

สำหรับปี 2565  
วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน  
บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)  
Industry/Sector: Services/Commerce

### ประเด็นเด่นสำหรับปี 2565

มุ่งเน้นการขยายระบบนิเวศทางธุรกิจของธุรกิจพาณิชย์ ทั้งเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเสริมศักยภาพสู่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่

เข้าซื้อหน่วยธุรกิจขายตรงยูไลฟ์ (ULife) จาก บริษัท ยูนิลีเวอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (ULife) เพื่อเป็นทางลัดสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนกว่า 150,000 ราย และศักยภาพการพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ระดับสากล อีกทั้งยังจัดตั้ง บริษัท อาร์เอส เพ็ทฮออล์ จำกัด เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงอย่างครบวงจร นอกจากนี้ ยังคงเดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพกว่า 70 SKUs ภายใต้ 4 แปรนด์หลัก

เร่งฟื้นรายได้กิจกรรมและคอนเสิร์ตทันทีหลังมาตรการที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ผ่อนคลายและถูกยกเลิก

ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์กลับมาสร้างรายได้เป็นปกติในครึ่งหลังของปี 2565 จาก กิจกรรมคอนเสิร์ตต่างๆ เช่นอีเวนต์, คอนเสิร์ต ทั้งนี้ในไตรมาส 4 ได้มีการจัด 2 คอนเสิร์ตขนาดใหญ่ Kamikaze และ RS Meeting ซึ่งได้รับผลตอบรับที่ดี และจะดำเนินต่อเนื่องไปในปี 2566

จากความท้าทายทางสภาวะเศรษฐกิจเป็นแรงกดดันต่อรายได้ของธุรกิจพาณิชย์ให้อ่อนตัว ชดเชยด้วยการเติบโตของธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์จากกิจกรรมในช่วงครึ่งหลังของปี 2565

ส่งผลให้รายได้รวมของปี 2565 ลดลงเล็กน้อย ร้อยละ 1.1 จากปีก่อน เป็น 3,532.8 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทยังคงมุ่งเน้นการขยายระบบนิเวศทางธุรกิจของทั้งธุรกิจพาณิชย์และธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์เพื่อเพิ่มรายได้ในอนาคตให้ฟื้นตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับโอกาส

กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวของธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ และประสิทธิภาพการบริหารค่าใช้จ่ายการตลาด

กำไรสุทธิเท่ากับ 137.1 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 7.6% จากปีก่อนหน้า ทั้งจากการเติบโตของรายได้คอนเทนต์ (Content licensing) ประกอบกับค่าใช้จ่ายการตลาดที่ลดลงจากธุรกิจพาณิชย์ พร้อมประกาศจ่ายหุ้นปันผล\* ในอัตรา 10 หุ้นเดิม ต่อ 1 หุ้นใหม่ โดยจ่ายให้ผู้ถือหุ้นตามรายชื่อ ณ ปิดสมุดวันที่ 19 เมษายน 2566

\* การจ่ายหุ้นปันผลขึ้นอยู่กับการอนุมัติของที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นในวันที่ 10 เมษายน 2566

ปี 2566 เติบโตจากแรงขับเคลื่อนของทั้ง 2 ธุรกิจพาณิชย์และเอ็นเตอร์เทนเมนต์ สู่เป้าหมายได้ 5,500 ล้านบาท

ด้วยกลยุทธ์ Mass – Accessible จะนำอาร์เอสสู่การเติบโตผ่านการปรับโครงสร้างธุรกิจ และวางเป้าสู่ “Life Enriching” ที่จะยกระดับทุกมิติของการใช้ชีวิตให้ลูกค้าและสัตว์เลี้ยงผ่านธุรกิจในเครือ โดยธุรกิจพาณิชย์มีแผนการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์เดิมมากกว่า 40 SKUs รวมถึงขยายตลาดด้วยช่องทางและพันธมิตรใหม่ๆ เพื่อเข้าสู่ตลาดที่กว้างขึ้น อีกทั้งสร้างธุรกิจใหม่ RS Pet all ผู้ให้บริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงครบวงจร ด้านธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์มุ่งลงทุนในธุรกิจเพลงอีกครั้ง และร่วมมือกับพันธมิตรที่มีศักยภาพเพื่อช่วยยกระดับรายได้จากทั้งทรัพย์สินเพลงเดิม และขยายฐานทรัพย์สินเพลงใหม่ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างรายได้จากการจัดอีเวนต์ และคอนเสิร์ตได้อย่างเต็มรูปแบบตลอดปี

