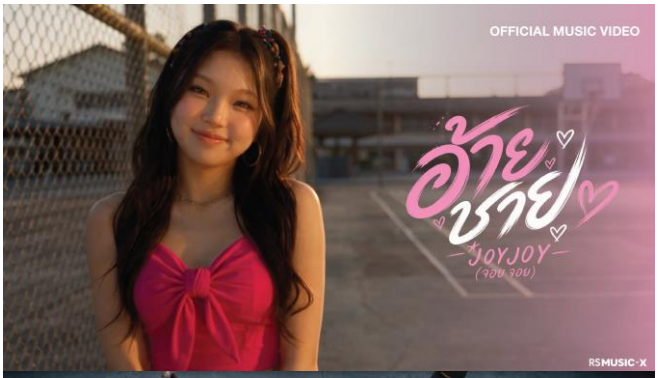


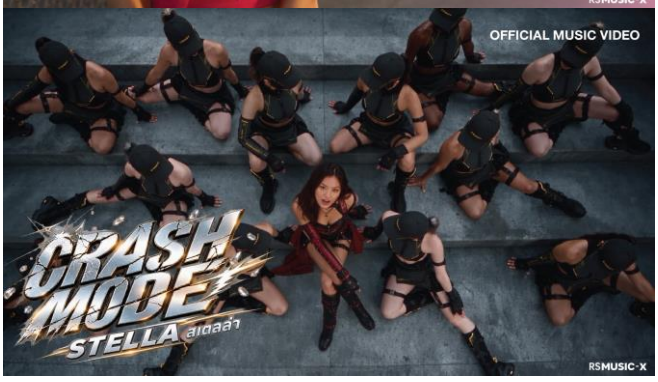


ULife จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพ และ ฉลองครบรอบ 26 ปี



RS Mallx จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Big Thanks Big Bonus ผ่านช่องทาง Telesales





RS Music-X









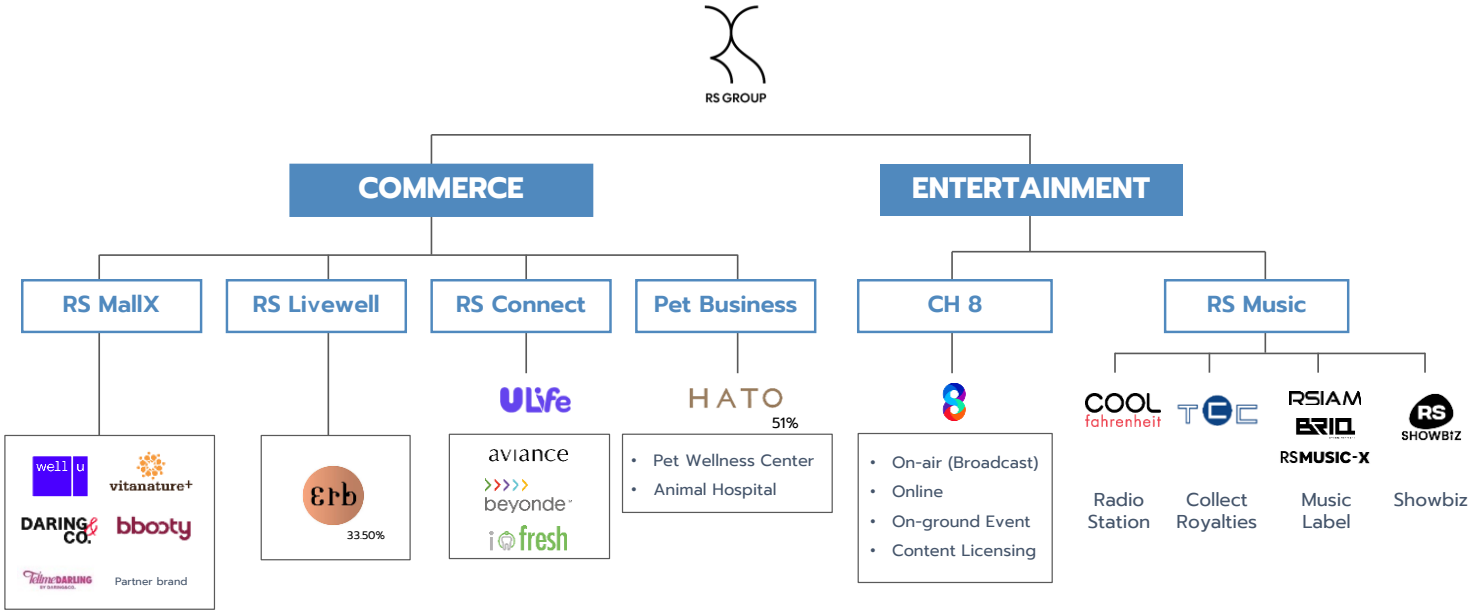
Cool Fahrenheit และ ช่อง 8 จัดกิจกรรม on-ground event : Cool Dish ติดดาว Celebrity Chef และ Lonely Loud 2

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ภายใต้แบรนด์ aviance และ Erb

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

โครงสร้างธุรกิจ

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



1. ธุรกิจคอมเมิร์ซ

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 ได้ปรับโครงสร้างการดำเนินงานของธุรกิจคอมเมิร์ซ 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 แป้งฝุ่นพรีเมียมที่มุ่งสร้างความมั่นใจและตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่
  - TellmeDarling แบรนด์ความงามภายใต้กลยุทธ์ Music Marketing ที่เชื่อมโยงไลฟ์สไตล์และดนตรี

