

สำหรับไตรมาส 2/2566
วันที่ 15 สิงหาคม 2566

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

ประเด็นเด่นไตรมาส 2/2566

ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ฟื้นตัวต่อเนื่องจากไตรมาส 2 ทั้งจากสื่อโฆษณา และการจัดกิจกรรมที่ดำเนินเป็นปกติ

รายได้ของหน่วยธุรกิจสื่อเพิ่มสูงขึ้น จาก 3 ปัจจัย ทั้งการยกระดับคอนเทนต์รายการข่าวโดยการบริหารของคุณพุดธอภิวรรณ การปรับโครงสร้างการบริหารการขายสื่อโฆษณาทุกประเภทภายใต้หน่วยงานขายกลาง และรายได้การจำหน่ายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่เพิ่มขึ้น ด้านรายได้กิจกรรม คอนเสิร์ตและอีเวนต์เติบโตจากคอนเสิร์ต และอีเวนต์ที่จัดได้เป็นปกติ โดยรวมส่งผลให้รายได้ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์อยู่ที่ 630 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนร้อยละ 50.5

ธุรกิจคอมเมิร์ซชะลอตัวจากการปรับโมเดลธุรกิจ โดย RS Connect เน้นสร้างฐานลูกค้าผ่านโมเดล Subscription เพื่อการเติบโตที่มั่นคงของรายได้ในระยะยาว ด้าน RS Mall เร่งขยายช่องทางขายออนไลน์ และฐานลูกค้าที่หลากหลาย

RS Connect ปรับโมเดลธุรกิจ Subscription เพื่อสร้างฐานรายได้ที่ต่อเนื่องในระยะยาว ซึ่งรายได้ของ Subscription เติบโตสูง และมีสัดส่วนเป็นรายได้หลักของ RS Connect ในขณะที่ RS Mall เร่งเพิ่มความหลากหลายของประเภทสินค้า รวมถึงขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ และขยายช่องทางจัดจำหน่ายสู่ออนไลน์ ซึ่งมีประสิทธิภาพการสูง ทั้งนี้ รายได้ธุรกิจพาณิชย์อยู่ที่ 334.5 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสก่อนร้อยละ 15.2

ภาพรวมผลประกอบการไตรมาส 2/2566 กำไรสุทธิ 92.6 ล้านบาท เติบโตสูงจากไตรมาสก่อนจากธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ ประกอบกับการควบคุมค่าใช้จ่ายที่ดี

ธุรกิจสื่อฟื้นตัวอย่างชัดเจนจากไตรมาสก่อน จากการยกระดับรายการข่าว และปรับโครงสร้างทีมบริหารงานขาย รวมถึงรายได้การขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่สูงขึ้น ประกอบกับรายได้การจัดกิจกรรมของธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ต่างๆ ที่ดำเนินได้เป็นปกติในไตรมาสนี้ ด้านต้นทุนขายเพิ่มขึ้นตามจำนวนกิจกรรม ในขณะที่ค่าใช้จ่าย SG&A ลดลงจากค่าใช้จ่ายการขายและค่าใช้จ่ายพิเศษในไตรมาส 1/2566

ปรับโครงสร้างธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร
ปลดปล่อยมูลค่าของธุรกิจเพื่อการเติบโตในระยะยาว และ
เพิ่มโอกาสความยืดหยุ่นในการเปิดความร่วมมือกับพันธมิตร

อาร์เอส ทุ่มปรับโครงสร้างธุรกิจใหม่ภายใต้โมเดล Entertainmerce โดยแบ่งเป็นกลุ่มธุรกิจประกอบด้วย RS Music และ RS Multimedia และกลุ่มธุรกิจพาณิชย์ ประกอบด้วย RS Livewell และ RS Pet all ทั้งนี้ เพื่อให้แต่ละหน่วยธุรกิจสามารถบริหารงานอย่างเป็นอิสระจากกัน เพื่อง่ายต่อการกำหนดทิศทาง การขับเคลื่อนเพื่อการเติบโตในระยะยาว อีกทั้งมีความยืดหยุ่นในการเปิดรับความร่วมมือจากพันธมิตรเพื่อเสริมความแข็งแกร่งของแต่ละธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว และลดการพึ่งพิงผู้บริหารหลักคนใดคนหนึ่ง
ยกระดับธุรกิจเพลง เสริมความแข็งแกร่งจากความร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ระดับโลก ยูนิเวอร์แซล มิวสิค กรุ๊ป (UMG)

