



ไตรมาส 3 ปี 2560  
วันที่ 14 พฤศจิกายน 2560

## คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

### ภาพรวมธุรกิจ

ในไตรมาส 3 ปี 2560 ภาพรวมธุรกิจสุขภาพและความงามของบริษัท มีรายได้และกำไรเติบโตเป็นไตรมาสที่ 3 ติดต่อกัน สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจโดยรวมที่ยังคงชะลอตัว บริษัทเน้นการขายผ่านช่องทางสื่อทั้งโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โทรทัศน์ดาวเทียม และสื่อวิทยุของบริษัท และสื่อออนไลน์อย่างเข้มข้นขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งและความสามารถหลักที่พัฒนาให้เหนือคู่แข่งในตลาดได้ อีกทั้งฐานข้อมูลลูกค้าที่เติบโตก้าวกระโดดทุกเดือนได้ถูกบริหารอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบมากขึ้น การเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งของบริษัทเองและจากพันธมิตรอีกหลายราย รวมถึงการทำการตลาดและโปรโมชันให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เติบโตขึ้น ทำให้ยอดขายในรอบ 9 เดือนที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ภาพรวมธุรกิจสื่อโทรทัศน์ทั้งอุตสาหกรรมในไตรมาส 3 ปี 2560 ลดลงจากไตรมาส 3 ของปี 2559 เช่นเดียวกับเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 2 ของปี 2560 ยกเว้นโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายใหม่ที่ปรับตัวดีขึ้น หากพิจารณาการใช้บิลบอร์ดโฆษณา (ADEX) ผ่านสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายใหม่จากผลการสำรวจของ AGB Nielsen Media Research (Thailand) ซึ่งให้เห็นว่า เม็ดเงินโฆษณาของไตรมาส 3 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2559 มีการใช้เม็ดเงินโฆษณาลดลง 1,043 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.7 แต่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า 341 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.0 ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนผู้ชมโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลรายใหม่ที่มีจำนวนสูงขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 45.6 ในเดือนกันยายน ปี 2560 เทียบกับร้อยละ 40.0 ในเดือนกันยายน ปี 2559 ในส่วนธุรกิจสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของบริษัท หรือ “ช่อง 8” ทำได้ดีขึ้นทั้งจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และจากไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจากเรตติ้งที่สูงขึ้นต่อเนื่องทั้งจากรายการข่าว กีฬา ซีรีส์ต่างประเทศ และละคร เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 0.61 สำหรับเรตติ้งเฉลี่ยของเดือนกันยายนในกลุ่มอายุ 4+ ตลอด 24 ชั่วโมง จากร้อยละ 0.53 ณ เฉลี่ยเดือนกันยายนของปี 2559 ส่งผลให้ปริมาณการซื้อโฆษณาของช่อง 8 เพิ่มขึ้น

### สรุปผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3 ปี 2560

งบการเงินรวมของบริษัทสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2560 (ไตรมาส 3 ปี 2560) บริษัทมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่จำนวน 123.8 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 184.8 และ 71.8 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 303.0 และร้อยละ 137.9 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของ 2 ธุรกิจหลัก ทั้งรายได้จากช่อง 8 และรายได้ธุรกิจสุขภาพและความงาม อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มสูงขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 42.5



จากการบริหารต้นทุนช่อง 8 อย่างมีประสิทธิภาพ และอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจสุขภาพและความงามในระดับสูง รวมถึงอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายลดลงตามการบริหารค่าใช้จ่ายของธุรกิจหลักอย่างมีประสิทธิภาพ

| หน่วย:ล้านบาท        | ไตรมาส 3/2560 |        | ไตรมาส 3/2559 |        | ไตรมาส 2/2560 |        | เปลี่ยนแปลง |        |
|----------------------|---------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|-------------|--------|
|                      | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | (y-y)       | (q-q)  |
| รายได้               | 995.7         | 100.0  | 678.2         | 100.0  | 857.6         | 100.0  | 46.8%       | 16.1%  |
| กำไรขั้นต้น          | 423.3         | 42.5   | 145.3         | 21.4   | 314.7         | 36.7   | 191.3%      | 34.5%  |
| กำไรจากการดำเนินงาน  | 171.7         | 17.2   | (54.0)        | -8.0   | 79.0          | 9.2    | 417.5%      | 117.3% |
| กำไร/(ขาดทุน)สุทธิ   | 123.8         | 12.4   | (61.0)        | -9.0   | 52.0          | 6.1    | 303.0%      | 137.9% |
| กำไร/(ขาดทุน)ต่อหุ้น | 0.1281        |        | (0.0631)      |        | 0.0538        |        |             |        |

