

สำหรับไตรมาส 3/2565
วันที่ 14 พฤศจิกายน 2565

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน
บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)
กลุ่มอุตสาหกรรม: กลุ่มบริการ ประเภทพาณิชย์

ประเด็นเด่นสำหรับไตรมาส 3/2565

ภาพรวมธุรกิจฟื้นตัวชัดเจน ธุรกิจพาณิชย์เติบโตจาก ULife และการขยายช่องทางจำหน่ายใหม่ ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ฟื้นตัวจากรายได้กิจกรรมและการขายคอนเทนต์ไปสู่อแพลตฟอร์มออนไลน์

รายได้พาณิชย์เติบโตร้อยละ 19.6 จากไตรมาสก่อน ด้วยแพลตฟอร์ม ULife การเติบโตของสินค้าสัตว์เลี้ยง Lifemate และการขยายช่องทางจำหน่ายของ Lifestar รายได้เอ็นเตอร์เทนเมนต์เติบโตร้อยละ 9.5 จากไตรมาสก่อน ด้วยการขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์และรายได้กิจกรรมที่สูงขึ้นต่อเนื่องหลังเปิดเมือง ทั้งนี้ รายได้รวมไตรมาส 3/2565 เท่ากับ 947 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.3 จากไตรมาสก่อน และร้อยละ 11.1 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

เพิ่มประเภทความหลากหลายสินค้าเพื่อสัตว์เลี้ยง Lifemate ขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า Lifestar ให้กว้างขึ้น คงกลยุทธ์เน้นแบรนด์ In-house บนช่องทาง RS Mall ยกระดับ GPM ธุรกิจพาณิชย์เป็นร้อยละ 70.2

Lifemate สินค้าสัตว์เลี้ยง วางจำหน่ายแชมพูและอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดเปียก ด้านอาหารเสริมแบรนด์ well u และ Vitanature+ ขยายช่องทางสู่ร้านค้าปลีก (Traditional trade) จากเดิมที่พึ่งพา RS Mall เป็นหลัก และด้วยกลยุทธ์ธุรกิจพาณิชย์ซึ่งเน้นทำการตลาดสินค้าแบรนด์ In-house บน RS Mall ลดกิจกรรมของสินค้าพันธมิตรที่มีความทับซ้อน ส่งผลให้ธุรกิจคอมเมิร์ซมีอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสนี้สูงขึ้นต่อเนื่อง เป็นร้อยละ 70.2 จากร้อยละ 66.0 ในไตรมาสก่อน

ผลประกอบการไตรมาส 3/2565 กำไรสุทธิเติบโตสูงขึ้น จากการฟื้นตัวของทั้ง 2 ธุรกิจหลัก และการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย

กำไรสุทธิไตรมาส 3/2565 ปรับตัวสูงขึ้น จากรายได้รวมที่เติบโตสูง ประกอบกับอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้นจากสัดส่วนสินค้า In-house และต้นทุนธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ที่ลดลงเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนหน้า ในขณะที่ควบคุม SG&A (ไม่รวม ULife) ให้ลดลง แม้จะชดเชยด้วยต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ส่งผลให้ไตรมาส 3/2565 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 81.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 525 จากไตรมาสก่อน

คาดการณ์ทั้ง 2 ธุรกิจหลักยังคงฟื้นตัวต่อเนื่องในไตรมาส 4/2565 จากรายได้กิจกรรมและอีเว้นท์ขนาดใหญ่ รวมถึงการเติบโตของธุรกิจพาณิชย์จากแพลตฟอร์ม ULife เสริมด้วยยอดขายของสินค้าใหม่จากทุกแพลตฟอร์มของธุรกิจพาณิชย์