จับมือกับพาร์ทเนอร์ค่ายเพลงชั้นนำระดับโลกผ่านการจัดตั้ง Joint Venture สร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ เพื่อขยายโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลิขสิทธิ์เพลงเก่าของอาร์เอสที่มีมากกว่า 13,000 เพลง รวมถึงโอกาสในการต่อยอดธุรกิจเพลงไปสู่ธุรกิจหรือโปรเจกต์อื่นร่วมกันในอนาคต

ปรับประมาณการรายได้รวมปี 2566 ลงร้อยละ 20 แต่คงคาดการณ์รายได้รวมเติบโตร้อยละ 25 จากปีก่อน

คาดการณ์รายได้ปี 2566 รวม 4,400 ล้านบาท โดยปรับลดประมาณการลงร้อยละ 20 จากประมาณการเดิม แต่รายได้รวมยังเติบโตร้อยละ 25 จากปีก่อน โดยธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์มีการเติบโตที่ดีกว่าคาด จึงปรับประมาณการเพิ่มขึ้นเป็น 2,650 ล้านบาท จากการฟื้นตัวที่ดีของธุรกิจสื่อในช่วงครึ่งปีแรก ประกอบกับปัจจัยหนุนจากรายได้กิจกรรมต่างๆ ทั้งนี้ ปรับประมาณการรายได้ธุรกิจพาณิชย์ลดลงเป็น 1,750 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากการปรับเข้าสู่โมเดลธุรกิจใหม่ซึ่งส่งผลต่อรายได้ให้ต่ำกว่าคาดในระยะสั้น

ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2/2566

ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในไตรมาส 2 ปี 2566 มีมูลค่ารวม 29,245 ล้านบาท ซึ่งการปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน โดยสื่อโทรทัศน์ยังเป็นสื่อหลักสำหรับช่องทางการโฆษณา ซึ่งครองส่วนแบ่งทางการตลาดถึงร้อยละ 54 และสื่อออนไลน์ครองส่วนแบ่งรองลงมาที่ร้อยละ 24 โดยค่าใช้จ่ายโฆษณาสื่อโทรทัศน์ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.9 จากไตรมาสก่อนหน้า แต่ลดลงร้อยละ 4.4 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า สื่อออนไลน์ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.4 จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.3 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า และสื่อนอกบ้านปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.9 จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้าที่ร้อยละ 26 ทั้งนี้ ธุรกิจสื่อของบริษัท ยังสามารถเติบโตได้ในอัตรา 44.8 ซึ่งสูงเหนือกว่าอุตสาหกรรมจากการปรับผังละครและข่าว ที่ช่วยให้เรตติ้งโฆษณาดีขึ้น รวมไปถึงผลบวกจากการปรับรูปแบบที่ขยายของสื่อทุกประเภท ภายใต้หน่วยงานเดียว บวกกับรายได้จากการจัดอีเวนต์และคอนเสิร์ตที่เข้าสู่ช่วงคึกคัก

