วันที่ 5 พฤศจิกายน 2569

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

บริษัท เรดดี้แพลนเน็ต จำกัด (มหาชน) ขอนำส่งคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 ตามรายละเอียดดังแนบ

ขอแสดงความนับถือ

- ลายเซ็น -

นายทรงยศ คันธมานนท์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

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

บริษัท เรดดี้แพลนเน็ต จำกัด (มหาชน)

รายงานคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

---

1. สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

ผลการดำเนินงานประจำไตรมาสที่ 3 ปี 2569

หน่วย : ล้านบาท

		เทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ)			เทียบกับปีก่อน (YoY)		
งบการเงินรวม	**ไตรมาสที่ 3 ปี 2569**	**ไตรมาสที่ 2 ปี 2569**	**เปลี่ยนแปลง**	**ร้อยละ**	**ไตรมาสที่ 3 ปี 2568**	**เปลี่ยนแปลง**	**ร้อยละ**
รายได้จากการให้บริการ	49.24	47.79	1.45	3	50.23	(0.99)	(2)
กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย	5.12	5.30	(0.18)	(3)	8.04	(2.92)	(36)
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ของบริษัทร่วม	0.17	(1.31)	1.48	113	-	0.17	
กำไรสุทธิสำหรับงวด	5.29	3.99	1.30	33	8.04	(2.75)	(34)

- รายได้จากการให้บริการรวมอยู่ที่ 49.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.45 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (QoQ) โดยมีปัจจัยหลักมาจากการรับรู้รายได้ประจำจากฐานลูกค้าเดิม ควบคู่กับการเพิ่มขึ้นของรายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ (New MRR) จากไตรมาสก่อน ๆ ในกลุ่ม All-in-One Sales and Marketing Platform
- อย่างไรก็ตาม สภาวะเศรษฐกิจในภาพรวมยังคงส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะในภาคอสังหาริมทรัพย์และภาคการท่องเที่ยว ซึ่งกดดันให้รายได้กลุ่มที่รับรู้ตามปริมาณการใช้งานจริง (Usage-based subscription) ชะลอตัวลงตามกิจกรรมการใช้งานของลูกค้า เช่น การปรับลดการใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณาออนไลน์ ประกอบกับรายได้จากแพลตฟอร์มการจองโรงแรม (Hotel Direct Booking Platform) ย่อตัวลงตามปัจจัยทางฤดูกาลในไตรมาสที่ 3 ส่งผลให้ในภาพรวม รายได้จากการให้บริการลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (YoY)
- กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อยลดลง 0.18 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (QoQ) และลดลง 2.92 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (YoY) สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและผสานเทคโนโลยี AI ในผลิตภัณฑ์ การขยายทีม

ขาย และงบประมาณการตลาด ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่า 1.38 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เพื่อเร่งขยายฐานรายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ที่จะเข้ามารับรู้เป็นรายได้ในไตรมาสถัดไป นอกจากนี้ ในไตรมาสที่ 3 บริษัทยังมีค่าใช้จ่ายจากการจัดงานสัมมนาใหญ่ Readyplanet Summit เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ พร้อมเปิดโอกาสการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ซึ่งมีลูกค้าเป้าหมายเข้าร่วมงานประมาณ 300 คน

- ในไตรมาสนี้ กลุ่มบริษัทสามารถสร้างรายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ (New MRR) เท่ากับ 1.42 ล้านบาท ผลจากการขยายทีมขายและการตลาดช่วยให้กลุ่มบริษัทสร้าง New MRR ได้ดีอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม สภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังคงไม่ดีนักและสถานะการณ์อุทกภัยในบางพื้นที่ ทำให้การตัดสินใจซื้อของลูกค้าใหม่ช้าลง แต่แม้ New MRR จะลดลงจากไตรมาสก่อนแต่ยังถือว่าอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับปี 2568 ซึ่ง New MRR นี้จะถูกรับรู้เป็นรายได้ในไตรมาสต่อ ๆ ไป
- ผลการดำเนินงานของบริษัทร่วม บริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด (YDM) มีพัฒนาการดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตามแผนงาน และมีผลกำไรในไตรมาสนี้ ทำให้บริษัทได้รับส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วม 0.17 ล้านบาท เป็นผลมาจากกลยุทธ์การมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าและประเภทการให้บริการที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ดีขึ้น รวมไปถึงการบริหารงานและการจัดการค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพมาตั้งแต่ต้นปีนี้
- สำหรับในไตรมาสที่ 4 บริษัทจะดำเนินการตามกลยุทธ์ที่วางไว้ ซึ่งมีรายละเอียดในหัวข้อ “พัฒนาการและกลยุทธ์” ที่จะได้กล่าวต่อไป และจะได้รับรู้รายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ที่เพิ่มมาจากไตรมาสนี้ นอกจากนั้นรายได้ในกลุ่ม Hotel Direct Booking จะเข้าสู่ช่วง High Season และคาดว่าผลของ “ไทยเที่ยวไทยพลัส 2569” มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศของภาครัฐ จะส่งผลให้ยอดการจองห้องพักเพิ่มสูงขึ้น