บริษัท เซกัวร์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) – ซึ่งเป็นบริษัทร่วมประสบความสำเร็จในการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยเริ่มเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 21 กุมภาพันธ์ 2566 ทั้งนี้บริษัทได้รับเงินสดจากการขายหุ้นเซกัวร์ เอเชีย จำนวน 421 ล้านบาท และรับรู้กำไรพิเศษมากกว่า 100 ล้านบาทในไตรมาส 1 ปี 2566 ทั้งนี้ อย่างไรก็ตามบริษัทคงรักษาสัดส่วนการถือหุ้น 20.3% ของเซกัวร์ เอเชีย ในฐานะ Strategic shareholder เพื่อร่วมสร้างการเติบโตทางธุรกิจร่วมกันผ่าน Entertainmerce model

## ผลการดำเนินงานสำหรับปี 2565

สภาวะเศรษฐกิจในปี 2565 ได้รับความท้าทายจากสถานการณ์สงครามในต่างประเทศที่ส่งผลต่อราคาพลังงานและราคาสินค้าอุปโภคบริโภค อีกทั้งการปิดเมืองในประเทศจีนยังส่งผลให้เกิดภาวะชะงักงันของห่วงโซ่อุปทาน และเป็นปัจจัยที่ผลักดันอัตราเงินเฟ้อในประเทศไทยในช่วงครึ่งปีแรก ทั้งนี้สถานการณ์เริ่มมีทิศทางที่ดีขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง เมื่อทั่วโลกทยอยยกเลิกมาตรการจำกัดการเดินทาง รวมถึงการยกเลิกโควิด-19 นอกจากการเป็นโรคติดต่ออันตรายในเดือนตุลาคม ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจกลับมาดำเนินได้เป็นปกติ และค่อยๆฟื้นตัว โดยภาพรวมเศรษฐกิจไทยปี 2565 มีแนวโน้มเติบโตที่ร้อยละ 3.2% โดยคาดการณ์ว่าจะสามารถกลับมาฟื้นตัวอย่างชัดเจนได้ในปี 2566 โดยมีแรงขับเคลื่อนจากภาคการท่องเที่ยวที่มีทิศทางดีขึ้น กิจกรรมทุกประเภทสามารถกลับมาจัดได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและมาตรการของภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายในประเทศ

\*ที่มา: ศูนย์วิจัยกรุงศรี

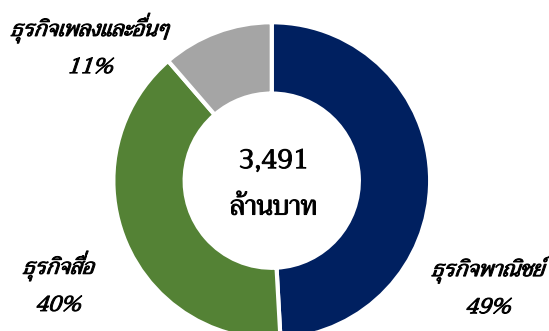
หน่วย: ล้านบาท	ปี 2564		ปี 2565		เปลี่ยนแปลง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	(y-y)
รายได้จากการขายและบริการ	3,572.8	100%	3,532.8	100%	-40.0	-1.1%
ธุรกิจพาณิชย์	2,263.4	63.4%	1,714.5	48.5%	-548.9	-24.3%
ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์	1,309.4	36.6%	1,818.2	51.5%	508.8	38.9%
- ธุรกิจสื่อ	1,078.7	30.2%	1,421.9	40.2%	343.2	31.8%
- ธุรกิจเพลงและอื่นๆ	230.7	6.5%	396.4	11.2%	165.7	71.8%
ต้นทุนขายและบริการ*	1,804.2					
ต้นทุนขายและบริการ (หลังการปรับประเภทรายการ)	1,850.6	51.8%	1,788.5	50.6%	-62.1	-3.4%
กำไรขั้นต้น	1,722.2	48.2%	1,744.2	49.4%	22.0	1.3%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร*	1,676.5					
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (หลังการปรับประเภทรายการ)	1,632.1	45.7%	1,535.4	43.5%	-96.8	-5.9%
กำไรจากการดำเนินงาน	90.1	2.5%	208.8	5.9%	118.8	131.9%
ต้นทุนทางการเงิน	58.8	1.6%	99.5	2.8%	40.6	69.1%
กำไร/(ขาดทุน)สุทธิ	127.4	3.6%	137.1	3.9%	9.7	7.6%