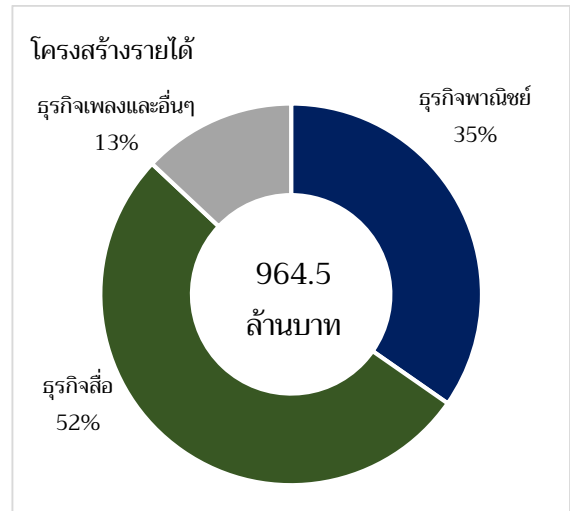
*ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยคอมเมอร์ซ, สมาคมผู้ค้าปลีกไทย

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2/2565		ไตรมาส 1/2566		ไตรมาส 2/2566		เปลี่ยนแปลง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	(y-y)	(q-q)
รายได้จากการขายและบริการ	827.7	100%	813.2	100%	964.5	100%	16.5%	18.6%
ธุรกิจพาณิชย์	399.2	48.2%	394.5	48.5%	334.5	34.7%	-16.2%	-15.2%
ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์	428.6	51.8%	418.7	51.5%	630.0	65.3%	47.0%	50.5%
- ธุรกิจสื่อ	346.7	41.9%	349.6	43.0%	506.1	52.5%	46.0%	44.8%
- ธุรกิจเพลงและอื่นๆ	81.8	9.9%	69.1	8.5%	123.9	12.8%	51.4%	79.4%
ต้นทุนขายและบริการ	427.8	51.7%	381.0	46.8%	427.7	44.3%	0.0%	12.3%
กำไรขั้นต้น (หลังการปรับประเภทรายการ)	399.9	48.3%	432.2	53.2%	536.8	55.7%	34.2%	24.2%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	380.2	45.9%	419.2	51.5%	395.1	41.0%	3.9%	-5.7%
กำไรจากการดำเนินงาน	19.7	2.4%	13.0	1.6%	141.7	14.7%	619.5%	987.9%
ต้นทุนทางการเงิน	23.3	2.8%	37.8	4.6%	42.5	4.4%	82.3%	12.4%
กำไร/(ขาดทุน)สุทธิ	13.1	1.4%	91.9	11.3%	92.6	9.6%	608.6%	1%
กำไร/(ขาดทุน)สุทธิ ไม่รวมธุรกรรมเชิงธุรกิจ	13.1	1.4%	9.7	11.3%	92.6	9.6%	608.6%	855%

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

รายได้

รายได้รวมจากการขายและบริการสำหรับไตรมาส 2/2566 จำนวน 964.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.6 จากไตรมาสก่อน โดยหลักมาจากรายได้ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ ที่มีการจัดคอนเสิร์ตใหญ่ กิจกรรมอีเวนต์สปอนเซอร์ชิป และการฟื้นตัวของสื่อ จากการพัฒนาคอนเทนต์รายการข่าว และการขายสื่อโฆษณาเป็นแบบรวมศูนย์ (MSM: Media sale & marketing)



ธุรกิจพาณิชย์

รายได้ธุรกิจพาณิชย์ ประกอบด้วยรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าจาก 2 แพลตฟอร์มหลัก ได้แก่ (1) RS Mall ซึ่งจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย (Multi-platform) เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (In-house brand) และสินค้าของพาร์ทเนอร์ (2) RS Connect ซึ่งดำเนินธุรกิจขายตรง โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และคัดสรรผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลาย เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ ธุรกิจพาณิชย์ของบริษัทฯ มีการปรับแผนธุรกิจ และกลยุทธ์อยู่เสมอเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพตลาดและการแข่งขัน เช่น

- RS Mall: การขยายช่องทางการขาย Home shopping ไปยังช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลช่องอื่นๆ เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพิ่มความหลากหลายของสินค้า รวมถึงขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น
- RS Connect: พัฒนาโมเดลธุรกิจเข้าสู่ Subscription model เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายและเป็นฐานรายได้ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