แนวโน้มธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ยังคงเติบโตได้ดีจากรายได้กิจกรรม โดยเฉพาะจากอีเว้นท์ที่ไทยกลับมาจัดได้ตามปกติ ในขณะที่ธุรกิจคอมเมิร์ซยังคงสร้างการเติบโตของจากทั้ง 2 แพลตฟอร์มหลักคือ ULife และ RS Mall รวมถึงรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่หลายรายการ ทั้งผลิตภัณฑ์อาหารเสริมแบรนด์ well u และ Vitanature+ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัล ดริงก์ สูตรใหม่ภายใต้แบรนด์ CAMU C ซึ่งเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้ผลประกอบการของบริษัทฯ เติบโตต่อเนื่องจากไตรมาสก่อน

ขยายธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับสัตว์เลี้ยงสู่ปลายน้ำ สู่การเติมเต็ม Ecosystem ของธุรกิจสัตว์เลี้ยงให้สมบูรณ์ในอนาคต

จัดตั้งบริษัท เพ็ท ออล จำกัด เพื่อลงทุนในธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างธุรกิจที่ครบวงจรเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง และได้เริ่มขยายสู่ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงกว่า 17 สาขา ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อขยายเป็นศูนย์จัดจำหน่ายและบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องสำหรับสัตว์เลี้ยงครบวงจรและครอบคลุมทั่วประเทศในอนาคต

ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3/2565

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในไตรมาส 3/2565 ยังคงฟื้นตัวช้า ถึงแม้มีการเติบโตของนักท่องเที่ยว แต่ยังคงเผชิญกับความท้าทายจากอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น โดยเฉพาะระดับราคาพลังงาน นอกจากนี้สถานการณ์น้ำท่วมในหลายพื้นที่ของประเทศ ซึ่งสร้างความเสียหายต่อผลผลิตทางการเกษตร ได้ส่งผลให้ความสามารถในการใช้จ่ายของลูกค้าน่าลดลง และกดดันกำลังซื้อทำให้ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายซึ่งเป็นความท้าทายต่อทั้งธุรกิจพาณิชย์ และธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ของบริษัทฯ

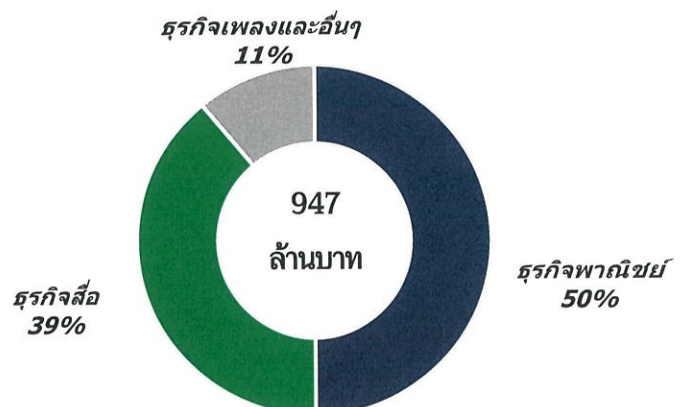
หน่วย:ล้านบาท	ไตรมาส 3/2564		ไตรมาส 2/2565		ไตรมาส 3/2565		เปลี่ยนแปลง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	(y-y)	(q-q)
รายได้จากการขายและบริการ	852.4	100%	827.7	100%	946.5	100%	11.0%	14.3%
ธุรกิจพาณิชย์	541.5	63.5%	399.2	48.2%	477.4	50.4%	-11.8%	19.6%
ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์	310.9	36.5%	428.6	51.8%	469.1	49.6%	50.9%	9.5%
- ธุรกิจสื่อ	267.5	31.4%	346.7	41.9%	367.8	38.9%	37.5%	6.1%
- ธุรกิจเพลงและอื่นๆ	43.3	5.1%	81.8	9.9%	101.3	10.7%	133.7%	23.8%
ต้นทุนขายและบริการ*	448.8	52.7%						
ต้นทุนขายและบริการ (หลังการปรับประเภทรายการ)	459.8	53.9%	427.8	51.7%	432.4	45.7%	-6.0%	1.1%
กำไรขั้นต้น (หลังการปรับประเภทรายการ)	392.6	46.1%	399.9	48.3%	514.1	54.3%	31.0%	28.6%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร*	430.7	50.5%						
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (หลังการปรับประเภทรายการ)	419.7	49.2%	380.2	45.9%	401.1	42.4%	-4.4%	5.5%
กำไรจากการดำเนินงาน	(27.1)	-3.2%	19.7	2.4%	237.4	25.1%	-975.7%	1105.1%
ต้นทุนทางการเงิน	15.9	1.9%	23.3	2.8%	27.9	2.9%	75.4%	19.7%
กำไร/(ขาดทุน)สุทธิ	(0.3)	0.0%	13.1	1.4%	81.7	8.6%	N/A	525.1%

