

สำหรับไตรมาส 1/2566
วันที่ 15 พฤษภาคม 2566

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)
Industry/Sector: Services/Commerce

ประเด็นเด่นไตรมาส 1/2566

ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ เห็นการฟื้นตัวของธุรกิจเพลงและกิจกรรมในช่วงปลายไตรมาส 1/2566 โดยกิจกรรมการหารายได้กลับมาดำเนินเป็นปกติหลังสถานการณ์โควิด

แม้รายได้ของกลุ่มธุรกิจนี้จะปรับตัวลดลงร้อยละ 0.7 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า แต่ยังคงมีทิศทางที่ดีกว่าอุตสาหกรรม ทั้งนี้เป็นผลจากการปรับโครงสร้างการบริหารการขายสื่อโฆษณาภายใต้หน่วยงานขายกลาง และการจำหน่ายลิขสิทธิ์คอนเทนต์สู่ OTT platform และต่างประเทศที่สูงขึ้น ด้านรายได้จากกิจกรรม คอนเสิร์ต และอีเวนต์ ฟื้นตัวดีกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า แต่ปรับตัวลดลงจากไตรมาสก่อน เนื่องจากกิจกรรมส่วนใหญ่มีกำหนดเริ่มในไตรมาส 2 เป็นต้นไป โดยรวมส่งผลให้รายได้ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์อยู่ที่ 418.7 ล้านบาท ปรับลดลงจากไตรมาสก่อนร้อยละ 16.7

เร่งการฟื้นตัวของธุรกิจพาณิชย์ทั้ง RS Mall และ RS Connect ด้วยการขยายช่องทาง เพิ่มความหลากหลายของสินค้า และสร้างโมเดลธุรกิจใหม่

RS Mall เน้นเพิ่มความหลากหลายของประเภทสินค้าทั้ง เครื่องใช้ภายในบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า และกลุ่มอาหารเสริมอื่นๆ ซึ่งไม่ทับซ้อนกับสินค้าที่พัฒนาภายใต้กลุ่มบริษัท ด้าน RS Connect เร่งสร้างโมเดลธุรกิจใหม่เพื่อเสริมการเติบโตของรายได้ในระยะยาว อาทิ “ปิ่นโต” ซึ่งเป็นการขายสินค้ารายเดือนด้วยส่วนลดที่จูงใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้รายได้จากธุรกิจคอมเมิร์ซอยู่ที่ 394.5 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสก่อนร้อยละ 4.0

รับรู้กำไรพิเศษจากการขายหุ้นเชงจู๋ เอเชีย (CHASE)

บริษัท เชงจู๋ เอเชีย จำกัด(มหาชน) บริษัทร่วมในเครือ อาร์เอส กรุ๊ป ประสบความสำเร็จในการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เริ่มเข้าซื้อขายตั้งแต่วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2566 ซึ่งบริษัทได้ขายหุ้น CHASE บางส่วนออกและรับรู้กำไรพิเศษหลักหักภาษีและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องประมาณ 92 ล้านบาท

ภาพรวมผลประกอบการไตรมาส 1/2566 ฟื้นตัวจากไตรมาสก่อน แม้เป็นช่วง Low season ของทั้งสองธุรกิจหลัก

ทั้งด้วยกลยุทธ์ของธุรกิจพาณิชย์ในการปรับตัวสร้างช่องทางที่หลากหลาย และการเพิ่มโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ในขณะที่ธุรกิจสื่อสามารถฟื้นตัวได้ดีกว่าอุตสาหกรรม ประกอบกับการรับรู้กำไรพิเศษจากการขายหุ้น CHASE ทำให้ภาพรวมผลประกอบการบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ จำนวน 91.9 ล้านบาท ฟื้นตัวจากขาดทุนในไตรมาสก่อน

พร้อมสร้างการเติบโตของรายได้ในไตรมาส 2/2566 จากรายได้การจัดกิจกรรมทั้งคอนเสิร์ต และอีเวนต์สปอนเซอร์ รวมถึงปัจจัยผลักดันใหม่ๆ จากธุรกิจพาณิชย์

ในไตรมาส 2/2566 มีปัจจัยผลักดันรายได้ของธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ ทั้งกิจกรรม คอนเสิร์ต และอีเวนต์สปอนเซอร์ซึ่งสามารถจัดอย่างเต็มรูปแบบ อาทิ เช่น เฟสติวัล Cool Summer Fest และคอนเสิร์ต RS Hit Journey ในขณะที่ธุรกิจพาณิชย์จะได้รับแรงหนุนจากการปรับกลยุทธ์ที่ริเริ่มตั้งแต่ต้นปีด้วยการเพิ่มโมเดลธุรกิจใหม่และการขยายแพลตฟอร์มการขายสู่ฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น

ขยายสู่ธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับสัตว์เลี้ยงผ่านการลงทุนใน “ฮาโตะ” และเร่งยกระดับคอนเทนต์ของสื่อโทรทัศน์

เสริมความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจพาณิชย์ โดยได้ประกาศเข้าร่วมลงทุนในสัดส่วน 51% ใน บริษัท เพ็ท เมดิคเคิล กรุ๊ป จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยง ในรูปแบบ “Preventive” โดยให้บริการที่ครอบคลุม เช่น ตรวจสุขภาพ คลินิก สปา เป็นต้น ถือเป็นบริการที่ครอบคลุม ซึ่งตรวจสอบสุขภาพสัตว์เลี้ยงให้สามารถเติบโตอย่างก้าวกระโดด ด้านธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ ในส่วนของธุรกิจสื่อ ได้นำคุณพูนท อภิวรรณมาร่วมเสริมความแข็งแกร่งให้กับทีมข่าว โดยมีการปรับผังรายการ และคอนเทนต์ข่าวให้ทันสมัยยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยยกระดับเรตติ้งของผังรายการของช่อง 8

ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 1/2566

แม้ว่าเศรษฐกิจไทยจะได้รับปัจจัยบวกจากภาคการท่องเที่ยว ด้วยระดับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นระดับก่อนเกิดโควิด-19 ส่งผลให้ตลาดแรงงานและภาคการบริโภคในประเทศที่เริ่มฟื้นตัว แต่ปัจจัยเสี่ยงจากเศรษฐกิจโลก ทั้งกรณีพิพาทระหว่างจีนและสหรัฐฯ ยังอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานโลกและการส่งออกสินค้าของไทย ในขณะที่ภายในประเทศยังคงถูกกดดัน ทั้งสัดส่วนหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูงกดดันการบริโภคภาคเอกชน ประกอบกับกำลังซื้อผู้บริโภคที่ชะลอตัวลดลงต่อเนื่องตลอด 3 เดือน รวมถึงความไม่แน่นอนทางการเมืองในการจัดตั้งรัฐบาลใหม่ที่อาจส่งผลกระทบต่อการเบิกจ่ายงบประมาณของภาครัฐ

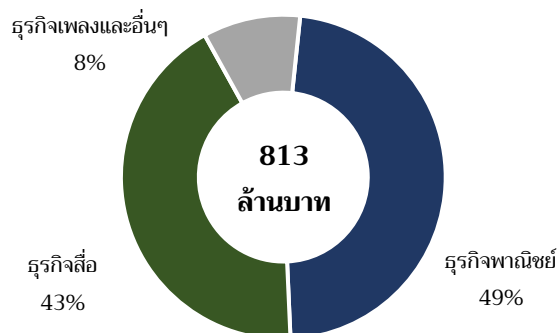
ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในไตรมาส 1 ปี 2566 มีการปรับตัวลดลงร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยสื่อโฆษณาโทรทัศน์ปรับตัวลดลงร้อยละ 11 จากไตรมาสก่อน และลดลงร้อยละ 11 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน, สื่อวิทยุปรับตัวลดลงร้อยละ 18 จากไตรมาสก่อน แต่ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน, สื่อออนไลน์ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จากไตรมาสก่อน และร้อยละ 6 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อโฆษณาหลักและมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดถึงประมาณ 51% ในขณะที่สื่อออนไลน์มีสัดส่วนประมาณ 26% ทั้งนี้ธุรกิจสื่อของบริษัทยังสามารถเติบโตได้ในอัตราสูงกว่าอุตสาหกรรมทั้งจากจากการยกระดับคุณภาพคอนเทนต์ทุกประเภท ทั้งข่าว ละคร กีฬาต่อเนื่องตลอดทั้งปีที่ผ่านมา อีกทั้งยังเป็นผลจากการปรับรูปแบบที่มขายของสื่อทุกประเภทภายใต้หน่วยงานเดียว

*ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, สมาคมผู้ค้าปลีกไทย

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1/2565		ไตรมาส 4/2565		ไตรมาส 1/2566		เปลี่ยนแปลง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	(y-y)	(q-q)
รายได้จากการขายและบริการ	844.5	100%	914.0	100%	813.2	100%	-3.7%	-11.0%
ธุรกิจพาณิชย์	426.9	50.5%	411.1	45.0%	394.5	48.5%	-7.6%	-4.0%
ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์	417.7	49.5%	502.9	55.0%	418.7	51.5%	0.2%	-16.7%
- ธุรกิจสื่อ	352.1	41.7%	355.2	38.9%	349.6	43.0%	-0.7%	-1.6%
- ธุรกิจเพลงและอื่นๆ	65.6	7.8%	147.7	16.2%	69.1	8.5%	5.3%	-53.3%
ต้นทุนขายและบริการ	442.6	52.4%	485.8	53.1%	381.0	46.8%	-13.9%	-21.6%
กำไรขั้นต้น	402.0	47.6%	428.2	46.9%	432.2	53.2%	7.5%	0.9%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	339.7	40.2%	418.1	45.7%	419.2	51.5%	23.4%	0.3%
กำไรจากการดำเนินงาน	62.3	7.4%	10.1	1.1%	13.0	1.6%	-79.1%	28.8%
ต้นทุนทางการเงิน	16.2	1.9%	32.0	3.5%	37.8	4.6%	132.8%	17.9%
กำไร/(ขาดทุน)สุทธิ*	55.0	6.5%	(12.7)	-1.4%	91.9	11.3%	67.3%	-826%

ไตรมาส 1/2566 มีกำไรพิเศษจากการจำหน่ายหุ้นเชงจู๋ หลัง IPO 145 ล้านหุ้น จำนวน 92 ล้านบาท (หลังหักภาษีและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้อง) โดยหลังจำหน่ายคงเหลือการถือหุ้นในเชงจู๋ 20.3%

โครงสร้างรายได้



รายได้

รายได้รวมจากการขายและบริการสำหรับไตรมาส 1/2566 จำนวน 813.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.0 จากไตรมาสก่อน โดยหลักมาจากรายได้ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ซึ่งลดลงเนื่องจากเป็นช่วง Low season ของกิจกรรม อาทิ คอนเสิร์ต และอีเว้นท์สปอนเซอร์

ธุรกิจพาณิชย์

รายได้ธุรกิจพาณิชย์ ประกอบด้วยรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าจาก 2 แพลตฟอร์มหลัก ได้แก่ (1) RS Mall ซึ่งจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย (Multi-platform) เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ (In-house brand) และสินค้าของพาร์ทเนอร์ (2) RS Connect ซึ่งดำเนินธุรกิจขายตรงและ โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และคัดสรรผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ธุรกิจพาณิชย์ของบริษัท มีการปรับแผนธุรกิจ และกลยุทธ์อยู่เสมอเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพตลาดและการแข่งขัน อาทิเช่น

- RS Mall: การขยายช่องทางการขาย Home shopping ไปยังช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลช่องอื่นๆ เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงเพิ่มความหลากหลายของสินค้า ด้วยการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าด้วยการเพิ่มสินค้าจากพาร์ทเนอร์เข้ามาขายใน RS Mall โดยเริ่มตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาส 1/2566
- RS Connect: พัฒนาโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ รวมถึงผู้บริโภครุ่นใหม่ได้ดียิ่งขึ้น อาทิ การพัฒนาการขายผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ด้วย Single level marketing (SLM) ภายใต้แบรนด์ De Beste

รายได้จากธุรกิจพาณิชย์สำหรับไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 394.5 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.7 จากไตรมาสก่อน จากฤดูกาลทางธุรกิจซึ่งไตรมาสที่ 1 เป็นช่วง Low season ของปี

ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์

ธุรกิจสื่อ สำหรับไตรมาส 1/2566 มีรายได้เท่ากับ 349.6 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 1.6 จากไตรมาสก่อน และร้อยละ 0.7 จากปีก่อน ทั้งนี้เป็นผลจากรายได้สื่อโฆษณาในลดลง ชดเชยกับรายได้การขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ปรับทีมขายสื่อโฆษณาแบบรวมศูนย์ (MSM: Media sale & marketing) เพื่อดูแลการขายสื่อโฆษณาทุกประเภทภายใต้เครือ อาร์เอสกรุ๊ป ซึ่งจะช่วยยกระดับศักยภาพการขาย

ธุรกิจเพลงและอื่นๆ สำหรับไตรมาส 1/2566 มีรายได้เท่ากับ 69.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 53.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน เนื่องจากไตรมาส 4/2565 มีการจัดคอนเสิร์ตใหญ่ 2 คอนเสิร์ต แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากสถานการณ์การจัดกิจกรรมสปอนเซอร์อีเว้นท์ที่กลับสู่ปกติในปี



ต้นทุนขายและบริการ

ต้นทุนขายและบริการสำหรับไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 381.0 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 21.6 จากไตรมาสก่อน เป็นผลจากต้นทุนการจัดกิจกรรมที่ลดลงตามจำนวนกิจกรรมในช่วง Low season การควบคุมต้นทุนคอนเทนต์ในส่วนของธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ได้ดีขึ้น ทั้งนี้ต้นทุนการขายและบริการลดลงร้อยละ 13.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามยอดขายธุรกิจพาณิชย์ที่ลดลง

กำไรขั้นต้น

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นรวมเท่ากับ 423.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.9 จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 จากปีก่อน จากการรับรู้รายได้ของธุรกิจขายตรง RS Connect ตั้งแต่ไตรมาส 2 ปี 2565 ประกอบกับรายได้การขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง และการควบคุมต้นทุนคอนเทนต์สื่อที่มีประสิทธิภาพ

ธุรกิจพาณิชย์มีกำไรขั้นต้น เท่ากับ 268.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.4 จากไตรมาสก่อนตามยอดขายที่ชะลอตัว แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.9 จากปีก่อน จากการรับรู้รายได้ของธุรกิจขายตรง RS Connect ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง

ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์ มีกำไรขั้นต้น เท่ากับ 163.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.2 จากไตรมาสก่อน และคงที่จากปีก่อน จากการควบคุมต้นทุนคอนเทนต์ของธุรกิจสื่อที่มีประสิทธิภาพ และรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และต้นทุนทางการเงิน

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสำหรับไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 419.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.4 จากปีก่อน โดยเพิ่มขึ้นหลักจากค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของ RS Connect ซึ่งเริ่มควรรวมตั้งแต่ไตรมาส 2/2565 ทั้งนี้ หากไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ปรึกษาทางการเงินสำหรับธุรกรรมในการขายหุ้นเชงฐูประมาณ 10 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงร้อยละ 2.1 จากการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด รวมถึงค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน

ต้นทุนทางการเงินสำหรับไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 37.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.9 จากไตรมาสก่อน จากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่สูงขึ้น และเพิ่มขึ้นร้อยละ 132.9 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากดอกเบี้ยจ่ายเพิ่มขึ้นตามเงินกู้ยืมธนาคารเพื่อใช้ลงทุนในการเข้าซื้อ RS Connect

กำไรสุทธิ

สำหรับไตรมาส 1/2566 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่เท่ากับ 91.9 ล้านบาท เป็นผลจากการรับรู้กำไรพิเศษจากการขายหุ้น บมจ. เชงฐู เอเซีย ทั้งนี้ หากไม่รวมกำไรพิเศษจากการขายหุ้นเชงฐูจำนวน 92 ล้านบาท (หลังหักภาษีและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมการขายหุ้น) บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานเท่าทุน ซึ่งปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อนที่มีผลขาดทุน 12.7 ล้านบาท

มุมมองต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคต

อาร์เอสยังคงมุ่งดำเนินธุรกิจบน Entertainmerce model โดยเสริมความแข็งแกร่งทั้งธุรกิจพาณิชย์และเอ็นเตอร์เทนเมนต์ รวมทั้งขยายธุรกิจของกลุ่มให้เติบโตจากการร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ ดังนี้

- ในส่วนของธุรกิจพาณิชย์ บริษัท อาร์เอส เพ็ท ออล จำกัด (RS pet all) ประกาศการเข้าลงทุน 51% ด้วยเงินลงทุนไม่เกิน 117 ล้านบาท ในบริษัท เพ็ท เมดิคัล กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตสัตว์เลี้ยงครอบครัวภายใต้แบรนด์ “Hato” และเป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน “Preventive program” โดยจากประสบการณ์ของผู้บริหารและความเชี่ยวชาญของธุรกิจนี้ในเครือ จะสนับสนุนให้ ฮาโต เป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจ Pet Wellness ภายใต้ เพ็ท เมดิคัล กรุ๊ป มีบริการที่ครบวงจรและเติบโตอย่างก้าวกระโดดได้อย่างรวดเร็ว
- ในไตรมาส 2 คอนเสิร์ต อีเวนท์ และกิจกรรม จะกลับมาจัดได้อย่างเต็มไตรมาส หลังคลายมาตรการควบคุมโควิด-19 และผ่านช่วง Low season โดยมีกำหนดการจัดกิจกรรมหลัก คือ เฟสติวล Cool Summer Fest และคอนเสิร์ต RS Hit Journey รวมถึง Event onground ของช่อง 8 ที่จะพาแบรนด์ลงพื้นที่ไปทำกิจกรรมร่วมกับลูกค้าได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ
- คุณพุทธรักษา องค์กรพระบารมี ผู้ประกาศข่าวชื่อดัง ได้เข้ารับตำแหน่งผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายข่าวและผู้ประกาศข่าว ของทีมข่าว สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 โดยมีการปรับรูปแบบ และ คอนเทนต์รายการข่าวให้มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับสโลแกน “ข่าวช่อง 8 ที่นี่ของจริง” ที่จะช่วยให้เรตติ้งโทรทัศน์ทั้งวันเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ รายการ “ลุยชนข่าว” ได้เริ่มออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 19 เมษายน 2566 ที่ผ่านมา
- นอกจากนี้ ในไตรมาส 2 มีกำหนดการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในวันที่ 14 พฤษภาคม 2566 ซึ่งจะช่วยให้มีเงินเข้าสู่ระบบ และผลักดันให้ธุรกิจสื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น

การพัฒนาอย่างยั่งยืนหรือ ESG เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของอาร์เอส กรุ๊ป

บริษัทฯ นำหลัก ESG มาใช้เข้ากับแนวทางดำเนินธุรกิจมีนโยบายและแนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดีและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ เช่น การลดกระดาษ การประหยัดพลังงานน้ำ-ไฟ ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายของบริษัทลงบางส่วน รวมถึงการที่บริษัทมีการบริหารจัดการภายในที่มีคุณภาพและโปร่งใส มีสวัสดิการดูแลพนักงาน ลดอัตราการลาออก ลดต้นทุนการฝึกอบรมพนักงานใหม่ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มผลกำไรซึ่งจะกระทบต่อมูลค่าของบริษัท และได้รายงานความคืบหน้าระหว่างปีเป็นส่วนหนึ่งของรายงานคำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานประจำไตรมาส โดยในรายงานนี้ได้แสดงถึงพัฒนาการตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง วันที่ 31 มีนาคม 2566

“เปเปอร์ มาซิ..แยก แลก รักษ์ปีที่ 4” ส่งเสริมการคัดแยกกระดาษจากต้นทาง เพื่อให้ผู้ก่อขยะเล็งเห็นถึงคุณค่าของทรัพยากรที่ใช้แล้ว โดยการคัดแยกกระดาษออกจากขยะอื่นๆ เพื่อเพิ่มอัตราและคุณภาพการรีไซเคิลกระดาษของประเทศให้สูงขึ้น โดยเริ่มโครงการตั้งแต่ ตุลาคม 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 สามารถนำกระดาษเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลสะสมได้ 20,980 กิโลกรัม

“Think ก่อน ทิ้ง Plastic” ส่งเสริมการคัดแยกพลาสติกจากต้นทาง โดยการนำขยะประเภทพลาสติก PETE มาคัดแยกออกจากขยะอื่นๆ เพื่อเพิ่มอัตราและคุณภาพการรีไซเคิลพลาสติกของประเทศให้สูงขึ้น โดยเริ่มโครงการตั้งแต่ พฤษภาคม 2565 – วันที่ 31 มีนาคม 2566 สามารถนำขวดพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ 360 กิโลกรัม และยังสามารถต่อยอดไปยังโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอื่นๆ อีกด้วย

“Music Festival (Low Carbon Event)” บริษัทฯ ตระหนักถึงปัญหาในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ ก่อมลพิษทางอากาศ ทำลายชั้นบรรยากาศโอโซนซึ่งปกป้องผิวโลก และก่อให้เกิดสภาวะโลกร้อนอันเนื่องมาจากอุณหภูมิเฉลี่ยของผิวโลกสูงขึ้น จึงได้หาวิธีการแก้ปัญหา โดยเริ่มจากการตั้งเป้าเปลี่ยนแปลงมิวสิคเฟสติวัลคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Event) ซึ่งเป็นการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในงาน รวมไปถึงจัดเก็บปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สำหรับวางแผนบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ในระยะยาว เพื่อให้สามารถเดินทางสู่เป้าหมายของการปล่อยสุทธิให้เป็นศูนย์ในอนาคต โดยบริษัทจะผลักดันให้ COOLive จัดคอนเสิร์ตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมดังกล่าว ในงาน “COOL Summer Fest 2023” ที่จะจัดขึ้นในเดือนเมษายน 2566 นี้

(นายวิวัฒน์ เวชชบุษกร)

กรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