รายได้จากธุรกิจพาณิชย์สำหรับไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 334.5 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 15.2 จากไตรมาสก่อน จากการชะลอตัวของช่องทางขายทางโทรศัพท์ของแพลตฟอร์ม RS Mall โดยในช่วงครึ่งปีหลัง RS Mall เร่งปรับตัวเข้าสู่ช่องทางออนไลน์และช่องทางการขายอื่นๆ เพื่อจับกลุ่มลูกค้าใหม่ รวมถึงเพิ่มความหลากหลายของสินค้า ในขณะที่ RS Connect ชะลอจากการปรับตัวรูปแบบธุรกิจสู่โมเดลการขายแบบ Subscription ซึ่งจะช่วยให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่องและมั่นคง รวมถึงลดค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดเพื่อหาลูกค้าใหม่ในระยะยาว

ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์

ธุรกิจสื่อ สำหรับไตรมาส 2/2566 มีรายได้เท่ากับ 506.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 44.8 จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 46.0 จากปีก่อน เป็นผลจากการพัฒนาคอนเทนต์รายการข่าวและการปรับการขายสื่อโฆษณาเป็นแบบรวมศูนย์ (MSM: Media sale & marketing) เพื่อดูแลการขายสื่อโฆษณาทุกประเภทในเครืออาร์เอสกรุ๊ป ทำให้สามารถดึงเม็ดเงินโฆษณาได้มากขึ้น รวมถึงการขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่สูงขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจสื่อเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

ธุรกิจเพลงและอื่นๆ สำหรับไตรมาส 2/2566 มีรายได้เท่ากับ 123.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 79.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน เนื่องจากไตรมาส 2/2566 มีการจัดคอนเสิร์ตใหญ่ 1 คอนเสิร์ต คือ RS Hit Journey และเพิ่มขึ้นร้อยละ 51.4 เมื่อเทียบกับปีก่อน จากสถานการณ์การจัดกิจกรรมสปอนเซอร์อีเวนต์ที่กลับสู่ปกติในปี

ต้นทุนขายและบริการ

ต้นทุนขายและบริการสำหรับไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 427.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.3 จากไตรมาสก่อน เป็นผลจากต้นทุนการจัดกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นตามกิจกรรมและคอนเสิร์ต ในขณะที่ต้นทุนพาณิชย์ปรับตัวลดลงตามยอดขาย ทั้งนี้ต้นทุนการขายและบริการใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

กำไรขั้นต้น

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นรวมเท่ากับ 536.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.2 จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.2 จากปีก่อน จากรายได้ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ที่เพิ่มขึ้น ประกอบรายได้จากการขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง และการควบคุมต้นทุนคอนเทนต์สื่อที่มีประสิทธิภาพ

ธุรกิจพาณิชย์ มีกำไรขั้นต้น เท่ากับ 216.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 19.5 จากไตรมาสก่อน และลดลงร้อยละ 18.0 จากปีก่อน ตามยอดขายที่ชะลอลง

ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ มีกำไรขั้นต้น เท่ากับ 320.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 96.2 จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 135.3 จากปีก่อน จากรายได้การขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง และการขยายตัวของธุรกิจสื่อ ในขณะที่การควบคุมต้นทุนคอนเทนต์ของธุรกิจสื่อที่มีประสิทธิภาพที่ดีมากขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และต้นทุนทางการเงิน

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสำหรับไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 395.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.7 จากไตรมาสก่อน จากไตรมาสก่อนมีค่าใช้จ่ายที่ปรึกษาทางการเงินสำหรับธุรกิจในการขายหุ้นสามัญประมาณ 10 ล้านบาท แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 จากปีก่อน โดยเพิ่มขึ้นหลักจากค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของ RS Connect ซึ่งเริ่มรวบรวมตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2565

ต้นทุนทางการเงินสำหรับไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 42.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.4 จากไตรมาสก่อน จากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่สูงขึ้น และเพิ่มขึ้นร้อยละ 82.3 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากดอกเบี้ยจ่ายเพิ่มขึ้นตามเงินกู้ยืมธนาคารเพื่อใช้ลงทุนในการเข้าซื้อ RS Connect