  ขณะที่ Partner Brand เป็นผลิตภัณฑ์จากพันธมิตรทางธุรกิจที่นำมาจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ
- **RS Livewell** : ปัจจุบันมุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจผลิตภัณฑ์ โดยเป็นผู้ถือหุ้นของ บริษัท เอิบ เวลเนส จำกัด ซึ่งเป็นผู้พัฒนาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ เอิบ (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 อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างประสบการณ์ตรงระหว่างแบรนด์กับผู้ชมและส่งเสริมการรับรู้ในเชิงบวกต่อช่อง 8

โครงสร้างธุรกิจ (ต่อ)

2. ธุรกิจเพลง

ดำเนินธุรกิจเพลงแบบครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่การผลิตเพลง การจัดการศิลปิน 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 มีแนวโน้มขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (SCB EIC) ณ เดือนกันยายน 2569 คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวร้อยละ 2.2 โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และการลงทุนในอุตสาหกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของเศรษฐกิจยังคงมีความแตกต่างระหว่างภาคธุรกิจ โดยเฉพาะภาคครัวเรือนและผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ยังเผชิญข้อจำกัดด้านรายได้ ภาระหนี้สิน และการเข้าถึงสินเชื่อ ส่งผลให้กำลังซื้อในประเทศฟื้นตัวอย่างจำกัดภาวะเศรษฐกิจดังกล่าวยังคงเป็นปัจจัยกดดันการใช้จ่ายของผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าที่ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีพ ขณะที่ผู้ประกอบการมีแนวโน้มบริหารงบประมาณด้านการตลาดและโฆษณาอย่างระมัดระวัง ซึ่งอาจส่งผลต่อรายได้ของธุรกิจคอมเมิร์ซและธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางจำหน่าย และการปรับรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาวะตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

ข้อมูลภาพรวมเศรษฐกิจ- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC)

ภาพรวมอุตสาหกรรม

ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อและโฆษณา

ในช่วงไตรมาส 3/2569 อุตสาหกรรมสื่อและโฆษณาของไทยยังคงเผชิญแรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบกับเม็ดเงินโฆษณาในตลาดที่ยังมีอยู่อย่างจำกัด ส่งผลให้การแข่งขันเพื่อดึงดูดงบประมาณโฆษณาระหว่างผู้ประกอบการสื่อมีความเข้มข้นมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์และวิทยุที่ต้องเผชิญการแข่งขันจากแพลตฟอร์มดิจิทัลและสื่ออื่นๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์การนำเสนอคอนเทนต์และขยายช่องทางการเข้าถึงผู้ชมและผู้ฟัง เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ภายใต้สภาวะอุตสาหกรรมดังกล่าว

ภาพรวมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตจากกระแสการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Healthcare) และการเข้าสู่สังคมสูงวัย ส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการด้านสุขภาพเฉพาะบุคคลมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ภาวะกำลังซื้อที่ยังมีข้อจำกัด ประกอบกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการรายใหม่และผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ส่งผลให้การแข่งขันด้านราคา คุณภาพ และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์มีความเข้มข้นมากขึ้น

เหตุการณ์ที่สำคัญในไตรมาสที่ผ่านมา

ภาพรวมบริษัท

- **การเปลี่ยนแปลงชื่ออาคารที่ตั้งสำนักงานใหญ่**

  บริษัท แจ้งการเปลี่ยนแปลงชื่ออาคารที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ
  จาก 27 อาคารอาร์เอสกรุ๊ป ทาวเวอร์ เอ ถนนประเสริฐมนูกิจ แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กทม 10900
  เป็น 27 อาคารเชษฐโชติ ทาวเวอร์ เอ ถนนประเสริฐมนูกิจ แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กทม 10900
  ทั้งนี้ เป็นการเปลี่ยนแปลงชื่ออาคาร โดยไม่เปลี่ยนสถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ และไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจแต่อย่างใด"

ธุรกิจคอมเมิร์ซ

- **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่**

  ULife: เปิดตัวผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าใหม่ภายใต้แบรนด์ aviance “SKINMUNE SNOW RADIANCE LIFTING SERUM” เซรั่มบำรุงผิวหน้าและลำคอภายใต้แนวคิด Skin Longevity ซึ่งมุ่งเน้นการดูแลและฟื้นบำรุงผิวอย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านความงามและตอบสนองแนวโน้มการดูแลสุขภาพผิวของผู้บริโภค



  Erb: เปิดตัวผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายชุดใหม่ “Rich Body Oil Series” ภายใต้นวัตกรรม ErbaRich™ ซึ่งนำแนวคิดการใช้ส่วนผสมสำหรับดูแลผิวหน้ามาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลผิวระดับพรีเมียม



- **RS Mallx จัดแคมเปญ Big Thanks Big Bonus**

  RS Mallx ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านแคมเปญ “Big Thanks Big Bonus” โดยมอบสิทธิประโยชน์และของสมนาคุณเพิ่มเติมแก่ลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อสินค้าตามเงื่อนไขที่กำหนด ผ่านช่องทาง Telesales ซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายหลักของธุรกิจ เพื่อกระตุ้นยอดขาย ส่งเสริมการซื้อซ้ำ และรักษาความสัมพันธ์กับฐานลูกค้าเดิม ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของช่องทางจำหน่าย



เหตุการณ์ที่สำคัญในไตรมาสที่ผ่านมา

ธุรกิจคอมเมิร์ซ (ต่อ)

- **การดำเนินธุรกิจ ULife ครบรอบ 26 ปี**

ULife ดำเนินธุรกิจครบ 26 ปี โดยยังคงมุ่งพัฒนากลยุทธ์และรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านสุขภาพ เพื่อสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในระยะยาว



- **การส่งเสริมธุรกิจ ULife และสร้างการรับรู้ด้านสุขภาพ**

ULife ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดกิจกรรม “Reset Your Life 5: Longevity Mind” ภายใต้แนวคิด Relax, Recharge, Rest เพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพจิตควบคู่กับสุขภาพกาย รวมถึงนำบริการ Health Buddy เข้าร่วมงาน InterCare Asia 2026 เพื่อสร้างการรับรู้และขยายโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน



ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์

- **“แซ่บซิ่งอีสาน Music Festival”**

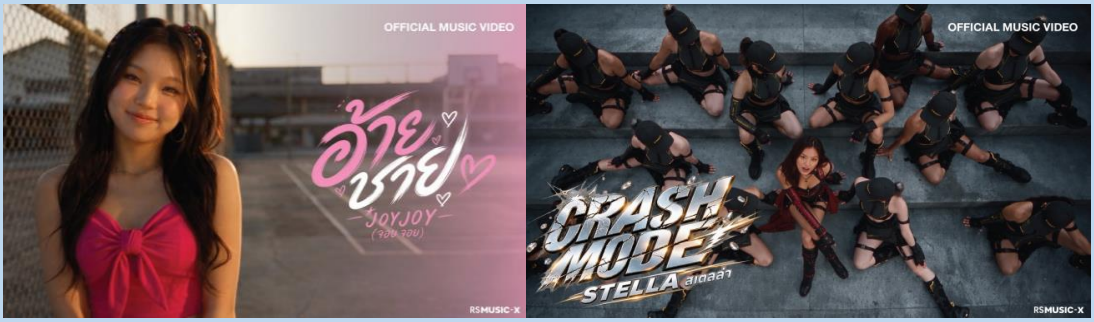
การจัดเทศกาลดนตรีดนตรีลูกกทุ่งและหมอลำในจังหวัดนครราชสีมา ภายใต้รูปแบบเทศกาลดนตรีลูกทุ่งและหมอลำ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ชมในภูมิภาคและต่อยอดโอกาสทางธุรกิจผ่านกิจกรรมความบันเทิงนอกสถานที่



เหตุการณ์ที่สำคัญในไตรมาสที่ผ่านมา

ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ (ต่อ)

- RS Music-X เดินหน้าพัฒนาศิลปินภายใต้โครงการ Artist IconRS Music-X เดินหน้าพัฒนาศิลปินภายใต้โครงการ Artist Icon อย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 3/2569 ได้เผยแพร่ผลงานเพลงใหม่ ได้แก่ “อ้ายชาย” ของศิลปิน Joy Joy และ “CRASH MODE” ของศิลปิน STELLA เพื่อขยายพอร์ตผลงานเพลงและพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ ตลอดจนสร้างโอกาสในการต่อยอดรายได้จากธุรกิจเพลงและคอนเทนต์ดิจิทัลในอนาคต



- **บริษัทฯ เดินหน้าจัดกิจกรรมดนตรี และ On ground event**

  เทศกาลดนตรี “Lonely Loud Fest 2”

  เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2569 ณ UNION HALL ศูนย์การค้ายูเนี่ยน มอลล์ โดยรวบรวมศิลปินจากหลากหลายแนวเพลง เพื่อขยายโอกาสในการสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมและการแสดงสด รวมถึงเสริมสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ชม ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดี จากการจำหน่ายบัตรที่ได้ตามเป้า (Sold out)



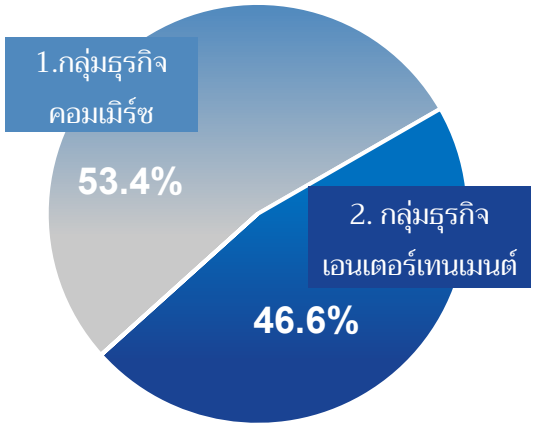
- **Cool Fahrenheit จัดกิจกรรม On ground event “COOL Dish ติดดาว”**

  ณ ร้านสรรพรส โดยร่วมกับเชฟซีตรอง วลาสุระ นำเสนอประสบการณ์รับประทานอาหารไทยผ่านเมนูพิเศษ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ฟัง ตลอดจนขยายการรับรู้แบรนด์ผ่านกิจกรรมไลฟ์สไตล์นอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจวิทยุ

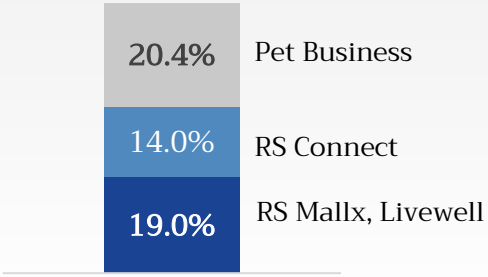


สรุปผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 3/2569

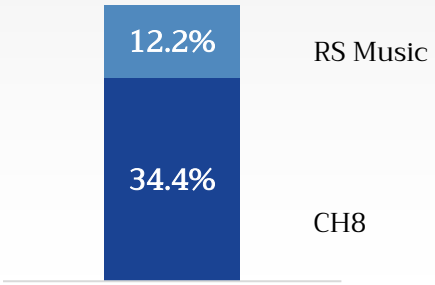
โครงสร้างรายได้



รายได้รวม 356.3 ล้านบาท



กลุ่มธุรกิจที่ 1 : กลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ (ร้อยละ 53.4)
รายได้จากกลุ่มธุรกิจกลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ มาจาก 3 ประเภท ได้แก่
1. RS Mallx, Livewell เป็นสัดส่วน ร้อยละ 19.0 ของรายได้รวม
2. RS Connect เป็นสัดส่วน ร้อยละ 14.0 ของรายได้รวม
3. Pet Business เป็นสัดส่วน ร้อยละ 20.4 ของรายได้รวม