*ต้นทุนการพัฒนาและวิจัยสินค้า และต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ได้ถูกเปลี่ยนประเภทจากค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ไปยังต้นทุนการขายและบริการ โดยได้ปรับปรุงประเภทรายการย้อนหลังตั้งแต่ไตรมาส 1/2564

รายได้

รายได้รวมจากการขายและบริการสำหรับไตรมาส 3/2565 จำนวน 947 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.3 จากไตรมาสก่อน และร้อยละ 11.1 จากปีก่อน จากทั้งธุรกิจพาณิชย์ที่เติบโต ด้วยการรับรู้รายได้ ULife เต็มไตรมาส และธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์จากการขายคอนเทนต์สู่แพลตฟอร์มออนไลน์ และรายได้กิจกรรมที่สูงขึ้น โดยสามารถแยกอธิบายตามกลุ่มธุรกิจได้ดังนี้

โครงสร้างรายได้



ธุรกิจพาณิชย์

รายได้ธุรกิจพาณิชย์ ประกอบด้วยรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าจาก 2 แพลตฟอร์มหลัก ได้แก่ ULife ซึ่งดำเนินธุรกิจขายตรงและ RS Mall ซึ่งจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย (Multi-platform) เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (In-house brand) และสินค้าของพาร์ทเนอร์ โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และคัดสรรผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ ธุรกิจพาณิชย์มีพัฒนาการที่สำคัญในไตรมาส 3/2565 ดังนี้

- เดินหน้ากลยุทธ์บนแพลตฟอร์ม RS Mall เพื่อเน้นจำหน่ายสินค้าแบรนด์ In-house ในเครือ Lifestar และลดการทำตลาดสินค้าของพาร์ทเนอร์ในประเภทที่ทับซ้อนลง ซึ่งจะช่วยยกระดับอัตราการทำการกำไรให้สูงขึ้นในระยะยาว โดยในไตรมาส 3/2565 สัดส่วนสินค้า In-house ต่อ สินค้าพาร์ทเนอร์อยู่ที่ 69:31 เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนที่ 64:36 ตามลำดับ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจพาณิชย์เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง อยู่ที่ร้อยละ 70.2 จากไตรมาสก่อน ที่ร้อยละ 66.1
- พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ "Lifemate" วางจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดเปียก และผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยง อาทิ แชมพู โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้าง Lifemate ให้เป็นสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ครบวงจรในอนาคต
- เร่งสร้างความสัมพันธ์ ยกระดับบริการสำหรับกลุ่มลูกค้า VIP 7,000 รายแรกของแพลตฟอร์ม RS Mall ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มียอดซื้อสูง โดยใช้ข้อมูลเชิงลึกมาวิเคราะห์ เพื่อตอบสนองใจลูกค้ากลุ่มนี้ด้วยสินค้าที่ตรงความต้องการ พร้อมจัดรายการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพและบริการที่ประทับใจ ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายใช้จ่ายต่อรายได้สูงขึ้น นำไปสู่การสร้างรายได้ที่เติบโตแม้ในภาวะที่กำลังซื้อผู้บริโภคอ่อนตัว