## รายได้

รายได้จากการขายและบริการสำหรับไตรมาส 3 ปี 2560 จำนวน 995.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นสุทธิจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และไตรมาสก่อนหน้า จำนวน 317.5 และ 138.1 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.8 และร้อยละ 16.1 ตามลำดับ แยกอธิบายตามกลุ่มธุรกิจ ได้ดังนี้

| หน่วย:ล้านบาท                     | ไตรมาส 3/2560 |        | ไตรมาส 3/2559 |        | ไตรมาส 2/2560 |        | เปลี่ยนแปลง |        |
|-----------------------------------|---------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|-------------|--------|
|                                   | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | (y-y)       | (q-q)  |
| รายได้ธุรกิจสื่อ                  | 470.2         | 47.2   | 498.4         | 73.5   | 435.2         | 50.7   | -5.7%       | 8.1%   |
| รายได้ธุรกิจสุขภาพและความงาม      | 422.8         | 42.5   | 49.5          | 7.3    | 300.7         | 35.1   | 754.8%      | 40.6%  |
| รายได้ธุรกิจเพลง                  | 62.1          | 6.2    | 77.7          | 11.5   | 64.5          | 7.5    | -20.0%      | -3.6%  |
| รายได้ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม | 40.6          | 4.1    | 52.6          | 7.8    | 57.2          | 6.7    | -22.8%      | -29.0% |
| รายได้จากการขายและบริการ          | 995.7         | 100    | 678.2         | 100    | 857.6         | 100    | 46.8%       | 16.1%  |

## รายได้ธุรกิจสื่อ

รายได้จากธุรกิจสื่อประกอบด้วย รายได้จากธุรกิจสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ โดยในไตรมาส 3 ปี 2560 มีรายได้จากธุรกิจสื่อรวม จำนวน 470.2 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจำนวน 28.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.7 แต่เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าจำนวน 35.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.1 ตามลำดับ โดยรายได้จากช่อง 8 เพิ่มขึ้นทั้งจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนและไตรมาสก่อนหน้า แต่รายได้จากโทรทัศน์ดาวเทียมและวิทยุลดลงหากเทียบกับปีก่อน ตามการลดลงของอุตสาหกรรมโดยรวม

**ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ :** ประกอบด้วย รายได้จากช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล หมวดหมู่ทั่วไปแบบ ความคมชัดปกติ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ “ช่อง 8” และรายได้จากช่องโทรทัศน์ดาวเทียม ได้แก่ “ช่อง 2” และ “สบายดีทีวี” เป็นหลัก

ภาพรวมรายได้ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ในไตรมาสนี้ ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ของปีเดียวกัน โดยหลักมาจากเม็ดเงินโฆษณาโทรทัศน์ดาวเทียมทั้งอุตสาหกรรมลดลง แต่ “ช่อง 8” ยังมีความสามารถในการปิดยอดขายโฆษณาระยะยาว และขายพื้นที่โฆษณาได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีรายการที่ได้รับความนิยมสูง ทั้งรายการในกลุ่มข่าว นำโดย “คุยข่าวเช้าช่อง 8” ทั้งวันธรรมดาและวันหยุดเสาร์อาทิตย์ โดยมีเรตติ้งขึ้นมาอยู่ในลำดับ 1-2 ของประเทศ รวมถึง “คุยข่าวเย็นช่อง 8” ก็มีเรตติ้งก้าวกระโดดต่อเนื่อง และรายการข่าวอื่นๆ ที่เข้าถึงคนดูทั้ง “คุยข่าวค่ำช่อง 8” “ปากท้อง ต้องรู้” “สะกิดข่าวเด็ด” และ “เจาะประเด็น” รวมถึงรายการในกลุ่มกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายการ “8 Max มวยไทย” “เดอะแชมเปียน มวยไทยตัดเชือก” ในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ และ “มวยไทย แบบเท็ล” ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์วันศุกร์ อีกทั้งการพบสถิติเรตติ้งซีรีส์ต่างประเทศทั้ง “สีดราม คีร์กมหาลงกา” และ “หนุมาน สงครามมหาเทพ” ในช่วงเย็น ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างงดงาม โดยมีผู้ชมสูงสุดกว่า 2.9 ล้านคน นอกจากนี้ “ช่อง 8” ยังมีละครที่ออกอากาศใหม่ทั้งสิ้น 2 เรื่อง ได้แก่ “เงาอาถรรพ์” และ “ใจลวง” ที่มีเนื้อหาและการผลิตที่เข้มข้นและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