กลุ่มธุรกิจที่ 2 : กลุ่มธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ (ร้อยละ 46.6)
รายได้จากกลุ่มธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ กิจกรรม 2 ประเภทหลัก ได้แก่
1. ธุรกิจดิจิทัลทีวี (ช่อง 8)
   CH8 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.4 ของรายได้รวม
2. ธุรกิจเพลง
   RS Music เป็นสัดส่วนร้อยละ 12.2 ของรายได้รวม

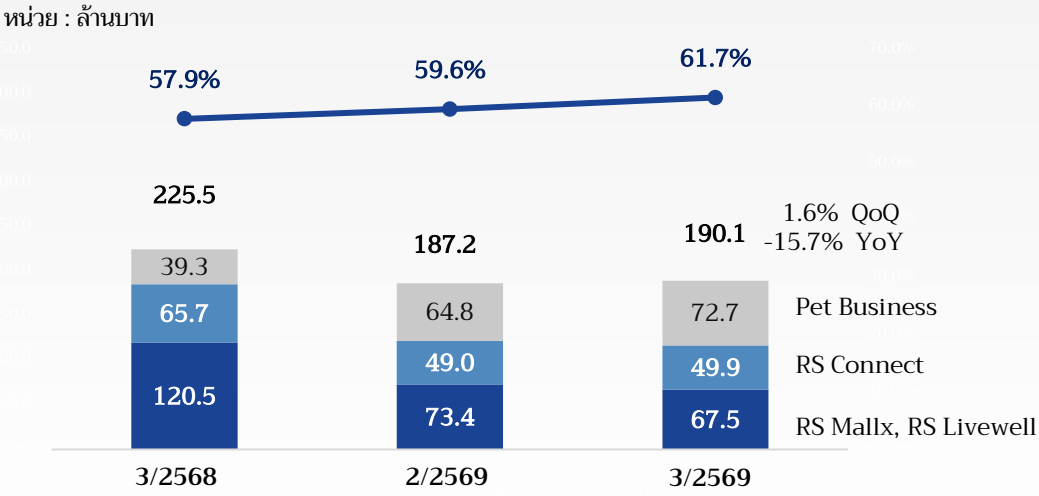
รายได้จากการขายหรือบริการ

ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้รวม เท่ากับ 356.3 ล้านบาท
เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 347.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.4
เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 518.3 ล้านบาท* ลดลงร้อยละ 31.3

*กลุ่มบริษัทฯ มีการปรับปรุงรายการที่เกี่ยวข้องกับการฝากขายสินค้าของบริษัทย่อยทางอ้อมแห่งหนึ่ง โดยมีการรับรู้รายได้จากการขายและต้นทุนขายที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2568 สูงไป

กลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ

ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากธุรกิจคอมเมิร์ซเท่ากับ 190.1 ล้านบาท
เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 187.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6
เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ที่ 225.5 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 15.7



RS Mallx, Livewell

- ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 67.5 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสก่อนร้อยละ 8.0 และลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 44.0 รายได้ในไตรมาสนี้ปรับตัวลดลง โดยมีสาเหตุหลักจากการสิ้นสุดการรับรู้รายได้ของบริษัท เอิบ เวลเนส จำกัด (Erb) ในงบการเงินรวม ภายหลังการเปลี่ยนสถานะจากบริษัทย่อยเป็นบริษัทร่วม ซึ่งในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ ยังมีการรับรู้รายได้จาก Erb ระหว่างเดือนเมษายนถึงพฤษภาคม 2569 ขณะที่ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 ไม่มีการรับรู้รายได้ดังกล่าวแล้ว ทั้งนี้ หากไม่รวมผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสถานะของ Erb รายได้ของธุรกิจ RS Mallx และ RS Livewell มีทิศทางปรับตัวดีขึ้นจากแคมเปญสนับสนุนการขายระหว่างไตรมาส และการปรับปรุงประสิทธิภาพในการบริหารฐานลูกค้า (Lead) ให้ดียิ่งขึ้น

RS Connect

- ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 49.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนร้อยละ 1.8 และ ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 24.0 โดยรายได้ตลอดปี 2569 ยังคงมีแนวโน้มทรงตัวอย่างต่อเนื่อง

Pet Business

- ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 72.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนร้อยละ 12.2 และ เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 85.2 รายได้จากบริการปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารงานภายในของแต่ละสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะรายได้ของธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์ที่เห็นการเติบโตได้ดีในไตรมาสนี้ ขณะที่รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ สัตว์เลี้ยงบนช่องทางออนไลน์ยังคงขยายตัวได้ในทิศทางที่ดีแม้ได้รับผลกระทบจากค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์มที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนดังกล่าวและรักษาอัตรากำไรอย่างใกล้ชิด

กลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซ (ต่อ)

สำหรับทิศทางการดำเนินธุรกิจในช่วงที่เหลือของปี 2569 บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจคอมเมิร์ซ โดยมุ่งเน้นการบริหารช่องทางจำหน่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และการบริหารต้นทุนอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ โดยมีแผนการดำเนินงาน ดังนี้