รายได้จากธุรกิจพาณิชย์ไตรมาส 3/2565 เท่ากับ 477 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.6 จากไตรมาสก่อน จากการรับรู้รายได้ ULife เต็มไตรมาส ประกอบกับการขยายช่องทางจำหน่ายของสินค้า Lifestar อาทิ well-u และ Vitanature+ สู่อช่องทางค้าปลีก และยังเป็นผลจากรายได้ที่เติบโตของผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง Lifemate ที่วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในไตรมาสนี้ ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนลดลงร้อยละ 11.8 จากยอดขายของแพลตฟอร์ม RS Mall ที่ได้รับผลกระทบจากกำลังซื้อที่อ่อนตัว

ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์

หน่วยธุรกิจสื่อ สำหรับไตรมาส 3/2565 มีรายได้เท่ากับ 368 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 จากไตรมาสก่อน และร้อยละ 37.5 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากรายได้การขายคอนเทนต์ไปยังออนไลน์แพลตฟอร์ม (Content licensing) ที่สูงขึ้น ชดเชยกับรายได้สื่อ (ทีวีและวิทยุ) ที่ลดลงตามฤดูกาลของอุตสาหกรรม

ทั้งนี้ ธุรกิจสื่อซึ่งมีความหลากหลายของบริษัท ทั้งทีวี วิทยุ และช่องทางออนไลน์ ยังถือเป็นส่วนสำคัญของโมเดลธุรกิจ Entertainmerce ซึ่งช่วยเสริมความแข็งแกร่งของช่องทางจำหน่าย เป็นจุดแข็งที่สร้างความแตกต่างให้บริษัท และช่วยสร้างการเติบโตในธุรกิจพาณิชย์

หน่วยธุรกิจเพลงและอื่นๆ สำหรับไตรมาส 3/2565 มีรายได้จำนวน 101 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.8 จากไตรมาสก่อน และร้อยละ 134 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยเติบโตจากการกลับมาของการจัดกิจกรรมต่างๆ ทั้งธุรกิจทีวี และธุรกิจ Agency service ภายหลังจากภาครัฐผ่อนคลายนโยบายการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 อีกทั้งธุรกิจเพลงยังเติบโตจากรายได้การบริหารและจัดเก็บลิขสิทธิ์จากการใช้ผลงานเพื่อเผยแพร่ในสื่ออื่นๆ และใช้ในสถานบันเทิงที่เริ่มกลับมาดำเนินกิจการเป็นปกติในไตรมาสนี้

ต้นทุนขายและบริการ¹

ต้นทุนขายและบริการสำหรับไตรมาส 3/2565 เท่ากับ 432 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1 จากไตรมาสก่อน จากต้นทุนสินค้าธุรกิจคอมเมิร์ซที่เพิ่มขึ้นแปรผันตามรายได้ ประกอบกับต้นทุนการจัดกิจกรรมที่สูงขึ้น ชดเชยกับต้นทุนหน่วยธุรกิจสื่อที่ลดลงจากการใช้คอนเทนต์ในคลังมาฉายซ้ำ (Rerun) ทั้งนี้ ต้นทุนขายและบริการลดลงร้อยละ 5.9 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ตามยอดขายธุรกิจพาณิชย์ที่ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

ทั้งนี้ ตั้งแต่ไตรมาส 3/2565 ต้นทุนการพัฒนาและวิจัยสินค้า และต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ได้ถูกเปลี่ยนประเภทจากค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ไปยังต้นทุนการขายและบริหาร โดยได้ปรับปรุงประเภทรายการย้อนหลังตั้งแต่ไตรมาส 1/2564

กำไรขั้นต้น¹

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นรวมสำหรับไตรมาส 3/2565 อยู่ที่ 514 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.6 จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.0 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากรายได้ของทั้ง 2 ธุรกิจหลักที่ฟื้นตัว ด้านอัตรากำไรขั้นต้นรวมอยู่ที่ร้อยละ 54.3 เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนที่ร้อยละ 48.3