**ธุรกิจสื่อวิทยุ :** รายได้ธุรกิจสื่อวิทยุมาจากผลการดำเนินงานของ “COOLfahrenheit” ภาพรวมรายได้ธุรกิจสื่อวิทยุในไตรมาสนี้ ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องมาจากผลกระทบของทั้งอุตสาหกรรมสื่อวิทยุที่หดตัวลง อย่างไรก็ตาม รายได้ยังเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2560 และจากผลการสำรวจของ AGB Nielsen Media Research (Thailand) คลื่น “COOLfahrenheit” ยังคงได้รับความนิยมติดอยู่ในอันดับ 1 ของกลุ่ม Easy Listening และอันดับ 2 ของประเทศ รวมถึงการรีแบรนด์ครั้งใหญ่เพื่อไม่จำกัดตัวเองอยู่แค่บนหน้าปัดวิทยุ FM93 เพียงอย่างเดียว โดยนำเสนอคอนเทนต์ส่งตรงถึงผู้ฟังครบถ้วนทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์และออนไลน์ ตั้งเป้าเจาะกลุ่มผู้ชื่นชอบเสฟสื่อออนไลน์ และรองรับการใช้เม็ดเงินโฆษณาในสื่อออนไลน์ที่กำลังเติบโตขึ้น ในไตรมาสนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมสำหรับผู้ฟังที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ “อีจิ้น Eat Around The World” “COOL Outing” และ “COOL Music Alive”

### รายได้ธุรกิจสุขภาพและความงาม

รายได้ธุรกิจสุขภาพและความงาม ประกอบด้วย รายได้จากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า ภายใต้กลุ่มแบรนด์ “มาจิก (Magique)” ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผมและหนังศีรษะ ภายใต้กลุ่มแบรนด์ “รีไวฟ์ (Revive)” และผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ภายใต้กลุ่มแบรนด์ “เอสโอเอ็ม (S.O.M)” โดยบริษัทมีรายได้ในไตรมาสนี้ จำนวน 422.8 ล้านบาท

เพิ่มขึ้นสูงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และไตรมาสก่อนหน้ากว่า 373.3 และ 122.1 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 754.8 และ 40.6 ตามลำดับ เนื่องจากการบริหารจัดการเชิงหลักของบริษัทได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยการขายผ่านช่องทางสื่อทั้งโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โทรทัศน์ดาวเทียม และสื่อวิทยุของบริษัททำได้ดีขึ้น รวมถึงช่องทางออนไลน์ทั้ง “www.shop1781.com” และ “@Shop1781 (LINE SHOP)” และเสริมด้วยกลยุทธ์โฆษณาและการขายให้เหมาะสมกับทุกช่องทาง การบริหารข้อมูลลูกค้าและฐานข้อมูลที่เติบโตแบบก้าวกระโดดในทุกเดือนอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ การเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งของบริษัทเองและจากพันธมิตรใหม่อีกหลายรายทำให้การบริหารผ่านช่องทาง Telesales เกิดความคุ้มค่าสูงสุด รวมถึงการทำโปรโมชั่นให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายโดยร่วมกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ทั่วประเทศ ทำให้ยอดขายในช่วง 9 เดือนที่ผ่านเติบโตขึ้นต่อเนื่องอย่างมีเสถียรภาพ และได้ตามเป้าหมายของบริษัท

### **รายได้ธุรกิจเพลง**

รายได้ธุรกิจเพลง ประกอบด้วย รายได้จากธุรกิจดิจิทัล รายได้จากการจัดเก็บลิขสิทธิ์ และรายได้จากการบริหารศิลปิน โดยรายได้ในไตรมาสนี้ จำนวน 62.1 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และไตรมาสก่อนหน้า จำนวน 15.6 และ 2.4 ล้านบาท คิดเป็นลดลงร้อยละ 20.0 และ 3.6 ตามลำดับ เนื่องจากพฤติกรรมผู้ฟังที่เปลี่ยนไป โดยหันมาฟังผ่านออนไลน์เพิ่มขึ้น แต่แนวโน้มรายได้การฟังผ่านออนไลน์ของบริษัททั้ง Music Streaming YouTube หรือ Joox ที่เพิ่มขึ้น ยังไม่เพียงพอต่อการลดลงของรายได้จากช่องทางเดิม อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากปรับโครงสร้างธุรกิจและควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ธุรกิจเพลงมีความสามารถในการทำกำไรเป็นอย่างดี