RS Mallx, Livewell

- ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับช่องทาง Telesales ซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายหลักของ RS Mallx โดยมุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิมควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพการขาย ผ่านการพัฒนารูปแบบการนำเสนอสินค้าและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนการบริหารจัดการช่วงเวลาออกอากาศและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อรักษาระดับรายได้และเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ
- สำหรับช่องทาง E-Commerce บริษัทฯ ยังมีการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Marketplace ที่หลากหลาย ควบคู่กับการปรับสัดส่วนการขายไปยังแพลตฟอร์มที่มีโครงสร้างค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนการจัดจำหน่าย พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้ช่องทางการสั่งซื้อใหม่ ๆ ที่เอื้อต่อการบริหารจัดการข้อมูลลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งนำข้อมูลพฤติกรรมการซื้อมาใช้วิเคราะห์และนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ตลอดจนเพิ่มมูลค่าการสั่งซื้อเฉลี่ยต่อคำสั่งซื้อ
- ในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2569 บริษัทฯ มีโปรเจคพัฒนาช่องทางการขายทางออนไลน์ โดยมุ่งเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Home & Living อาหาร เครื่องประดับและของใช้ส่วนบุคคล รวมถึงผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง โดยใช้ช่องทางออนไลน์ในการทดลองตลาดและประเมินความต้องการของผู้บริโภคก่อนขยายการจำหน่าย เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

RS Connect

- สำหรับธุรกิจ RS Connect บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนาระบบสนับสนุนการขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงานและลดต้นทุนการบริหารจัดการระบบ ควบคู่กับการอำนวยความสะดวกในการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางธุรกิจเครือข่าย (MLM) และ Affiliate ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการขยายฐานนักธุรกิจและตัวแทนจำหน่าย รวมถึงเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่นักธุรกิจผ่านช่องทางการขายที่หลากหลายมากขึ้น
- บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการจัดหาวัตถุดิบ เพื่อลดภาระต้นทุนและความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบเฉพาะราย ตลอดจนเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารต้นทุนการผลิต เพื่อสนับสนุนความสามารถในการทำกำไรและการแข่งขันของธุรกิจในระยะยาว

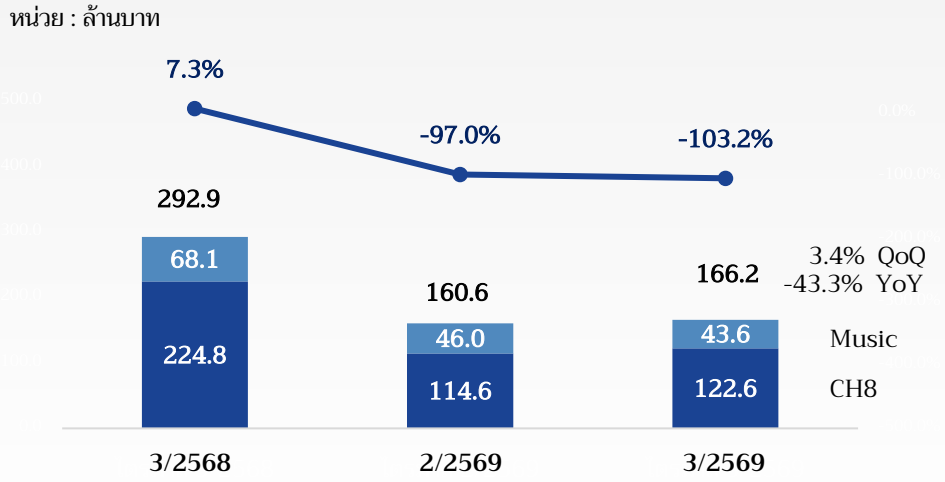
Pet Business

- ธุรกิจสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ HATO ยังคงให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานภายใน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและสนับสนุนการเติบโตของรายได้ โดยในปี 2569 บริษัทฯ มุ่งพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์

รายได้จากการขายหรือบริการ (ต่อ)

กลุ่มธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์

ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์เท่ากับ 166.1 ล้านบาท
เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 160.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4
เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ที่ 292.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 43.3



ธุรกิจทีวีดิจิทัล (ช่อง 8)

- ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 122.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนร้อยละ 6.9 แต่ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 45.5 โดยรายได้ที่ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนมีสาเหตุหลักจากการชะลอตัวของเม็ดเงินโฆษณาในอุตสาหกรรม รวมถึงในปีก่อนบริษัทฯ มีฐานรายได้สูงจากการรับรู้รายได้การจำหน่ายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ ในขณะที่เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แม้รายได้จากการโฆษณา และรายได้จากการจำหน่ายลิขสิทธิคอนเทนต์จะปรับตัวลดลง แต่มีรายได้จากการจัดกิจกรรมที่เพิ่มขึ้น ช่วยสนับสนุนรายได้รวมของธุรกิจทีวีดิจิทัลให้ปรับตัวสูงขึ้น

ธุรกิจเพลง

- ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 มีรายได้เท่ากับ 43.6 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสก่อนร้อยละ 5.2 และลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 36.0 รายได้ของธุรกิจวิทยุยังคงได้รับแรงกดดันจากภาวะเม็ดเงินโฆษณาในอุตสาหกรรมที่ปรับตัวลดลง ส่งผลให้การแข่งขันเพื่อดึงดูดงบประมาณโฆษณามีความเข้มข้นมากขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงจัดกิจกรรม On ground event อย่างต่อเนื่อง อาทิ COOL Outing Japan และ COOL Dish Celebrity เพื่อสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากกิจกรรม ขณะที่รายได้จากการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลงปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งจากกลุ่มลูกค้ารายบุคคล (B2C) และลูกค้าธุรกิจ (B2B) จากปรับปรุงกลยุทธ์และรูปแบบการขาย และการขยายฐานลูกค้า

กลุ่มธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ (ต่อ)

สำหรับทิศทางการดำเนินธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ในช่วงที่เหลือของปี 2569 บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากคอนเทนต์และทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ ควบคู่กับการพัฒนาโอกาสทางธุรกิจผ่านช่องทางและรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย เพื่อขยายโอกาสในการสร้างรายได้และรักษาความสามารถในการแข่งขันภายใต้สภาวะอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนการดำเนินงาน ดังนี้