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดไตรมาสที่ 3 ปี 2569

หน่วย : ล้านบาท

งบการเงินรวม	ม.ค. - ก.ย. ปี 2569	ม.ค. - ก.ย. ปี 2568	เปลี่ยนแปลง	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการ	147.63	150.04	(2.41)	(2)
กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย	18.16	27.02	(8.86)	(33)
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ของบริษัทร่วม	(2.62)	-	(2.62)	-
กำไรสุทธิสำหรับงวด	15.54	27.02	(11.49)	(43)

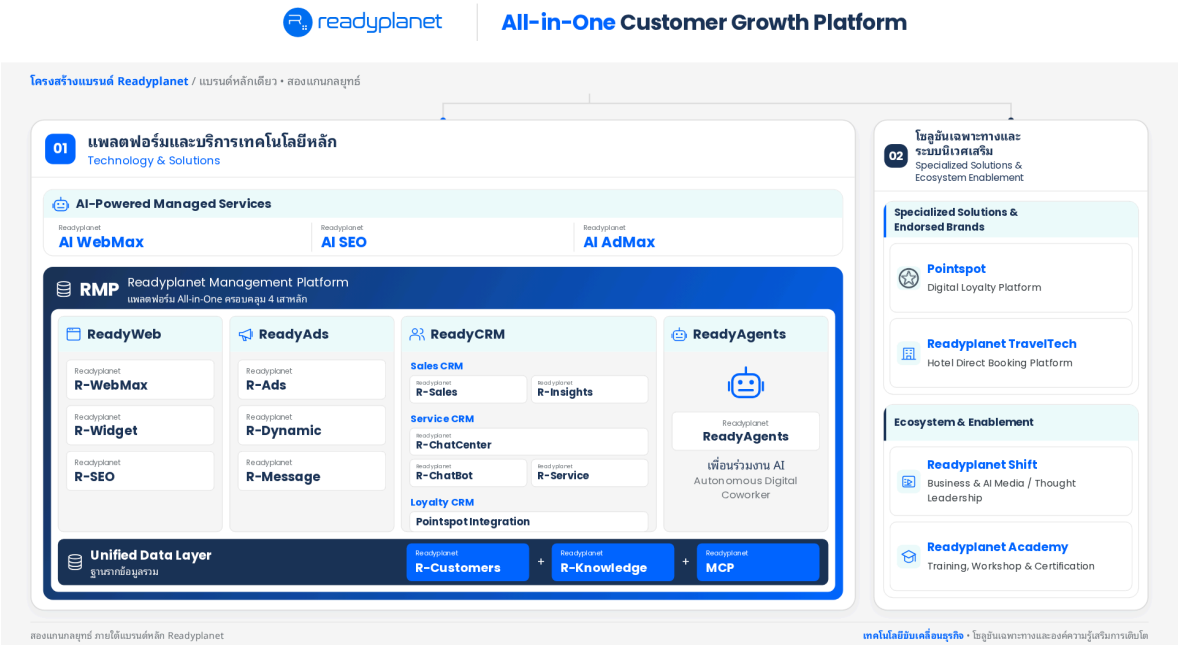
- รายได้จากการให้บริการ เท่ากับ 147.63 ล้านบาท ลดลง 2.41 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือนแรกของปี 2568 (YoY) โดยสถานการณ์เศรษฐกิจในภาพรวมยังคงเป็นปัจจัยลบที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจต่าง ๆ ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ซึ่งกดดันการขยายตัวของรายได้ เนื่องจากลูกค้าบางรายในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ลดงบประมาณการใช้สื่อออนไลน์ และรายได้กลุ่ม Hotel Direct Booking Platform ได้รับผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่ชะลอตัวเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนและไม่มีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวเพิ่มเติมในช่วงเวลา 9 เดือนแรกของปีนี้
- บริษัทและบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิ 18.16 ล้านบาท ลดลง 8.86 ล้านบาท หรือร้อยละ 33 สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนบริการ 4.94 ล้านบาท เพื่อพัฒนาและผสานเทคโนโลยี AI ในผลิตภัณฑ์และเสริมทีมบริการของ Readyplanet All-in-One Platform รวมถึงค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้น 3.50 ล้านบาท จากการขยายทีมขายและการตลาดเพื่อเร่งสร้างรายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ (New MRR) ซึ่งแม้การลงทุนและเพิ่มค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะกดดันต่อผลกำไรในระยะสั้น แต่ช่วยยกระดับขีดความสามารถของ Platform และขยายฐานลูกค้าเพื่อสร้างรายได้ในระยะต่อไป
- ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม (YDM) สำหรับงวด 9 เดือน อยู่ที่ 2.62 ล้านบาท เนื่องจากช่วงครึ่งปีแรกยังอยู่ระหว่างการฟื้นฟูธุรกิจ (Turnaround) อย่างไรก็ดี ผลการดำเนินงานมีพัฒนาการดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตามแผนงาน จากกลยุทธ์การมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าและบริการที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ควบคู่กับการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ จนบรรลุผลสำเร็จและสามารถสร้างกำไรได้ในไตรมาส 3/2569

รายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในหัวข้อวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 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 เป็นผู้พัฒนาขึ้นเองพร้อมมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษา

พัฒนาการและกลยุทธ์สำคัญของบริษัทฯ มีดังนี้



บริษัทฯ ได้ยกระดับการดำเนินงานสู่การเป็น Customer Growth Platform เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจลูกค้า โดยมีหัวใจสำคัญคือการพัฒนาแพลตฟอร์มแกนหลัก Readyplanet Management Platform (RMP) ด้วยการนำเทคโนโลยี AI เข้ามาผสานการทำงาน เพื่อให้บริการแบบ All-in-One ที่ตอบโจทย์ทั้งด้านการตลาด ด้านการขาย และด้านการบริการลูกค้า

ภายในแพลตฟอร์ม RMP บริษัทฯ ได้พัฒนาส่วนสำคัญเพิ่มขึ้นคือ ReadyAgents ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ช่วย AI ด้านการตลาดและการขายสำหรับธุรกิจ เช่น การจัดทำเอกสารและสื่อการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด การเขียนบทความสำหรับเว็บไซต์ การคัดกรองผู้สนใจ และการวิเคราะห์งานขาย โดยการทำงานของ AI ทั้งหมดมีฐานรากสำคัญจากการเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลความรู้เฉพาะของลูกค้าแต่ละราย ทำให้ผลลัพธ์ที่ได้ตรงกับบริบทของธุรกิจจริง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเนื้อหาที่ตรงกับสินค้าและบริการ หรือการวิเคราะห์งานขายที่มาจากข้อมูลจริงของธุรกิจ

ลูกค้าที่ต้องการใช้บริการ สามารถเลือกใช้งานได้ตามความเหมาะสมของธุรกิจ ทั้งการซื้อใช้งานแพลตฟอร์ม RMP โดยตรงเพื่อทำงานร่วมกับระบบและ ReadyAgents เพื่อช่วยในงานการตลาดและการขายเช่น ช่วยในการทำเว็บไซต์ การใช้ R-CRM และ R-Service หรือเลือกใช้บริการผ่านทีมงานผู้เชี่ยวชาญ (Managed Service) ที่ทำงานร่วมกับลูกค้าและใช้งาน ReadyAgents ควบคู่กัน ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกติดต่อกับ AI หรือปรึกษาทีมงานได้โดยตรง ตัวอย่างบริการ เช่น บริการ AI WebMax, AI SEO และ AI AdMax

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เปิดการเชื่อมต่อผ่าน Model Context Protocol (MCP) ร่วมกับแพลตฟอร์ม AI ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถสั่ง AI ทำงานกับระบบของ Readyplanet ได้โดยตรง ทั้งการจัดการเว็บไซต์บน R-WebMax และการดึงข้อมูลมาวิเคราะห์งานขายในระบบ R-CRM เป็นต้น ซึ่งช่วยให้ธุรกิจนำ AI ที่ใช้งานอยู่แล้วมาทำงานร่วมกับระบบและข้อมูลของ Readyplanet ได้ทันที และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของธุรกิจได้อย่างมาก

นอกจากแพลตฟอร์ม RMP แล้ว บริษัทฯ ยังมีบริการที่ทำงานเสริมกันเพื่อสนับสนุนการเติบโตของลูกค้า ได้แก่ Pointspot ซึ่งเป็นระบบสะสมแต้มและบัตรสมาชิกดิจิทัลสำหรับดูแลรักษาฐานลูกค้าเดิมและการซื้อซ้ำ, Readyplanet TravelTech ระบบสำหรับธุรกิจโรงแรมและที่พักเพื่อช่วยเพิ่มยอดจองห้องพักโดยตรง, Readyplanet Shift ช่องทางเผยแพร่วิดีโอให้ความรู้ด้านดิจิทัลและ AI สำหรับภาคธุรกิจ รวมถึง Readyplanet Academy บริการอบรมทักษะการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับลูกค้า

การผสานแพลตฟอร์ม RMP ที่มี ReadyAgents ทำงานร่วมกับลูกค้า และมีระบบสนับสนุนทั้งหมดนี้สะท้อนถึงการยกระดับของ Readyplanet สู่การเป็น Customer Growth Platform อย่างแท้จริง ที่พร้อมสนับสนุนและช่วยผลักดันให้ธุรกิจของลูกค้าเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

3. วิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

หน่วย: ล้านบาท

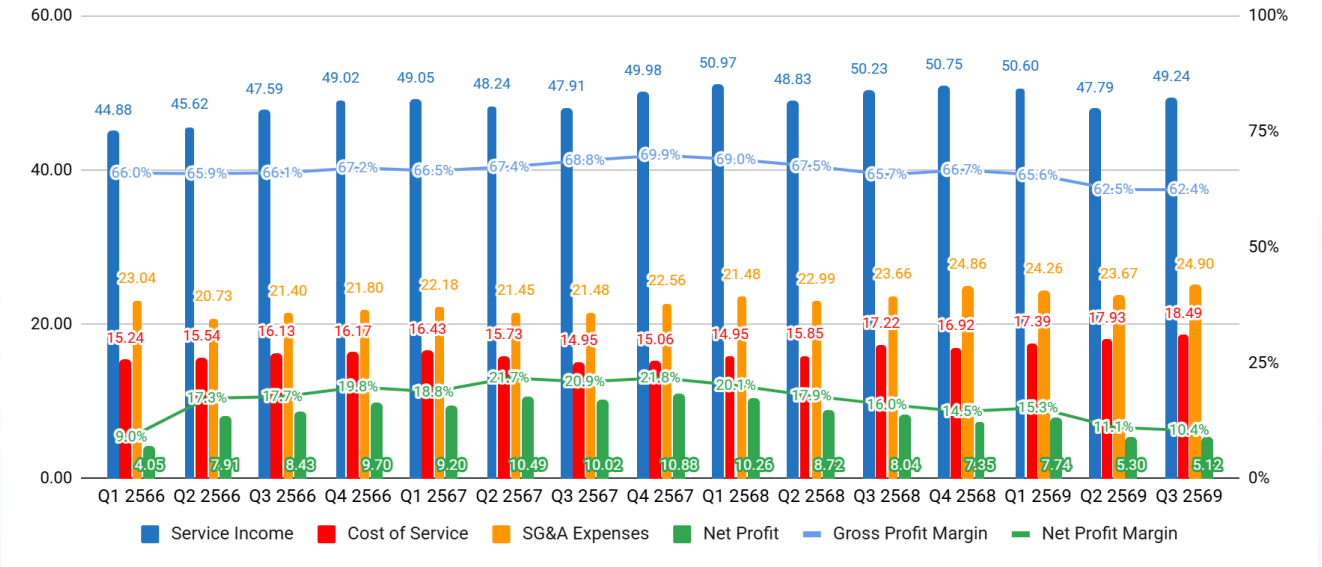
รายการในงบกำไรขาดทุน	สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน				ผลต่างปี 69-68	
	2569	ร้อยละ	2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการ	147.63	*100%*	150.04	*100%*	(2.41)	*-2%*
รายได้อื่น	0.71	*0%*	0.35	*0%*	0.36	*103%*
รวมรายได้	**148.34**	***100%***	**150.39**	***100%***	**(2.05)**	***-1%***
ต้นทุนการให้บริการ	53.82	*36%*	48.88	*33%*	4.94	*10%*
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	29.81	*20%*	26.31	*17%*	3.50	*13%*
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	43.02	*29%*	43.89	*29%*	(0.87)	*-2%*
รวมค่าใช้จ่าย	**126.64**	***85%***	**119.08**	***79%***	**7.56**	***6%***
รายได้ทางการเงิน	1.06	*1%*	2.53	*2%*	(1.47)	*-58%*
ต้นทุนทางการเงิน	0.22	*0%*	0.29	*0%*	(0.07)	*-24%*
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	4.39	*3%*	6.53	*4%*	(2.14)	*-33%*
กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย	**18.16**	***12%***	**27.02**	***18%***	**(8.86)**	***-33%***
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ของบริษัทร่วม	(2.62)	*-2%*	0.00	*0%*	(2.62)	*n/a*
กำไรสำหรับงวด	**15.54**	***10%***	**27.02**	***18%***	**(11.49)**	***-43%***

หน่วย: ล้านบาท

รายการในงบกำไรขาดทุน	งวดสามเดือน				ผลต่าง QoQ		งวดสามเดือน		ผลต่าง YoY	
	Q3 2569	ร้อยละ	Q2 2569	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	Q3 2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการ	49.24	*99%*	47.79	*100%*	1.45	*3%*	50.23	*100%*	(0.99)	*-2%*
รายได้อื่น	0.31	*1%*	0.17	*0%*	0.14	*82%*	0.10	*0%*	0.21	*210%*
รวมรายได้	**49.55**	***100%***	**47.96**	***100%***	**1.59**	***3%***	**50.34**	***100%***	**(0.79)**	***-2%***
ต้นทุนการให้บริการ	18.49	*37%*	17.93	*37%*	0.56	*3%*	17.22	*34%*	1.27	*7%*
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	10.50	*21%*	9.38	*20%*	1.12	*12%*	9.12	*18%*	1.38	*15%*
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	14.40	*29%*	14.29	*30%*	0.11	*1%*	14.54	*29%*	(0.14)	*-1%*
รวมค่าใช้จ่าย	**43.39**	***88%***	**41.60**	***87%***	**1.79**	***4%***	**40.88**	***81%***	**2.51**	***6%***
รายได้ทางการเงิน	0.34	*1%*	0.36	*1%*	(0.02)	*-6%*	0.70	*1%*	(0.36)	*-51%*
ต้นทุนทางการเงิน	0.07	*0%*	0.08	*0%*	(0.01)	*-13%*	0.09	*0%*	(0.02)	*-22%*
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1.31	*3%*	1.34	*3%*	(0.03)	*-2%*	2.02	*4%*	(0.71)	*-35%*
กำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อย	**5.12**	***10%***	**5.30**	***11%***	**(0.18)**	***-3%***	**8.04**	***16%***	**(2.92)**	***-36%***
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)ของบริษัทร่วม	0.17	*0%*	(1.31)	*-3%*	1.48	*-113%*	0.00	*0%*	0.17	*n/a*
กำไรสำหรับงวด	**5.29**	***11%***	**3.99**	***8%***	**1.30**	***33%***	**8.04**	***16%***	**(2.75)**	***-34%***

รายได้ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และกำไรสุทธิของบริษัทและบริษัทย่อยรายไตรมาส แสดงดังกราฟ

หน่วย: ล้านบาท



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

การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้จากการให้บริการสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

หน่วย: ล้านบาท

รายได้จากการให้บริการ	งวดสามเดือน				ผลต่าง QoQ		งวดสามเดือน		ผลต่าง YoY		งวดเก้าเดือน				ผลต่าง YoY	
	Q3 2569	ร้อยละ	Q2 2569	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	Q3 2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	2569	ร้อยละ	2568	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
แพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัล	45.11	*92%*	43.32	*91%*	1.79	*4%*	45.79	*91%*	(0.68)	*-1%*	133.18	*90%*	134.68	*90%*	(1.50)	*-1%*
แพลตฟอร์มการจองโรงแรม	4.13	*8%*	4.48	*9%*	(0.35)	*-8%*	4.44	*9%*	(0.31)	*-7%*	14.46	*10%*	15.36	*10%*	(0.90)	*-6%*
รวมรายได้จากการให้บริการ	**49.24**	***100%***	**47.79**	***100%***	**1.45**	***3%***	**50.23**	***100%***	**(0.99)**	***-2%***	**147.63**	***100%***	**150.04**	***100%***	**(2.41)**	***-2%***

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัท มีรายได้จากการให้บริการจำนวนทั้งสิ้น 49.24 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จำนวน 0.99 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2 โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบ All-in-One คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 92 ของรายได้จากการให้บริการทั้งหมด ขณะที่กลุ่มแพลตฟอร์มการจองโรงแรมโดยตรง (Hotel Direct Booking Platform) มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 8

เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2569 (QoQ) บริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการเพิ่มขึ้น 1.45 ล้านบาท หรือร้อยละ 3 โดยมีสาเหตุหลักจากกลุ่มแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบครบวงจร (All-in-One Platform) มีรายได้เพิ่มขึ้นจาก 43.32 ล้านบาท เป็น 45.11 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจำนวน 1.79 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 4

ในส่วนของรายได้ของกลุ่มแพลตฟอร์มการจองโรงแรมโดยตรง (Hotel Direct Booking Platform) ที่ลดลงจาก 4.48 ล้านบาท เหลือ 4.13 ล้านบาท หรือลดลง 0.35 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 8 ซึ่งเป็นผลจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่ชะลอตัวเมื่อเทียบกับฤดูกาลท่องเที่ยวช่วง High Season ในไตรมาสก่อน ประกอบกับการไม่มีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวเพิ่มเติมในช่วงเวลาดังกล่าว รายได้จากกลุ่มนี้ซึ่งส่วนใหญ่มาจากส่วนแบ่งยอดการจองโรงแรมจึงลดลง

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทยังคงมุ่งเน้นการสร้างรายได้ในกลุ่ม All-in-One Platform จากรายได้ประจำ (Recurring Revenue) โดยมุ่งเน้นการต่ออายุการให้บริการลูกค้าเก่า และสร้างการเติบโตของรายได้ประจำจากลูกค้าใหม่ (New MRR) เพื่อสร้างฐานรายได้ของกลุ่มบริษัทให้มีความสม่ำเสมอและเติบโตอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ประเมินว่ารายได้จากกลุ่มแพลตฟอร์มการจองโรงแรมโดยตรงที่ลดลงนี้จะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นชั่วคราว และรายได้จะเพิ่มมากขึ้นตามภาวะการท่องเที่ยวของประเทศที่จะดีขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 4 นอกจากนั้นโครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศที่จะมีขึ้น น่าจะส่งเสริมให้รายได้ในส่วนนี้เพิ่มขึ้น ในส่วนของกลุ่ม All-in-One Platform บริษัทฯ มีแผนการดำเนินการหลายอย่างในไตรมาสที่ 3 ต่อเนื่องมาจากไตรมาสก่อน เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ เช่น การเพิ่มทีมขาย การทำการตลาดผ่านหลักสูตรอบรมเชิงกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) การนำพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์และการให้บริการใหม่แก่ลูกค้า โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตมาจากอานิสงส์ความต้องการโซลูชัน AI-Powered Digital Marketing ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เป็นต้น ซึ่งมุ่งหวังจะสร้างรายได้ประจำใหม่ (New MRR) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในไตรมาสถัดไป

การวิเคราะห์รายได้ประจำใหม่ (New MRR) และรายได้เฉลี่ยต่อลูกค้า (Current ARPA)

ในไตรมาส 3 ปี 2569 บริษัทและบริษัทย่อยยังคงสามารถสร้างรายได้ประจำใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีรายได้ประจำใหม่ (New MRR) เท่ากับ 1.42 ล้านบาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อลูกค้าใหม่ (New ARPA) อยู่ที่ 8,236 บาท คิดเป็นจำนวนลูกค้าใหม่โดยประมาณ 172 ราย

รายได้ประจำใหม่ (New MRR) ในแต่ละไตรมาส

หน่วย: พันบาท

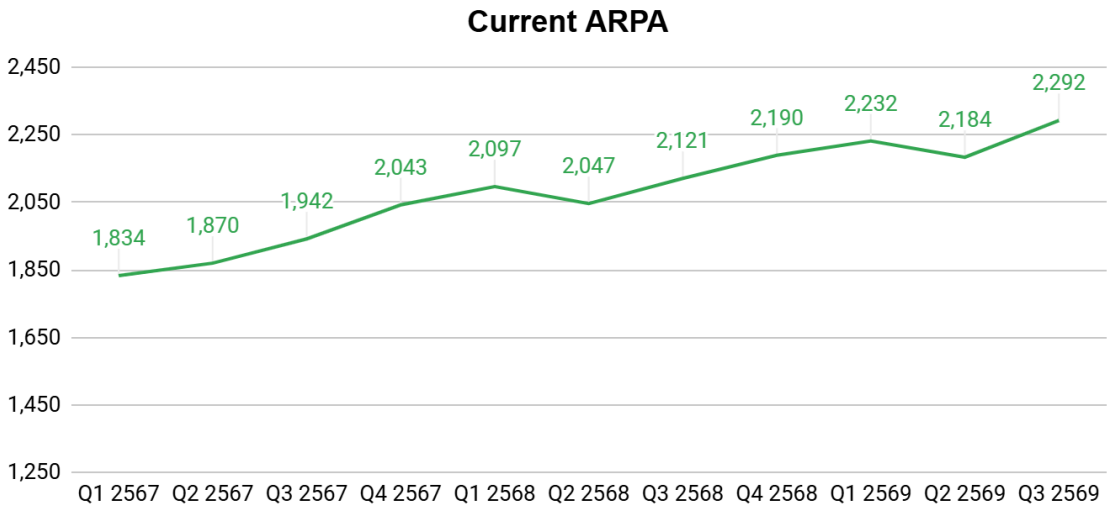
	Q1 2566	Q2 2566	Q3 2566	Q4 2566	Q1 2567	Q2 2567	Q3 2567	Q4 2567	Q1 2568	Q2 2568	Q3 2568	Q4 2568	Q1 2569	Q2 2569	Q3 2569
New MRR	1,492	1,138	1,331	1,350	1,565	1,511	1,205	1,431	1,274	1,180	1,164	1,637	1,357	1,604	1,417

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

ในขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อลูกค้า (Current ARPA) ในปัจจุบันอยู่ที่ 2,292 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อลูกค้ายังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังภาพต่อไปนี้

ภาพแสดงรายได้เฉลี่ยของลูกค้าปัจจุบัน (Current ARPA) ในแต่ละไตรมาส

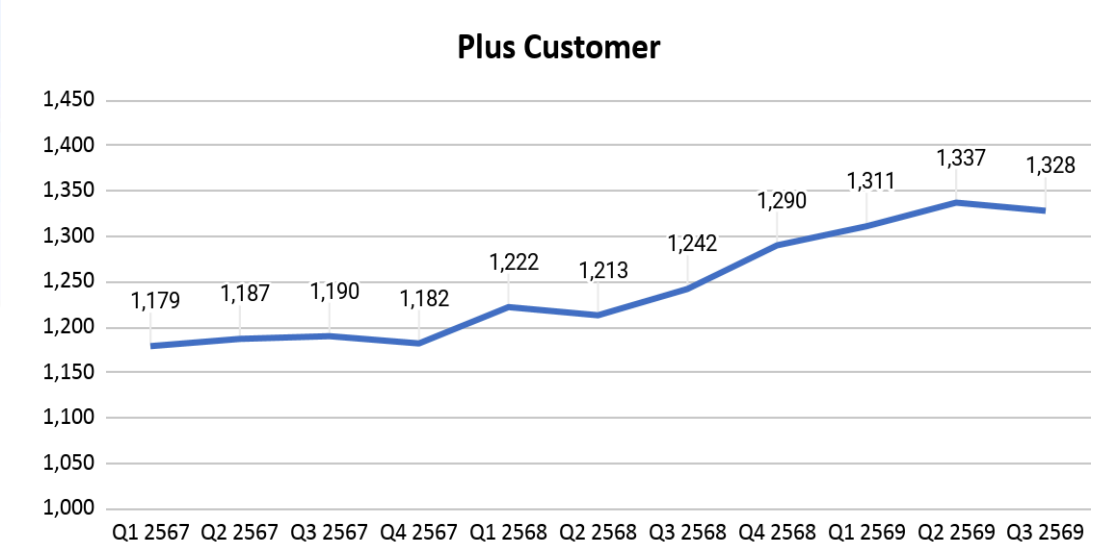
หน่วย : บาท



ปัจจุบันบริษัทให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มที่จ่ายค่าบริการให้บริษัท (MRR) ตั้งแต่ 2,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป หรือเรียกว่ากลุ่มลูกค้าพลัส (Plus Customers) โดยบริษัทมีจำนวนลูกค้าพลัส 1,328 ราย โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 86 ของรายได้ประจำทั้งหมด สำหรับลูกค้าที่จ่ายค่าบริการให้บริษัท (MRR) น้อยกว่า 2,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป หรือเรียกว่ากลุ่มลูกค้าสตาร์ทเตอร์ (Starter Customers) นั้น บริษัทมีจำนวน 5,203 ราย บริษัทมุ่งเน้นขยายฐานกลุ่มลูกค้าพลัส (Plus Customers) ดังกล่าวได้ผลลัพธ์ที่ดี โดยมีรายละเอียดดังภาพต่อไปนี้

ภาพแสดงจำนวนกลุ่มลูกค้าพลัส (Plus Customers) ในแต่ละไตรมาส

หน่วย : ราย



การวิเคราะห์เปรียบเทียบกำไรขั้นต้น

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัท มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 30.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.89 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3 และมีอัตรากำไรขั้นต้นคิดเป็นร้อยละ 62 เท่ากับ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- รายได้จากกลุ่มแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบครบวงจร (All-in-One Platform) ที่เพิ่มขึ้น 1.79 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงไตรมาสที่แล้ว ตามที่เหตุผลที่ได้อธิบายไว้ก่อนหน้านี้

การวิเคราะห์เปรียบเทียบกำไรสุทธิ

ในไตรมาส 3 ปี 2569 บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิเท่ากับ 5.29 ล้านบาท ลดลง 2.75 ล้านบาทหรือร้อยละ 34 จากไตรมาส 3 ปี 2568 แต่หากเปรียบเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 1.30 ล้านบาท หรือร้อยละ 33 โดยมีปัจจัยดังนี้

- กำไรของบริษัทและบริษัทย่อยเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ) มีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากกลุ่มแพลตฟอร์มการขายและการตลาดดิจิทัลแบบครบวงจร (All-in-One Platform) ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งได้กล่าวถึงไว้ในส่วนวิเคราะห์รายได้ข้างต้น
- กำไรของบริษัทและบริษัทย่อยลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน (YoY) เท่ากับ 8.04 ล้านบาท ลดลง 2.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 34 โดยมีสาเหตุมาจากกำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัทที่ลดลง และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขาย 1.38 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15 จากการขยายทีมขายแบบ 2-Tier Sales Team ที่ทำมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่กลางปี 2568

- กลุ่มบริษัทรับรู้ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วม สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2569 เท่ากับ 0.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 113 โดยสาเหตุหลักมาจากสามารถบริหารต้นทุนการให้บริการได้มีประสิทธิภาพขึ้น ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นดีขึ้น แม้จะมีปัจจัยลบด้านภูมิรัฐศาสตร์และความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ทำให้บริษัทร่วมกลับมามีผลกำไรจากการดำเนินงานในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 อนึ่งกลุ่มบริษัทอยู่ระหว่างการสร้าง Synergy เชิงกลยุทธ์ร่วมกัน เพื่อเพิ่มโอกาสในการ Cross-Selling และต่อยอดธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน

4. คำอธิบายและการวิเคราะห์งบแสดงฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน

<u>สินทรัพย์</u>

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัท มีสินทรัพย์รวม 390.79 ล้านบาท ลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 13.81 ล้านบาท ประกอบด้วย

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลง 59.59 ล้านบาท จากการจ่ายเงินปันผลประจำปีและเงินปันผลระหว่างกาลในระหว่างงวด 9 เดือนของปีนี้ สุทธิกับการเพิ่มขึ้นของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 8.90 ล้านบาท โดยลูกหนี้การค้าที่เพิ่มส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้ที่ยังไม่ครบกำหนดชำระ และกลุ่มบริษัทไม่มีลูกหนี้ค้างชำระเกิน 3 เดือน สะท้อนถึงคุณภาพการติดตามจัดเก็บและลูกหนี้การค้าของกลุ่มบริษัทที่อยู่ในเกณฑ์ที่มีคุณภาพ
- เงินลงทุนในบริษัทร่วมลดลง 2.62 ล้านบาท จากการรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากบริษัทร่วมตามวิธีส่วนได้เสีย (Equity Method) ในระหว่างงวด 9 เดือนแรกของปี 2569
- สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นนอกจากค่าความนิยมเพิ่มขึ้น 7.41 ล้านบาท จากการบันทึกต้นทุนการพัฒนาแพลตฟอร์ม Readyplanet All-in-One ในระหว่างงวด ตามกลยุทธ์การพัฒนาและขยายผลิตภัณฑ์และการให้บริการต่างๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับขีดความสามารถของแพลตฟอร์ม

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current ratio) อยู่ที่ 1.24 เท่า แสดงถึงการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและสภาพคล่องที่มีประสิทธิภาพ

<u>หนี้สิน</u>

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทมีหนี้สินรวม 173.40 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 6.65 ล้านบาท ประกอบด้วย

- หนี้สินที่เกิดจากสัญญา เพิ่มขึ้น 5.16 ล้านบาท จากค่าบริการรับล่วงหน้าจากลูกค้าประเภทจ่ายล่วงหน้า (Prepaid) และทยอยตัดรับรู้รายได้ตามระยะเวลาการให้บริการ
- เงินรับแทนค่าโฆษณา เพิ่มขึ้น 1.40 ล้านบาท จากการให้บริการบริหารจัดการค่าโฆษณาออนไลน์ ซึ่งลูกค้าจะชำระเงินผ่านบริษัทซึ่งเป็นตัวแทนชำระต่อให้กับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มต่างประเทศ

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทไม่มีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยกับทางสถาบันทางการเงินและมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio) อยู่ที่ 0.80 เท่า แสดงถึงโครงสร้างเงินทุนของกลุ่มบริษัทที่ยังแข็งแกร่งและศักยภาพในการขยายธุรกิจต่อไปในอนาคต

<u>ส่วนของผู้ถือหุ้น</u>

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 217.39 ล้านบาท ลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 20.46 ล้านบาท เป็นผลมาจากการจ่ายเงินปันผลประจำปีในระหว่างงวดจำนวน 36.00 ล้านบาท สุทธิกับกลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิในงวด 9 เดือนแรกปี 2569 จำนวน 15.54 ล้านบาท

งบกระแสเงินสด

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ทั้งสิ้น 87.81 ล้านบาท ลดลง 59.59 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ทั้งนี้เป็นผลมาจาก

- กระแสเงินสดได้มาจากกิจกรรมการดำเนินงานเท่ากับ 32.32 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่มาจากกำไรจากการดำเนินงานในระหว่างงวด
- กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการลงทุน จำนวน 54.06 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักมาจากการลงทุนในการพัฒนาสินทรัพย์ไม่มีตัวตนจำนวน 21.18 ล้านบาท และลงทุนในเงินฝากประจำจำนวน 33.26 ล้านบาท
- กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน 37.85 ล้านบาท จากการจ่ายเงินปันผลประจำปีและเงินปันผลระหว่างกาล จำนวน 36.00 ล้านบาท และการชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าและดอกเบี้ยในระหว่างงวดจำนวน 1.85 ล้านบาท

5. มุมมองผู้บริหารหรือปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานในอนาคต

1) สภาวะเศรษฐกิจในภาพรวมยังคงชะลอตัว ส่งผลทำให้ภาคธุรกิจ มีการตัดสินใจในการลงทุนและใช้งบประมาณอย่างรอบคอบมากขึ้น โดยบริษัทจะใช้ประเด็นนี้เป็นจุดขายในการเปิดตัว Brand Architecture ใหม่ที่เป็น All-in-One Customer Growth Platform ซึ่งประกอบด้วย ReadyWeb, ReadyAds, ReadyCRM และ ReadyAgents มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถควบคู่ประสิทธิภาพและการลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกิจของลูกค้า

2) ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการลงทุนพัฒนาแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะด้าน AI ที่มีการติดตั้งและใช้ระบบ Cloud และ Software ต่างๆค่อนข้างมากในช่วงเฟสแรกของการพัฒนา ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวมีแนวโน้มลดลงหลังจากบริษัทเริ่มให้บริการฟีเจอร์ใหม่ๆแล้ว ผ่านการ Optimization และบริหารการตั้งค่าต่างๆสำหรับการใช้งานจริง ซึ่งการลงทุนดังกล่าวนี้จะช่วยยกระดับขีดความสามารถของ Platform และขยายฐานลูกค้าเพื่อสร้างรายได้ในระยะต่อไป

3) กลุ่มธุรกิจ Hotel Direct Booking มีปัจจัยบวกจากการเข้าสู่ช่วง High Season ในไตรมาส 4 จนไปถึง ไตรมาส 1 ปี 2570 และได้การสนับสนุนจากโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐที่มีการแจ้งเลื่อนไปในปีหน้า คาดว่าจะเป็นปัจจัยบวกในช่วง Low Season ของปี 2570

4) สำหรับ บริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด (YDM) ซึ่งเป็นบริษัทร่วม ผลการดำเนินงานมีพัฒนาการดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตามแผนงานที่วางไว้ จนสามารถสร้างผลกำไรได้ในไตรมาสนี้ ในด้านทิศทางธุรกิจ YDM ก้าวสู่การเป็นเอเจนซี่เพื่อการเติบโตสำหรับแบรนด์ขนาดใหญ่ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของการตลาดยุค AI ที่ความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด ข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยี และสื่อ ต้องถูกนำมาเชื่อมต่อกัน โดย YDM จะเป็นผู้วางกลยุทธ์การตลาดของแบรนด์ และนำเทคโนโลยี AI มาช่วยขับเคลื่อนผลลัพธ์ของแบรนด์ที่วัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ บริษัทฯ และ YDM มีแผนขับเคลื่อนความร่วมมือ (Synergy) ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งการแนะนำบริการข้ามกลุ่มลูกค้า (Cross-Selling) รวมถึงการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยี AI ซึ่งการผสานจุดแข็งระหว่างสององค์กรนี้จะช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถส่งมอบบริการที่ครอบคลุมและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าธุรกิจได้ตั้งแต่ระดับองค์กรขนาดใหญ่ไปจนถึงธุรกิจขนาดกลางได้อย่างสมบูรณ์