### **รายได้ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม**

รายได้ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม ประกอบด้วย รายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด และรายได้จากงานรับจ้างผลิต ในไตรมาสนี้ มีรายได้รวม 40.6 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และไตรมาส 2 ปี 2560 จำนวน 12.0 และ 16.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.8 และ 29.0 ตามลำดับ เนื่องจากในไตรมาส 3 ปีก่อน มีการจัดคอนเสิร์ต “Love Laugh Cry with 9 Men” ที่มีรายได้ตามเป้าหมาย และหากเทียบกับไตรมาส 2 ลดลงเพราะโดยปกติไตรมาส 2 ถือเป็นหน้างานโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงสงกรานต์ รายได้หลักๆ ในไตรมาสนี้ เป็นการรับจ้างผลิตคอนเสิร์ตสำหรับสื่อของบริษัท ได้แก่ “สบายดีสี่มุมเมือง” “สบายดีสัญจร” “สบายดีแชบซึ่งอีสานตลาดแตก” และ “ช่อง 8 พบเพื่อน”

### **ต้นทุนขายและบริการ**

ต้นทุนขายและบริการจำนวน 572.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปีก่อนหน้า และไตรมาสก่อนหน้า จำนวน 39.5 และ 29.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.4 และ 5.4 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นตามรายได้หลักๆ จากธุรกิจสุขภาพและความงาม

ที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นยังเพิ่มสูงขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 42.5 จากการบริหารต้นทุนช่อง 8 และธุรกิจสุขภาพและความงามอย่างมีประสิทธิภาพ

### ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ค่าใช้จ่ายอื่น และต้นทุนทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 251.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปี 2559 และไตรมาส 2 ปี 2560 จำนวน 51.7 และ 14.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 25.9 และ 6.1 โดยหลักๆ เป็นค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนของรายได้ธุรกิจสุขภาพและความงามที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม อัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายลดลงตามการบริหารค่าใช้จ่ายของธุรกิจหลักอย่างมีประสิทธิภาพ

ในส่วนของต้นทุนทางการเงิน จำนวน 23.4 ล้านบาท ทรงตัวหากเทียบกับไตรมาส 3 ปี 2559 และไตรมาสก่อนหน้า โดยค่าใช้จ่ายหลักมาจากดอกเบี้ยจ่ายธนาคารจากการกู้ยืมระยะยาวเพื่อชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

### แผนเป้าหมาย และแนวโน้มในอนาคต

ในช่วงไตรมาส 3 สถานีโทรทัศน์ “ช่อง 8” ประสบความสำเร็จอย่างงดงามด้วยเรตติ้งเฉลี่ยร้อยละ 0.61 ในเดือนกันยายนที่ผ่านมา โดยการนำเสนอรายการที่หลากหลายและได้รับความนิยมอย่างสูง นำโดยซีรีส์ต่างประเทศ “สี่ดาบราม ศีกรักมหาลังกา” ต่อด้วยซีรีส์ที่ได้รับการกล่าวขวัญถึงสูงที่สุดในขณะนี้ “หนุมาน สงครามมหาเทพ” รายการข่าวทั้งช่วงเช้าและเย็น เพิ่มเติมด้วยรายการข่าวค่ำ โดยในไตรมาส 4 จะเพิ่มเติมด้วยรายการวาไรตี้รูปแบบใหม่ รวมถึงละครที่ครบรส ซึ่งจะเข้ามาสนับสนุนเรตติ้งให้เป็นไปตามเป้าหมายเพื่อให้สอดคล้องกับการปรับเพิ่มขึ้นค่าโฆษณาในปี 2561 ได้

สำหรับธุรกิจสุขภาพและความงาม ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีอย่างสูงจากกลยุทธ์ต่างๆ บริษัทจะยังคงเพิ่มประเภทผลิตภัณฑ์ใหม่ (SKU) และค้นหาสินค้าคุณภาพจากพันธมิตรรายใหม่ๆ เพื่อให้ตอบโจทย์และครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคอย่างตรงจุด รวมถึงการพัฒนาและต่อยอดช่องทางออนไลน์อย่างเข้มข้น เพื่อให้การบริหารทั้งช่องทาง Telesales ของบริษัทและช่องทางอื่นๆ เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด

(นายดามพ์ นานา)

กรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