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

## รายได้

รายได้รวมจากการขายและบริการสำหรับปี 2565 จำนวน 3,532.75 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 1.1 จากปีก่อน จากรายได้ธุรกิจพาณิชย์ ที่หดตัว จากกำลังซื้อผู้บริโภคลดลง และมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น

## โครงสร้างรายได้



## ธุรกิจพาณิชย์

รายได้ธุรกิจพาณิชย์ ประกอบด้วยรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าจาก 2 แพลตฟอร์มหลัก ได้แก่ RS Mall ซึ่งจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย (Multi-platform) เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ (In-house brand) และสินค้าของพาร์ทเนอร์ ULife ซึ่งดำเนินธุรกิจขายตรงและ โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และคัดสรรผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น ในปี 2565 บริษัท ฯ จึงได้เพิ่มความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์ รวมถึงขยายไปยังตลาดใหม่ที่มีโอกาสการเติบโตสูง และขยายช่องทางการจำหน่ายสู่ออนไลน์เพิ่มขึ้นเพื่อเป็นการเสริมศักยภาพการเติบโตของรายได้ในระยะยาว เช่น

- เข้าสู่ธุรกิจขายตรงผ่านการเข้าซื้อ ยูนิลีฟเวอร์ไลฟ์ (ULife) ซึ่งมีประสบการณ์ในธุรกิจขายตรงกว่า 20 ปี และช่วยให้บริษัทได้รับผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในธุรกิจขายตรง พาร์ทเนอร์(ตัวแทนขาย) แปรนต์สินค้า ได้แก่ Aviance , Beyonde และ I-Fresh พร้อมทั้งทีมงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาในระดับสากล ซึ่งหลังจากรวมกิจการดังกล่าวเข้ามาอยู่ในเครือ อาร์เอส กรุ๊ปแล้ว ได้มีการพัฒนาต่อเป็น “RS Connect” ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการขายตรง
- พัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ “Lifemate” วางจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงทั้งชนิดแห้ง ชนิดเปียก และผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยง เช่น แชมพู โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงใหม่ระหว่างปีมากกว่า 40 SKUs
- จัดตั้ง บริษัท อาร์เอส เพ็ทออล จำกัด โดยมีเป้าหมายให้ผู้ให้บริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงอย่างครบวงจร ด้วยเล็งเห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง และเติมเต็ม eco-system ในธุรกิจสัตว์เลี้ยงของกลุ่มบริษัทให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
- ยกกระดับการบริการลูกค้ากลุ่ม VIP 7,000 รายแรกของ RS Mall ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มที่มียอดซื้อสูง โดยใช้ข้อมูลเชิงลึกช่วยในการวิเคราะห์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแนะนำสินค้าให้ตอบโต้ความต้องการของลูกค้า รวมถึงส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพที่จะช่วยให้ออดใช้จ่ายต่อรายสูงขึ้น นำไปสู่การเติบโตของรายได้แม้ในภาวะที่กำลังซื้อผู้บริโภคอ่อนตัว

รายได้จากธุรกิจพาณิชย์สำหรับปี 2565 เท่ากับ 1,714.5 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 24.3 จากปีก่อน จากเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และส่งผลให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย ซึ่งบริษัทฯ พยายามลดผลกระทบดังกล่าวจากการพัฒนาสินค้าใหม่ รวมถึงการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อรักษาระดับรายได้จากธุรกิจพาณิชย์ในสถานการณ์ที่ท้าทาย

## ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์

ธุรกิจสื่อ สำหรับปี 2565 มีรายได้เท่ากับ 1,421.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.8 จากปีก่อน โดยภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาในปี 2565 มีสัญญาณการฟื้นตัว จากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมโควิด-19 ส่งผลให้แบรนด์สินค้าต่างๆมีการออกสินค้าใหม่ และมีความต้องการใช้งบการตลาดที่สูงขึ้นเพื่อแข่งขันและสร้างยอดขาย และส่งผลดีต่อทั้งธุรกิจโทรทัศน์ และธุรกิจวิทยุ

โดยในปี 2565 บริษัท ฯ ยังคงพัฒนาคอนเทนต์หลักบนทีวี ทั้ง 3 ประเภทอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กีฬา ละคร และข่าว รวมถึงมีการนำคอนเทนต์ดังจากต่างประเทศมาออกอากาศบนทีวีช่อง 8 นอกจากช่องทางออนไลน์แล้ว บริษัทฯยังคงเดินหน้าขยายฐานผู้ชมบนช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยสื่อทีวีที่มีการขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ของช่อง 8 ไปยัง Over-The-Top (OTT Platform) ของพาร์ทเนอร์ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เช่น True ID, AIS Play, WeTV, iQIYI เป็นต้น ด้านสื่อวิทยุ ได้ขยายฐานผู้ฟังไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผ่านสตรีมมิ่งแอปพลิเคชันของพาร์ทเนอร์ เช่น JOOK Apple Music และ Google Assistant เป็นต้น

ธุรกิจเพลงและอื่นๆ สำหรับปี 2565 มีรายได้เท่ากับ 396.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 71.8 จากปีก่อน จากการยกเลิกโรคโควิด-19 ออกจากโรคติดต่อยุติแล้ว และส่งผลให้ทำให้บริษัท ฯ สามารถกลับมาจัดกิจกรรมอย่างเต็มประสิทธิภาพ ผลักดันให้รายได้จากอีเวนต์และคอนเสิร์ตเติบโตสูงจากปีก่อน ทั้งนี้ในปี 2565 ได้มีการจัดคอนเสิร์ตใหญ่ 2 คอนเสิร์ต ได้แก่ Kamikaze party 2022 และ RS meeting concert 2022 ซึ่งได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดีและจำหน่ายบัตรได้หมดทุกที่นั่ง

## ต้นทุนขายและบริการ

ต้นทุนขายและบริการสำหรับปี 2565 เท่ากับ 1,788.5 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากปีก่อนที่ร้อยละ 3.4 จากรายได้ของธุรกิจพาณิชย์ที่ลดลงชดเชยด้วยต้นทุนธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ที่ปรับตัวสูงขึ้นตามกิจกรรม และคอนเสิร์ตที่เพิ่มขึ้น

## กำไรขั้นต้น<sup>1</sup>

บริษัท ฯ มีกำไรขั้นต้นรวมเท่ากับ 1,744.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 จากปีก่อน การฟื้นตัวของธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ และรายได้จากการขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ด้านอัตรากำไรขั้นต้นรวมอยู่ที่ร้อยละ 49.4% เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ร้อยละ 48.2

ธุรกิจพาณิชย์มีกำไรขั้นต้น เท่ากับ 1,122.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 16.8 จากปีก่อน จากรายได้พาณิชย์ที่ลดลง ในขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 65.5 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ร้อยละ 59.6 จากการรับรู้รายได้ของธุรกิจขายตรง RS Connect ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง ประกอบกับอัตรากำไรขั้นต้นของ RS Livewell และ RS Mall มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากการใช้กลยุทธ์ขยายสัดส่วนยอดขายสินค้า In house ที่สูงขึ้นในช่วงระหว่างปี 2566

ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 621.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 66.7 จากการกลับมาจัดอีเวนต์และคอนเสิร์ตได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในช่วงปลายปี ในขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 34.2 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ร้อยละ 28.5 จากการรับรู้รายได้จากการขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงเพิ่ม ประกอบกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการจัดอีเวนต์และคอนเสิร์ต

## ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และต้นทุนทางการเงิน

บริษัท ฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสำหรับปี 2565 จำนวน 1,539.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.7 จากปีก่อน หลักจากธุรกิจพาณิชย์ที่มีการควบคุมค่าใช้จ่ายทางการตลาดให้สอดคล้องกับยอดขาย โดยมุ่งเน้นการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการเพิ่ม SKUs ใหม่

ภายใต้แบรนด์เดิม ซึ่งส่งผลให้เกิด economies of scale ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายคิดเป็นอัตราร้อยละ 43.6 ลดลงจากปีก่อนที่ร้อยละ 45.7

ต้นทุนทางการเงินสำหรับปี 2565 เท่ากับ 99.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 69.1 จากปีก่อน เป็นผลจากดอกเบี้ยจ่ายเพิ่มขึ้นตามเงินกู้ยืมธนาคารเพื่อใช้ลงทุนในการเข้าซื้อ บริษัท ยูนิลีเวอร์ไลฟ์ จำกัด

## **กำไรสุทธิ**

สำหรับปี 2565 บริษัท ฯ มีกำไรสุทธิเท่ากับ 137.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6 จากปีก่อน ซึ่งเป็นผลจากการเปิดประเทศและการผ่อนคลายมาตรการควบคุมโควิด-19 ทำให้สามารถกลับมาจัดอีเวนต์และคอนเสิร์ตได้เต็มประสิทธิภาพ รวมถึงความสามารถในการควบคุมต้นทุนขายและบริการ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารให้อยู่ในระดับต่ำได้ ทั้งนี้ บริษัท ฯ รับรู้ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัท เซกัวร์ เอเชีย จำกัด ในปี 2565 จำนวน 46.5 ล้านบาท

---

<sup>1</sup> รายการต้นทุนการขายและบริการ กำไรสุทธิ และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่แสดงข้างต้น คำนวณจากฐานใหม่ ซึ่งต้นทุนการพัฒนาและวิจัยสินค้า และต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ได้ถูกเปลี่ยนประเภทจากค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ไปเป็นต้นทุนการขายและบริการ

## มุมมองต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคตและกลยุทธ์สำหรับปี 2566

อาร์เอสยังคงมุ่งดำเนินธุรกิจบน Entertainmerce model โดยเสริมสร้างการเติบโตทั้งธุรกิจคอมเมิร์ซ และเอ็นเตอร์เทนเมนต์ โดยมีเป้าหมายรายได้ที่ 5,500 ล้านบาทในปี 2566 ด้วยการดำเนินการธุรกิจตามกลยุทธ์ Mass - Accessible ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- **Mass การขยายตลาดสู่ฐานผู้บริโภคที่กว้างขึ้น**

- **New Business Models (ธุรกิจรูปแบบใหม่)**

- **RS Connect:**

สร้างการเติบโตบนฐานของธุรกิจขายตรงแบบ Multi-level marketing (MLM) ภายใต้ ULife ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทั้งการสร้างทีมขาย และการพัฒนาสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ 2 รูปแบบ (Business model) ได้แก่

- 1) การขยายรูปแบบการขายภายใต้ Multi-Level marketing (MLM) ภายใต้แบรนด์ ULife ด้วย subscription model “ปีนโต” เป็นรูปแบบการขายและจัดส่งสินค้าเป็นรายเดือน เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคซึ่งจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพในปริมาณที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง โดยไม่จำเป็นต้องสั่งเป็นรายครั้งเมื่อสินค้าหมด
- 2) Single-Level Model (SLM) ภายใต้แบรนด์ De Beste (เดอร์ เบสส์เต) รูปแบบการขายตรงแบบชั้นเดียว หรือตัวแทนจำหน่ายแบบออนไลน์ เพื่อเข้าถึงตลาดคนรุ่นใหม่ที่เน้นการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์-โซเชียลคอมเมิร์ซ

- **RS pet all:**

ขยายธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ประกอบด้วย โรงงานผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงเลี้ยงสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง ร้านค้าปลีก รวมถึงธุรกิจเวลเนสสำหรับสัตว์เลี้ยง

- **New Products (พัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ใหม่)**

พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องภายใต้ RS Livewell และ RS Connect โดยในปี 2566 มีแผนการพัฒนาและออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Well u, Vitanature+, Camu C, Lifemate, Aviance, Beyonde, ifresh และ De Beste รวมทั้งหมดมากกว่า 40 SKUs เพื่อขยายสู่ตลาดผู้บริโภคใหม่ที่ยังไม่เคยเข้าถึง

- **New Contents and New Target group (ผลิตคอนเทนต์ใหม่เพื่อขยายตลาดสู่กลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่)**