ธุรกิจทีวีดิจิทัล (ช่อง 8)

- สำหรับธุรกิจทีวีดิจิทัล บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาคอนเทนต์ให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความสนใจของผู้ชม โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่สามารถนำเสนอได้ทั้งช่องทางโทรทัศน์ (On-Air) และแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อขยายการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมและเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้จากโฆษณา ควบคู่กับการต่อยอดคอนเทนต์สู่การจัดกิจกรรมภาคสนาม (On-Ground Event) โดยในไตรมาสที่ 4 ปี 2569 มีแผนการจัดกิจกรรม On ground event อย่างต่อเนื่อง เช่น ช่อง 8 พลาซ่า ตลาดไชโย โชว์ใหญ่ เป็นต้น

ธุรกิจเพลง

- สำหรับธุรกิจวิทยุ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการรักษาฐานผู้ฟังและขยายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางที่หลากหลาย ควบคู่กับการพัฒนาคอนเทนต์และกิจกรรมให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการนำเสนอรูปแบบการโฆษณาและกิจกรรมทางการตลาดที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และรักษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยในไตรมาสที่ 4 ปี 2569 มีแผนการจัดกิจกรรม On ground event เช่น Cool Outing Kansai, Cool Food Fair 2, Cool Dish ติดดาว ในส่วนของธุรกิจเพลง มุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าธุรกิจอย่างต่อเนื่องในช่วงที่เหลือของปี

ต้นทุนขายและบริการ

ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการ เท่ากับ 412.3 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 393.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.7

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 368.6 ล้านบาท* เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8

ต้นทุนขายและบริการปรับตัวเพิ่มขึ้นจากรายได้ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น และค่าใช้จ่ายจากการปรับโครงสร้างภายในองค์กร ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงดำเนินการตามแนวทางการบริหารและควบคุมต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจและระดับรายได้ของบริษัทฯ

กำไรขั้นต้น

ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นรวม เท่ากับ -56.0 ล้านบาท

โดยมีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับร้อยละ -15.7

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ -45.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 22.2

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 149.7 ล้านบาท* ลดลงร้อยละ 137.4

กำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน แม้ธุรกิจคอมเมิร์ซจะมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ดีขึ้น แต่โดยภาพรวมยังคงได้รับผลกระทบหลักจากธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ที่มีค่าใช้จ่ายคงที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะต้นทุนค่าตัดจำหน่ายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ และค่าใช้จ่ายพิเศษจากการปรับโครงสร้างภายในองค์กรที่เพิ่มขึ้นในไตรมาสนี้

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร เท่ากับ 190.1 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 199.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.6

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 252.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 24.8

บริษัทฯ ยังคงดำเนินมาตรการบริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางที่มีค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์มลดลง การจัดสรรงบประมาณด้านการตลาด และการปรับขนาดองค์กรและบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้เหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะธุรกิจและระดับรายได้ในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของบริษัทฯ ลดลงอย่างต่อเนื่อง

ต้นทุนทางการเงิน

ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงิน เท่ากับ 45.3 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 50.8 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 10.8

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ 47.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.3

กำไร(ขาดทุน)สุทธิ

ไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ มีขาดทุนสุทธิ (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท) เท่ากับ 276.1 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ที่ขาดทุนสุทธิ (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท) 187.6 ล้านบาท ขาดทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.1

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ที่มีขาดทุนสุทธิ (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท) 140.5 ล้านบาท ขาดทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 96.5

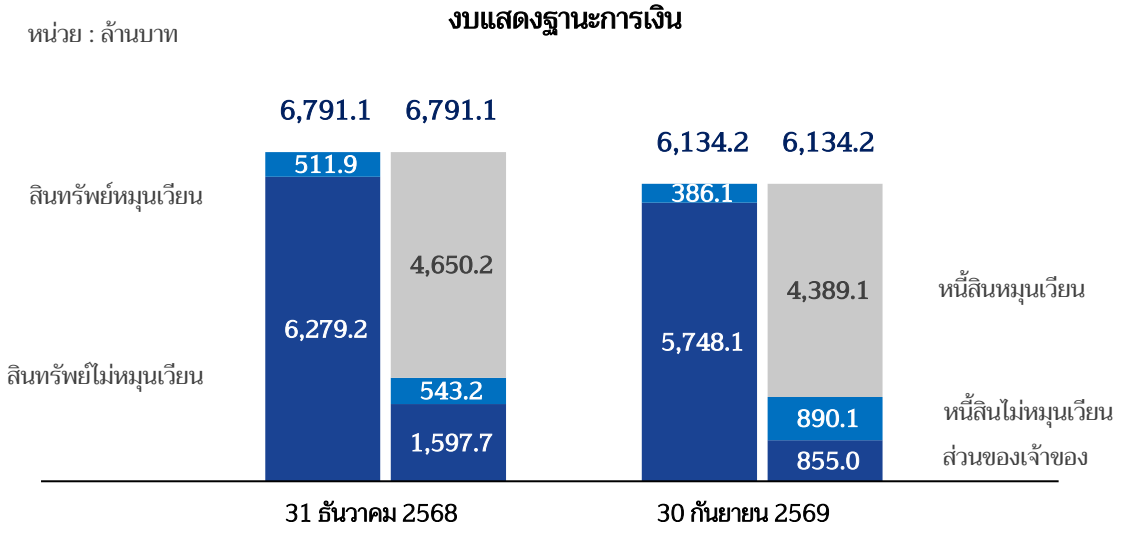
หากไม่รวมรายการพิเศษค่าชดเชยพนักงาน จำนวน 12.3 ล้านบาท บริษัทฯ จะมีขาดทุนสุทธิ (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท) 263.8 ล้านบาท