กำไรสุทธิ

สำหรับไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ ใหญ่เท่ากับ 92.6 ล้านบาท คงที่จากไตรมาสก่อน ทั้งนี้ หากไม่รวมกำไรพิเศษจากการขายหุ้นสามัญ จะมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงานปกติในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 9.7 ล้านบาท ซึ่งกำไรสุทธิไตรมาส 2/2566 เติบโตคิดเป็นร้อยละ 855 จากไตรมาสก่อนหน้า ทั้งนี้ ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัท เซกัวร์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) จำนวน 8.8 ล้านบาท

คาดการณ์รายได้ 2566 (ปรับปรุง)

รายได้รวม	คาดการณ์ (ปรับปรุง) 2566	% เติบโตจากปีก่อน
รายได้รวม	4,400	25%
ธุรกิจพาณิชย์	1,750	2%
- RS mall + RS Livewell	1,200	-11%
- RS Connect	450	22%
- RS Pet all	100	100%
ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์	2,650	46%
- ธุรกิจสื่อและวิทยุ	1,900	34%
- ธุรกิจเพลง	200	-4%
- คอนเสิร์ตและอีเวนต์	550	92%
GPM	48-50%	
NPM (ไม่รวมรายการพิเศษ)	9-11%	

ปรับลดคาดการณ์รายได้ร้อยละ 20 แต่รายได้ยังคงเติบโตร้อยละ 25 จากปีก่อน

ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ เป็นแรงขับเคลื่อนการเติบโตของรายได้ที่สำคัญ จากการฟื้นตัวของทั้งสื่อและกิจกรรม

- **สื่อทีวีและวิทยุ** สร้างการเติบโตที่สูงกว่าอุตสาหกรรมจากการยกระดับคอนเทนต์ในทุกมิติ ทั้งรายการข่าว กีฬา และละคร
- **คอนเสิร์ตและอีเวนต์** สร้างรายได้จากคอนเสิร์ตจากการกลับมาจัดกิจกรรมได้เต็มที่ โดยครึ่งปีหลังมีกำหนดการจัดคอนเสิร์ตตลอดทั้งปี ทั้งจากคอนเสิร์ตของอาร์เอส และคอนเสิร์ตจากความร่วมมือทางธุรกิจกับ GMM Grammy ในขณะที่รายได้สปอนเซอร์ชิปต่างๆ จะยังเติบโตได้ดีจากการขายร่วมกับสื่อ
- **ธุรกิจเพลง** เร่งสร้างการเติบโตของธุรกิจเพลงจากการผลิตผลงานเพลงใหม่ เพื่อสร้างรายได้จากหลากหลายช่องทาง ทั้งทางออนไลน์ ออฟไลน์ brand engagement และสร้างการเติบโตผ่านความร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะด้วยความร่วมมือกับ ยูนิเวอร์แซล มิวสิค กรุ๊ป ผ่าน New JV เพื่อการบริหารลิขสิทธิ์เพลงเก่าของอาร์เอสที่มีมากกว่า 13,000 เพลง และใช้ความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีในการบริหารลิขสิทธิ์เพลงใหม่ของอาร์เอสบนช่องทางออนไลน์ และต่อยอดความร่วมมือทางธุรกิจในอนาคต

นอกจากนี้ ยังมีการปรับโครงสร้างทีมบริหารงานสื่อ เพื่อให้สามารถขายสื่อทั้งหมด ทั้งสื่อทีวี วิทยุ คอนเสิร์ต และอีเวนต์ ทำให้การขายสื่อมีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายได้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ธุรกิจพาณิชย์ เร่งขยายและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทุกแพลตฟอร์ม

- **RS Livewell** ขยายการส่งออกสู่ภูมิภาคด้วยความร่วมมือกับตัวแทนขายที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดจำหน่ายและการส่งออกสินค้าไทยไปยังตลาดภูมิภาค สำหรับแพลตฟอร์ม RS Mall เร่งขยายสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ พร้อมขยายฐานลูกค้าสู่กลุ่มใหม่ๆ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย อาทิ ดิจิทัลทีวีช่องพันธมิตร

- RS Connect เน้นช่องทางการจัดจำหน่ายไปในรูปแบบโมเดล Subscription เพื่อสร้างฐานการเติบโตที่มั่นคงในระยะยาว นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อขยายตลาด และจับเทรนด์ผู้บริโภคใหม่ๆ
- RS Pet all จับเทรนด์การเติบโตของธุรกิจสัตว์เลี้ยงที่มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ จากการเข้าถือหุ้น 51% ใน ฮาโตะ เพ็ท เวลเนส เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในด้าน Preventive program โดยคาดว่าจะการลงทุนดังกล่าวจะเสร็จสิ้นและเริ่มรับรู้รายได้ในช่วงไตรมาสที่ 3 นอกจากนี้ RS Pet all ยังเตรียมเปิด Pet all my love รีเทลช็อปครบวงจรที่มีสินค้าและบริการสำหรับสัตว์เลี้ยง ที่มีสัตวแพทย์ประจำสาขาเพื่อตรวจอาการเบื้องต้นและให้คำแนะนำในโซนขยายยาสำหรับสัตว์เลี้ยง

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมองหาพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจจากการทำ M&A และ JV โดยมุ่งเน้นการต่อยอดโมเดลธุรกิจ Entertainmerce ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมการขยาย Ecosystem ของอาร์เอส กรุ๊ป ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ปลดล็อกศักยภาพธุรกิจ RS group ผ่านโครงสร้างใหม่ (Unlock the value through new Entertainment and Commerce business structure)

อาร์เอสมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้ Entertainmerce model โดยมีการปรับโครงสร้างธุรกิจใหม่เพื่อให้การวางกลยุทธ์ในแต่ละธุรกิจมีความกระชับและมีความคล่องตัวขึ้น รวมถึงเพิ่มความยืดหยุ่นในการเปิดรับพาร์ทเนอร์ โดยแบ่งเป็นธุรกิจเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ ประกอบด้วย

1.1 RS Music

ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับกับเพลง โดยมีช่องทางการหารายได้ 5 ช่องทาง ดังนี้

- Digital Monetization: การหารายได้จากช่องทางออนไลน์
- Copyright management: การหารายได้จากช่องทางออฟไลน์ โดยจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์โดย TCC (บริษัทลูกของอาร์เอส)
- Marketing & Brand Engagement: การใช้เพลงเป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญในการทำการตลาด
- Showbiz & Concerts: การสร้างรายได้จากคอนเสิร์ตและกิจกรรมเอนเตอร์เทนเมนต์
- Talent Management: การบริหารจัดการศิลปิน ทั้งศิลปินเก่า และการสร้างศิลปินใหม่

นอกจากการดำเนินธุรกิจเพลงเองแล้ว ยังมีการจับมือร่วมกับพาร์ทเนอร์ทั้งในและต่างประเทศ โดยในประเทศไทยมีการจับมือร่วมกับ GMM Grammy เพื่อถือหุ้นร่วมกันใน JV Across the universe (RS 50% : GMM50%) ซึ่งเป็น special project ระยะเวลา 3 ปีที่จะมีการจัดคอนเสิร์ตร่วมกันปีละ 3 คอนเสิร์ตใหญ่ และในต่างประเทศมีการจับมือร่วมกับ Universal Music Group (UMG) เพื่อถือหุ้นร่วมกันใน JV (RS 30% : UMG 70%)

1.2 RS Multimedia

เดิม RS Multimedia ดำเนินการโดยช่อง 8 เป็นหลัก ซึ่งทำให้มีข้อจำกัดในการดำเนินงาน จึงมีการจัดโครงสร้างใหม่เพื่อให้แต่ละหน่วยธุรกิจสามารถสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างอิสระบนโอกาสทางการตลาด และเปิดกว้างในความร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ โดยแบ่งหน่วยธุรกิจเป็น 4 หน่วย ดังนี้

- ช่อง 8: ดำเนินการด้านออกอากาศคอนเทนต์บนโทรทัศน์
- Eye on: ดำเนินธุรกิจบนช่องทางดิจิทัล
- Holla: ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอีเวนต์และกิจกรรม
- Rose studio: ดำเนินธุรกิจเป็นสตูดิโอ ผู้ผลิตคอนเทนต์ และการบริหารศิลปิน

นอกจากจะทำให้การดำเนินธุรกิจมีความยืดหยุ่นมากขึ้นแล้ว ยังเป็นเพิ่มโอกาสในความร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ทั้งในและต่างประเทศ

2. ธุรกิจพาณิชย์ ประกอบด้วย

2.1 RS Livewell

เป็นบริษัทผู้บริหารแบรนด์สินค้า ซึ่งจะช่วยให้สามารถบริหารจัดการสินค้าได้ง่ายและเหมาะสมกับช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ โดยแบรนด์ที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของ RS Livewell ได้แก่ Well U, Vitanature+, Daring & Co., Beyonde, Aviance, De Beste, ifresh, Happie Homie

โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นของตนเองคือ RS Mall เป็นจัดจำหน่ายผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และช่องทางออฟไลน์ และ RS Connect: เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในลักษณะ People commerce

2.2 RS Petall

ดำเนินธุรกิจพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง ประกอบด้วย

- Hato pet wellness: ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ pet service ในระดับ premium ทั้ง wellness และ โรงพยาบาลสัตว์
- Pet all my love: ร้านค้าปลีกเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงอย่างครบวงจร

ผลิตภัณฑ์ธุรกิจเพลง เสริมความแข็งแกร่งจากการร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ระดับโลก ยูนิเวอร์แซล มิวสิค กรุ๊ป (UMG)

อาร์เอส มิวสิค ธุรกิจในเครือ อาร์เอส กรุ๊ป จับมือกับพาร์ทเนอร์ค่ายเพลงชั้นนำระดับโลก ยูนิเวอร์แซล มิวสิค กรุ๊ป (UMG) ร่วมจัดตั้ง Joint venture

ลักษณะการลงทุน

- สัดส่วนการถือหุ้น อาร์เอส มิวสิค ร้อยละ 30 : ยูนิเวอร์แซล มิวสิค กรุ๊ป ร้อยละ 70
- ทรัพย์สินและการดำเนินธุรกิจของ New JV

JV บริหารลิขสิทธิ์เพลงเก่าจนถึงปี 2565 ของ RS จำนวนมากกว่า 13,000 เพลง รวมถึงสินทรัพย์อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับแคตตาล็อกเพลง (เช่น มิวสิควิดีโอ)

การสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์

- ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพรายได้จากการออนไลน์ สตรีมมิ่ง ทั้งลิขสิทธิ์เพลงเก่า และเพลงใหม่
 - เพิ่มอัตรา Cost per impression (CPM)
 - เข้าถึงผู้ฟังได้หลากหลายแพลตฟอร์มผ่านเทคโนโลยีของ UMG
- ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสู่ตลาดต่างประเทศ
- โอกาสในการขยายศิลปินของ อาร์เอส ไปยังตลาดอื่นๆนอกประเทศไทย

โดยความร่วมมือดังกล่าว จะทำให้อาร์เอส ได้รับเงินลงทุนจาก UMG ประมาณ 1.6 พันล้านบาท (มูลค่าก่อนภาษี) ทั้งนี้ ดิฉันดังกล่าวคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในไตรมาส 3/2566

การดำเนินธุรกิจตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ ESG คือหัวใจของ อาร์เอส กรุ๊ป