- สร้างสรรค์คอนเทนต์รูปแบบใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อขยายสู่กลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่ผ่านความเชี่ยวชาญของทุกหน่วยงานภายใต้ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ ทั้งผ่านดิจิทัลทีวีช่อง 8 และวิทยุ Cool Fahrenheit
- จัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อต่อยอดจากฐานผู้ชม ผู้ฟัง และเชื่อมโยงไลฟ์สไตล์ที่หลากหลาย ทั้งกิจกรรม on ground เพื่อนำแบรนด์สินค้าร่วมสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค อีกทั้งยังมีแผนการจัด Festival 4 งาน และ คอนเสิร์ตใหญ่อย่างน้อย 4 งาน ต่อเนื่องตลอดทั้งปี
- ลงทุนในธุรกิจเพลงอย่างเต็มตัวผ่าน RS Music จากการเห็นโอกาสในการเติบโตของธุรกิจเพลง ด้วยแนวคิด “HomeComing, NewComer” ที่จะพานักร้องของอาร์เอสที่ได้รับความนิยมกลับมาทำเพลงใหม่ และมุ่งมั่งในการพัฒนาศิลปินหน้าใหม่ รวมถึงความร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านออนไลน์แพลตฟอร์ม เพื่อช่วยสร้างรายได้จากฐานทรัพย์สินทางปัญญาเกี่ยวกับเพลงได้สูงสุด

- **Accessibility การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ**

- **One Stop Marketing Solutions (การทำการตลาดแบบครบวงจร)**

จัดตั้งสายงาน Media Sale & Marketing เพื่อเป็นศูนย์รวมการบริหารสื่อทุกช่องทางของอาร์เอส กรุ๊ป เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการซื้อโฆษณาของลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาดของอาร์เอส กรุ๊ป

- **New Synergy**



- การขยายฐานลูกค้า และเครือข่ายการจัดจำหน่ายด้วยความร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ เพื่อขยายฐานรายได้ของธุรกิจพาณิชย์ โดย RS Mall ร่วมมือกับพาร์เนอร์ใหม่ เช่น กลุ่มFinancial, โรงพยาบาล, ประกัน เพื่อเพิ่มฐานลูกค้า และยกระดับสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิกเพื่อเพิ่มความภักดีต่อแบรนด์และเพิ่มยอดขาย ด้าน RS Livewell เน้นความร่วมมือกับ Specialty store และขยายช่องทางจำหน่ายสู่ร้านค้าปลอดภาษีเพื่อจับกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งยังกระจายสินค้าสัตว์เลี้ยง Lifemate ไปยังต่างประเทศ
- สร้างโอกาสจากการเติบโตผ่านลงทุนด้วยการเข้าซื้อกิจการและควบรวมกิจการ (M&A)ใหม่ๆอยู่เสมอ โดยในปี 2566 คาดการณ์ว่าจะมีการลงทุนเพิ่มเติมอีก 2-3 รายการ ซึ่งมีขนาดรายการมูลค่าประมาณ 300-600 ล้านบาท โดยเน้นลงทุนในธุรกิจที่สามารถต่อยอด eco-system ของอาร์เอสได้

### คาดการณ์รายได้ปี 2566 (หน่วย: ล้านบาท)

รายได้รวม	5,500
ธุรกิจคอมเมิร์ซ	3,100
ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์	2,400
- ธุรกิจดิจิทัลทีวี (ช่อง 8) และธุรกิจวิทยุ (COOLism)	1,450
- ธุรกิจเพลง	400
- คอนเสิร์ตและอีเวนต์	550
GPM	48-50%
NPM	11-13%

## อาร์เอส กรุ๊ปยึดมั่นดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและ ESG

บริษัทฯ ได้รับคัดเลือกเป็นหนึ่งในรายชื่อหุ้นยั่งยืน หรือ Thailand Sustainability Investment (THSI) ประจำปี 2565 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 มุ่งมั่นพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง พร้อมรับมือกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน ผ่านกรอบการดำเนินการ ESG ครบทุกมิติ ซึ่งในปีนี้องค์กรฯ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ได้รับรองสถานะของบริษัท ให้เป็นสมาชิกของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) และดำเนินการตามนโยบาย “No Gift Policy” ร่วมกับการให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายหลักการค้ากับกิจการที่ดี จรรยาบรรณทางธุรกิจ นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน สิทธิมนุษยชน และช่องทางการแจ้งเบาะแสแก่พนักงานทั่วทั้งองค์กรอย่างครบถ้วน ซึ่งทั้ง 2 รางวัลนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ที่ต้องการจะเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพทั้งในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ เป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน ทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้สามารถเติบโตไปด้วยกันได้อย่างสมดุลและยั่งยืน