หมายเหตุ :
- ไตรมาส 2 ปี 2569 มีรายการพิเศษคือ กำไรพิเศษจากการขายเงินลงทุนใน บจ.เอิบ เวลเนส จำนวน 84.8 ล้านบาท
- ไตรมาส 3 ปี 2569 มีรายการพิเศษคือ ค่าใช้จ่ายเงินชดเชยพนักงานจำนวน 12.3 ล้านบาท

* บริษัทฯ มีการปรับปรุงข้อมูลทางการเงินย้อนหลังในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 โดยข้อมูลทางการเงินของงวดเปรียบเทียบได้ปรับปรุงให้สอดคล้องกับรายการดังกล่าวแล้ว

- บริษัทฯ มีการปรับปรุงรายการที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกผลกระทบและดอกเบี้ยจ่ายจากการทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ในระหว่างปี 2568 โดยมีการรับรู้กำไรจากการปรับโครงสร้างหนี้ต่ำไปและรับรู้ต้นทุนทางการเงินสูงไป
- กลุ่มบริษัทฯ มีการปรับปรุงรายการที่เกี่ยวข้องกับการฝากขายสินค้าของบริษัทย่อยทางอ้อมแห่งหนึ่ง โดยมีการรับรู้รายได้จากการขายและต้นทุนขายที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2568 สูงไป

งบแสดงฐานะทางการเงิน



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม เท่ากับ 6,134.2 ล้านบาท
เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 6,791.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 9.7

บริษัทฯ มีสินทรัพย์หมุนเวียน เท่ากับ 386.1 ล้านบาท
เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 511.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 24.6

บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน เท่ากับ 5,748.1 ล้านบาท
เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 6,279.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8.5

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม เท่ากับ 5,279.2 ล้านบาท
เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 5,193.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7

บริษัทฯ มีหนี้สินหมุนเวียน เท่ากับ 4,389.1 ล้านบาท
เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 4,650.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.6

บริษัทฯ มีหนี้สินไม่หมุนเวียน เท่ากับ 890.1 ล้านบาท
เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 543.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 63.9

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569

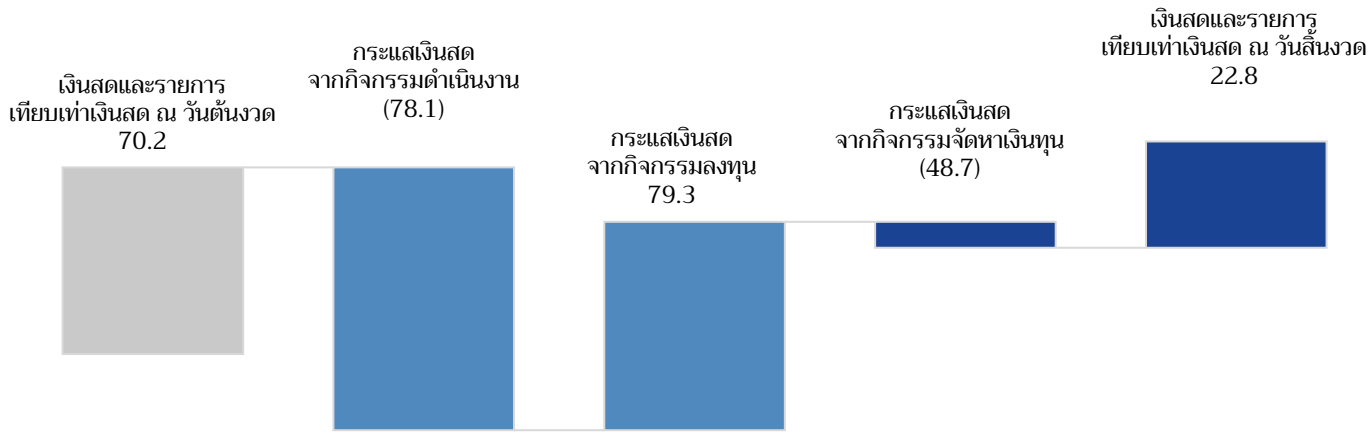
บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 855.0 ล้านบาท
เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่ 1,597.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 46.5

หมายเหตุ : บริษัทฯ มีการปรับปรุงข้อมูลทางการเงินย้อนหลังในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 โดยข้อมูลทางการเงินของงวดเปรียบเทียบได้ปรับปรุงให้สอดคล้องกับรายการดังกล่าวแล้ว

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

งบกระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท



ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีกระแสเงินสด ดังนี้	หน่วย: ล้านบาท
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นงวด	**70.2**
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	(78.1)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน	79.3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินทุน	(48.7)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นงวด	**22.8**

ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

ปัจจัยในอนาคตที่อาจมีอิทธิพลและผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต ดังนี้

ปัจจัยภายในและการบริหารจัดการองค์กร

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

ปัจจัยภายนอกและสภาวะตลาด

การเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศ อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย และกำลังซื้อของผู้บริโภค เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อรายได้ของกลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซและธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ ทั้งในด้านยอดขายสินค้าและงบโฆษณา นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้ช่องทางออนไลน์และให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ประกอบการในประเทศและแพลตฟอร์มดิจิทัลระดับโลก ล้วนเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลต่อทิศทางการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต

พัฒนาการด้านความยั่งยืน

สร้างคุณค่าร่วมกับสังคม เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

อาร์เอส กรุ๊ป ให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านโครงการและกิจกรรมด้านความยั่งยืนที่มุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิต พัฒนาชุมชน และดูแลสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างประโยชน์ต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ที่สำคัญ ดังนี้