ในปี 2566 อาร์เอส กรุ๊ป ได้รับผลคะแนนเต็ม 100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทยในโครงการ “การประเมินคุณภาพการ จัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2566” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส การมีส่วนร่วมและ รักษาสิทธิของผู้ถือหุ้นอย่างสูงสุด ปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี และมุ่งมั่นดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนหรือ ESG โดยมุ่งเน้นการเติบโตอย่างสมดุล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการ คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อและการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทฯ กับผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนตลอดห่วงโซ่อุปทาน พร้อมมุ่งสู่การยกระดับการ พัฒนาอย่างยั่งยืนที่แท้จริง และได้รายงานความคืบหน้าระหว่างปีเป็นส่วนหนึ่งของรายงานคำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผล การดำเนินงานประจำไตรมาส โดยในรายงานนี้ได้แสดงถึงพัฒนาการตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง วันที่ 30 มิถุนายน 2566

“เปเปอร์ มาซิ..แยก แลก รัศมี ปีที่ 4” ส่งเสริมการคัดแยกกระดาษจากต้นทาง เพื่อให้ผู้ก่อขยะเล็งเห็นถึงคุณค่าของทรัพยากรที่ใช้แล้ว โดยการคัดแยกกระดาษออกจากขยะอื่นๆ เพื่อเพิ่มปริมาณการรีไซเคิลกระดาษของประเทศให้สูงขึ้น โดยเริ่มโครงการตั้งแต่ตุลาคม 2563 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 สามารถนำกระดาษเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลสะสมได้มากถึง 27,110 กิโลกรัม

“Think ก่อน ทิ้ง Plastic” ส่งเสริมการคัดแยกพลาสติกจากต้นทาง โดยให้นำขยะประเภทพลาสติก PETE มาคัดแยกออกจากขยะอื่นๆ เพื่อเพิ่มอัตราและคุณภาพการรีไซเคิลพลาสติกของประเทศให้สูงขึ้น โดยเริ่มโครงการตั้งแต่พฤษภาคม 2565 - วันที่ 30 มิถุนายน 2566 สามารถนำขวดพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ 410 กิโลกรัม และยังได้ต่อยอดไปยังโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอื่นๆ อีกด้วย

“COOL Summer Fest 2023 (Low Carbon Event)” งานเทศกาลดนตรีที่จัดขึ้นโดย COOLive (คูลไลฟ์) ที่ริมชายหาดชะอำ นอกจาก ความสนุกสนานที่ทาง COOLive จัดให้กับผู้เข้าชมอย่างเต็มเปี่ยมแล้ว ยังมีอีกหนึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้น คือ การคัดแยกขยะก่อนทิ้ง โดย กระบวนการแยกขยะของโครงการ RS Net Zero นั้น ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้มากที่สุด เพราะฉะนั้น นอกจากแยกประเภทขยะอย่างถูกต้องแล้วส่งต่อสู่ปลายทาง เพื่อนำไปจัดการอย่างถูกวิธี จึงนับเป็นการยกระดับงานมิวสิคเฟสติวัลไปอีกขั้น

ทั้งนี้ผลจากการคัดแยกขยะภายในงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เราจัดเก็บขยะได้มากกว่าครั้งต้น โดยแบ่งประเภทขยะเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. ของเหลว (Liquid),
2. เศษอาหาร (Food Waste),
3. พลาสติกประเภท PET1 และกระป๋องอลูมิเนียม (Bottles-Cans),
4. ขยะประเภทอื่น (Others)

งานเทศกาลดนตรีในครั้งนี้ นับเป็นงานต้นแบบที่นอกจากทุกคนจะเต็มอิ่มกับบรรยากาศ และสนุกไปกับ คอนเสิร์ตแล้วยังได้ช่วยกันดูแลชายหาดและสิ่งแวดล้อมให้คงความสะอาดและสวยงามดังเดิมอีกด้วย จึงนับเป็นก้าวแรกที่ทางทีมงาน อาร์เอสร่วมกันจัดงานอีเวนต์ที่มีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม



(นายวิวัฒน์ เวชบุษกร)

กรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