ธุรกิจพาณิชย์มีกำไรขั้นต้น เท่ากับ 335 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.1 จากไตรมาสก่อน จากการรับรู้รายได้ของธุรกิจขายตรง ULife ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง ประกอบกับอัตรากำไรเบื้องต้นของแพลตฟอร์ม RS Mall ที่ปรับตัวสูงขึ้น จากสัดส่วนยอดขายของสินค้า In-house ของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นธุรกิจพาณิชย์เท่ากับร้อยละ 70.2 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 66.0 ในไตรมาสก่อน

ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 179 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.4 จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 118 จากปีก่อน เป็นผลจากรับรู้รายได้จากการขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรม ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์เท่ากับร้อยละ 37.8 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 31.4 ในไตรมาสก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และต้นทุนทางการเงิน¹

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสำหรับไตรมาส 3/2565 จำนวน 401 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5 จากไตรมาสก่อน เป็นผลจากการรับรู้ค่าใช้จ่ายจาก ULife เต็มไตรมาส ทั้งนี้ หากไม่รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารส่วนของ ULife ค่าใช้จ่ายการขายและบริหารลดลงคิดเป็นร้อยละ 4.6 จากไตรมาสก่อน จากการควบคุมค่าใช้จ่ายทางการตลาดให้สอดคล้องกับยอดขาย มุ่งเน้นการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ หากเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงร้อยละ 4.4 จากต้นทุนการตลาดสินค้าใหม่ที่สูงในปีก่อนหน้า ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายคิดเป็นอัตราร้อยละ 42.4 ซึ่งลดลงจากไตรมาสก่อนที่ร้อยละ 45.9

ต้นทุนทางการเงินสำหรับไตรมาส 3/2565 จำนวน 27.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.7 จากไตรมาสก่อน และร้อยละ 75.9 จากปีก่อน เป็นผลจากดอกเบี้ยจ่ายเพิ่มขึ้นตามเงินกู้ยืมธนาคาร เพื่อใช้ลงทุนในแพลตฟอร์ม ULife ซึ่งถูกเบิกใช้ตั้งแต่ปลายเดือนเมษายน 2565

กำไรสุทธิ

สำหรับไตรมาส 3/2565 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่เท่ากับ 81.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 525 จากไตรมาสก่อน เป็นผลจากรายได้ของทั้ง 2 ธุรกิจหลักที่ฟื้นตัว และประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้น ทั้งนี้ ในไตรมาส 3/2565 บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัท เซกัวร์ เอเชีย จำกัด จำนวน 5.6 ล้านบาท

¹ รายการต้นทุนการขายและบริหาร กำไรสุทธิ และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่แสดงข้างต้น คำนวณจากฐานใหม่ ซึ่งต้นทุนการพัฒนาและวิจัยสินค้า และต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ได้ถูกเปลี่ยนประเภทจากค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ไปเป็นต้นทุนการขายและบริหาร

มุมมองผู้บริหารต่อแนวโน้มผลประกอบการ

คาดการณ์แนวโน้มรายได้ของ 2 ธุรกิจหลักที่ฟื้นตัวต่อเนื่องจากไตรมาส 3/2565

ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ เป็นแรงขับเคลื่อนรายได้ที่สำคัญ หลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย โดยผู้บริโภคกลับมาดำเนินชีวิตตามปกติ ในขณะที่แบรนด์ต่างๆ มีความต้องการใช้สื่อที่สูงขึ้น เพื่อช่วงชิงกำลังซื้อของผู้บริโภค