ด้านสิ่งแวดล้อม

อาร์เอส กรุ๊ป ส่งเสริมการจัดการทรัพยากรและของเสียอย่างยั่งยืน ผ่านการมีส่วนร่วมของพนักงานในการคัดแยกขยะเพื่อนำกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล โดยสามารถรวบรวมกระดาษ 9 เดือนแรกของปีได้ 2,740 กิโลกรัม และขวดพลาสติก 85 กิโลกรัม ควบคู่กับการปลูกฝังจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมทั่วทั้งองค์กร เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนสู่เป้าหมาย RS Net Zero



พัฒนาการด้านความยั่งยืน (ต่อ)

ด้านสังคม



โครงการ "RS Nearby"

อาร์เอส กรุ๊ป ดำเนินโครงการ “ช่วยชุมชนบอกต่อของดี” โดยใช้ช่องทางการสื่อสารขององค์กรเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์และเพิ่มการรับรู้ให้แก่ผู้ประกอบการร้านค้า ผ่านการนำเสนอร้านอาหาร “ล้านต๋ำส้ม” ซึ่งนำเอกลักษณ์อาหารพื้นถิ่นภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมาสร้างสรรค์เป็นเมนูอาหารที่มีความโดดเด่น เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภค อันเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน



โครงการ “RS YOUNG BLOOD”

อาร์เอส กรุ๊ป ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพเยาวชนผ่านประสบการณ์การทำงานจริง โดยเปิดโอกาสให้นิสิตจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 80 คน เข้าเยี่ยมชมและเรียนรู้การดำเนินธุรกิจในเครือ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 คลื่นวิทยุ COOLfahrenheit และธุรกิจ ULife พร้อมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ ธุรกิจ และกฎหมาย เพื่อเสริมสร้างทักษะและความเข้าใจในการประกอบอาชีพ ตลอดจนเตรียมความพร้อมให้เยาวชนก้าวเข้าสู่ตลาดแรงงานในอนาคตอย่างมีคุณภาพ

พัฒนาการด้านความยั่งยืน (ต่อ)

ด้านการกำกับกิจการ



อาร์เอส กรุ๊ป ได้รับผลการประเมิน AGM Checklist 100 คะแนนเต็ม (ระดับ 5 เหรียญ) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 และผลการประเมิน CGR ประจำปี 2569 ระดับ 5 ดาว “ดีเลิศ” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 พร้อมติดกลุ่ม Top Quartile เป็นครั้งแรก ในกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดไม่เกิน 1,500 ล้านบาท สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการคุ้มครองสิทธิผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายวิทวัส เวชชบุษกร)
กรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน
ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ

ภาคผนวก (Appendix)

งบการเงิน

	ไตรมาส 3/2568		ไตรมาส 2/2569		ไตรมาส 3/2569		เปลี่ยนแปลง	
หน่วย:ล้านบาท	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	(%YOY)	(%QoQ)
รายได้จากการขายและบริการ	518.3	100.0	347.8	100.0	356.3	100.0	(31.3)	2.4
ธุรกิจคอมเมิร์ซ	225.5	43.5	187.2	53.8	190.1	53.4	(15.7)	1.6
ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์	292.9	56.5	160.6	46.2	166.1	46.6	(43.3)	3.4
รายได้อื่น	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	24.1	(53.5)
ต้นทุนขายและบริการ	(368.6)	(71.1)	(393.7)	(113.2)	(412.3)	(115.7)	11.8	4.7
กำไรขั้นต้น	149.7	28.9	(45.9)	(13.2)	(56.0)	(15.7)	(137.4)	(22.2)
รายได้อื่น ๆ	8.2	1.6	104.0	29.9	10.5	2.9	28.3	(89.9)
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	0.7	0.1	(3.4)	(1.0)	(4.5)	(1.2)	(670.1)	(22.2)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(252.7)	(48.8)	(199.2)	(57.3)	(190.1)	(53.3)	(24.8)	(4.6)
ต้นทุนทางการเงิน	(47.9)	(9.2)	(50.8)	(14.6)	(45.3)	12.7	(5.3)	(10.8)
ผลประโยชน์ (ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	(3.3)	(0.6)	7.1	2.0	9.5	2.7	392.2	34.4
กำไร/(ขาดทุน) ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท	(140.5)	(27.1)	(187.6)	(54.0)	(276.1)	(77.5)	(96.5)	(47.1)
กำไร/(ขาดทุน) ไม่รวมรายการพิเศษ	(140.5)	(27.1)	(272.5)	(78.3)	(263.8)	(74.1)	(87.8)	3.2

หมายเหตุ :
- ไตรมาส 2 ปี 2569 มีรายการพิเศษคือ กำไรพิเศษจากการขายเงินลงทุนใน บจ.เอิบ เวลเนส จำนวน 84.8 ล้านบาท
- ไตรมาส 3 ปี 2569 มีรายการพิเศษคือ ค่าใช้จ่ายเงินชดเชยพนักงานจำนวน 12.3 ล้านบาท

บริษัทฯ มีการปรับปรุงข้อมูลทางการเงินย้อนหลังในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 โดยข้อมูลทางการเงินของงวดเปรียบเทียบได้ปรับปรุงให้สอดคล้องกับรายการดังกล่าวแล้ว
- บริษัทฯ มีการปรับปรุงรายการที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกผลกระทบและดอกเบี้ยจ่ายจากการทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ในระหว่างปี 2568 โดยมีการรับรู้กำไรจากการปรับโครงสร้างหนี้ต่ำไปและรับรู้ต้นทุนทางการเงินสูงไป
- กลุ่มบริษัทฯ มีการปรับปรุงรายการที่เกี่ยวข้องกับการฝากขายสินค้าของบริษัทย่อยทางอ้อมแห่งหนึ่ง โดยมีการรับรู้รายได้จากการขายและต้นทุนขายที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2568 สูงไป