โดยในปี 2565 บริษัทฯ ได้ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมด้านการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

**“เปเปอร์ มาซิ..แยก แลก รักษาปีที่ 3”** ส่งเสริมการคัดแยกกระดาษจากต้นทาง เพื่อให้ผู้ก่อขยะเล็งเห็นถึงคุณค่าของทรัพยากรที่ใช้แล้ว โดยการคัดแยกกระดาษออกจากขยะอื่นๆ เพื่อเพิ่มอัตราและคุณภาพการรีไซเคิลกระดาษของประเทศให้สูงขึ้น โดยเริ่มโครงการตั้งแต่ ตุลาคม 2563 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 สามารถนำกระดาษเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ 9,190 กิโลกรัมในปี 2565 และรวมยอดสะสมตั้งแต่เริ่มโครงการทั้งสิ้น 18,000 กิโลกรัม สามารถลดการตัดต้นไม้ไปได้ 306 ต้น และลดการปล่อยก๊าซที่มีผลกระทบต่อภาวะโลกร้อนได้ 6,249 กิโลกรัม

**“Think ก่อน ทิ้ง Plastic”** ส่งเสริมการคัดแยกพลาสติกจากต้นทาง โดยการนำขยะประเภทพลาสติก PETE มาคัดแยกออกจากขยะอื่นๆ เพื่อเพิ่มอัตราและคุณภาพการรีไซเคิลพลาสติกของประเทศให้สูงขึ้น โดยเริ่มโครงการตั้งแต่ พฤษภาคม 2565 - วันที่ 31 ธันวาคม 2565 สามารถนำขวดพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ 340 กิโลกรัม และยังได้ต่อยอดไปยังโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอื่นๆ อีกด้วย

**“กระเป๋ RS Net Zero”** จากความร่วมมือการคัดแยกขวดพลาสติกของพนักงานในสำนักงานใหญ่ จนเกิดเป็นกระเป๋ RS Net Zero โดยกระเป๋ 1 ใบ ผลิตจากเส้นใยรีไซเคิล 100% ของขวดพลาสติกขนาด 600 มล.จำนวน 20 ขวด พร้อมใส่ไอเดียสร้างสรรค์ให้กับขยะพลาสติกเหล่านี้ ดีไซน์มาในธีม RS MEETING CONCERT 2022 ซึ่งเป็นคอนเสิร์ตใหญ่ปลายปีที่รวมศิลปินป๊อปยุค 90s ไว้ถึง 15 ท่าน จึงเป็นดีไซน์ที่เต็มไปด้วยความทรงจำแห่งความสุข ความสนุกสนาน และความซาบซึ้ง ซึ่งรายได้จากการขายกระเป๋โดยไม่หักค่าใช้จ่าย มูลค่า 150,000 บาท จะนำไปมอบสมทบทุนการทำงานให้กับโครงการสนับสนุนการจัดตั้งหน่วยช่วยชีวิตสัตว์ทะเลหายาก สถานีวิจัยอันดามัน คณะประมง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ต่อไป

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับพนักงานในองค์กรเท่าเทียมกัน เพราะพนักงานเปรียบเสมือนหัวใจขององค์กร ถือเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญ ดังนั้นบริษัทฯ จัดงาน Town Hall 2022 เพื่อยกระดับการทำงาน มุ่งสู่การเป็น 'Life Enriching' ด้วยค่านิยมใหม่ของ RS GROUP ได้แก่ Own, Fight, Learn & Win Together พร้อมสร้างวัฒนธรรม 'คิดและทำแบบเอ้าแก่' เพื่อสร้างความเข้าใจในเป้าหมายและรวมพลังชาว RS GROUP เพื่อให้ชนะและสำเร็จไปด้วยกัน โดยมีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 350 ท่าน และรับชมผ่านไลฟ์ สตรีมมิ่ง ทั่วทั้งองค์กร

(นายวิวัฒน์ เวชชบุษกร)

กรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