- **คอนเสิร์ตและอีเวนต์** เร่งสร้างรายได้เพิ่มเติมจากคอนเสิร์ต สปอนเซอร์อีเวนต์ ซึ่งดำเนินได้เป็นปกติ หลังจากการผ่อนปรนมาตรการโควิด-19 โดยทั้ง 2 คอนเสิร์ตใหญ่ อาร์เอสมีตติ้งและกามิกาเซ่ ต่างได้รับผลตอบรับที่ดีมาก โดยสามารถขายบัตรเต็มทุกที่นั่ง ด้านธุรกิจเพลงเห็นการเติบโตจากการบริหารจัดการเก็บลิขสิทธิ์
- **สื่อทีวีและวิทยุ** คาดเม็ดเงินโฆษณาฟื้นตัวจากไตรมาส 3/2565 ด้วยฤดูกาลทางธุรกิจและกิจกรรมทางการตลาดของแบรนด์ต่างๆ ที่ต้องการสร้างยอดขายในช่วงเทศกาล

ธุรกิจพาณิชย์ เร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ทุกแพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนออกผลิตภัณฑ์ใหม่มากกว่า 10 SKUs ภายใต้ 4 แบรนด์หลัก ทั้งการออกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่เน้นการนำนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์มาใช้ภายใต้แบรนด์ well u ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผสมพลังสารสกัดจากธรรมชาติภายใต้แบรนด์ Vitanature+ และเครื่องดื่มฟังก์ชันนัล ดริงก์ สูตรใหม่ภายใต้แบรนด์ CAMU C ที่ต่อยอดจากธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ รวมทั้งอาหารสัตว์แบบเปียกภายใต้แบรนด์ Lifemate ด้านแพลตฟอร์ม ULife ซึ่งเริ่มรับรู้รายได้เต็มจะช่วยเสริมการเติบโตของธุรกิจพาณิชย์ จากแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และการขยายฐานลูกค้า นอกจากนี้การลงทุนใน PET ALL ซึ่งเป็นการขยายสู่ธุรกิจค้าปลีกสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงด้วยร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงกว่า 17 สาขาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล คาดว่าจะเริ่มสร้างรายได้ทันทีตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565 และพร้อมขยายสู่ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงครบวงจรในอนาคต

บริษัทฯ ยังคงมองหาพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจจากการทำ M&A และ JV โดยมุ่งเน้นเพื่อเข้ามาต่อยอดโมเดลธุรกิจ Entertainmerce ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น เพื่อขยายช่องทางการขายและแพลตฟอร์มของธุรกิจคอมเมิร์ซ รวมถึงการเพิ่มไลน์สินค้าและบริการ และส่งเสริมให้ Ecosystem ของอาร์เอส กรุ๊ป ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

พัฒนาการเพื่อความยั่งยืน

อาร์เอส กรุ๊ป ได้รับคัดเลือกเป็นหนึ่งในรายชื่อหุ้นยั่งยืน หรือ Thailand Sustainability Investment (THSI) ประจำปี 2565 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้วยความมุ่งมั่นในการยกระดับการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่องในทุกมิติ ภายใต้กรอบ ESG (Environmental, Social and Governance) โดยบริษัทฯ ได้ผลประเมิน ESG rating ในระดับ AA ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทฯ มีพัฒนาการที่สำคัญ และมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงต่อเนื่อง พร้อมให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนควบคู่ไปด้วย

โดยบริษัทฯ ได้จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรายงานในรูปแบบ One report เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นในการเปิดเผยข้อมูลสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และโปร่งใส โดยเนื้อหาครอบคลุมการดำเนินงานในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ และการรายงานความคืบหน้าระหว่างปีเป็นส่วนหนึ่งของรายงานคำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานประจำไตรมาส โดยในรายงานนี้ได้แสดงถึงพัฒนาการตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง วันที่ 30 กันยายน 2565

การประเมินสาระสำคัญและการระบุประเด็นด้านความยั่งยืน

ในปี 2564-2565 บริษัทฯ ดำเนินงานด้านความยั่งยืนภายใต้แนวคิด “ผู้สร้างสรรค์แรงบันดาลใจและส่งมอบองค์ความรู้ ด้วยความบันเทิง สิ้นค้า และบริการที่มีคุณค่า พร้อมเติมเต็มคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ผู้คนอย่างยั่งยืน” ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยมีการระบุประเด็นสำคัญในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า และ การพัฒนานวัตกรรมร่วมกับคู่ค้า

ด้านสังคม มุ่งเน้นการบริหารจัดการองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ และ การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าพนักงาน

ด้านสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และ การจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ

ด้านสิ่งแวดล้อม (E : Environment)

“โครงการ Paper Merci..แยก แลก รักษ์” ส่งเสริมการคัดแยกกระดาษจากต้นทาง เพื่อให้ผู้ก่อขยะเล็งเห็นถึงคุณค่าของทรัพยากรที่ใช้แล้ว และเพิ่มอัตราการรีไซเคิลกระดาษของประเทศให้สูงขึ้น โดยเริ่มโครงการตั้งแต่ตุลาคม 2563 และ ณ ปัจจุบัน สามารถนำกระดาษใช้แล้วเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลสะสมได้ 15,130 กิโลกรัม และยังคงได้ต่อยอดไปยัง

โครงการ “RS net Zero : Think ก่อน ทิ้ง” ด้วยความตั้งใจที่จะลดขยะพลาสติกจากสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ให้เป็นศูนย์ โดยเริ่มโครงการตั้งแต่พฤษภาคม 2565 และ ณ ปัจจุบัน สามารถนำพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลสะสมได้ 200 กิโลกรัม และมีแผนที่จะนำกลับมาผลิตเป็นสิ่งของที่มีประโยชน์ เพื่อนำไปร่วมกิจกรรมการสร้างความจิตสำนึกที่ดีด้านสิ่งแวดล้อม และสานความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ต่อไป

ด้านเศรษฐกิจ (E : Economy)

“RS Young Blood” โครงการที่ช่วยส่งเสริมโอกาสในนักศึกษาได้เรียนรู้ สร้างประสบการณ์เพื่อต่อยอดเตรียมเข้าสู่การทำงานจริง โดยจากการที่ อาร์เอส กรุ๊ปได้รับคัดเลือกเป็นกรณีศึกษาด้าน Business Transformation ในการแข่งขันกรณีศึกษาทางบัญชีระดับประเทศ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2565 โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศเข้าร่วมในการแข่งขันในรายการ “Thailand Accounting Case Competition 2022” ซึ่งมุ่งเน้นให้นิสิตนักศึกษาสามารถบูรณาการและประยุกต์ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ และศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ผ่านนำเสนอแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมที่เป็นจริง รวมถึงวิเคราะห์และเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ และส่งเสริมให้เกิดการทำงานเป็นทีม พร้อมเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้และเดินทางสู่เส้นทางอาชีพได้อย่างราบรื่นในอนาคต

ด้านสังคม (S : Social)

“SCG Leadership Forum” บริษัท โสภี สตาร์ จำกัด ในเครือ อาร์เอส กรุ๊ป เป็นตัวแทนเข้าร่วมแชร์ประสบการณ์และถ่ายทอดองค์ความรู้ร่วมกับพันธมิตรอย่าง SCG ในฐานะหนึ่งในบริษัทที่มีผู้บริหารคนสำคัญร่วมกันทรานส์ฟอร์มธุรกิจ จากธุรกิจสื่อและบันเทิงสู่การดำเนินธุรกิจพาณิชย์ ภายใต้โมเดลธุรกิจ Entertainmerce ซึ่งแสดงให้เห็นศักยภาพในการรับมือและปรับตัวเข้ากับกระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลของ อาร์เอส กรุ๊ป

ด้านการกำกับกิจการที่ดี (G : Good Governance)

ปี 2565 บริษัทฯ ได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2565 (CGR 2022) ในระดับห้าดาว หรือ “ดีเลิศ” ติดต่อกันเป็นปีที่ 3 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)



(นายวิวัฒน์ เวชบุษกร)

กรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ

