



ไตรมาส 2 ปี 2560
วันที่ 15 สิงหาคม 2560

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

ภาพรวมธุรกิจ

ในไตรมาส 2 ปี 2560 ภาพรวมธุรกิจสุขภาพและความงามของบริษัท มีรายได้และกำไรเติบโตสวนทางกับสภาพเศรษฐกิจโดยรวมที่ยังคงชะลอตัว เนื่องจากบริษัทมุ่งความสนใจไปที่การขายผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ของบริษัทเองอย่างเข้มข้นขึ้นจากปีที่ผ่านมา ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งและความสามารถหลักที่พัฒนาให้เห็นคู่แข่งในตลาดได้ รวมถึงการบริหารข้อมูลลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ และการขยายช่องทางการขายการตลาด และการทำโปรโมชั่นให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ยอดขายในรอบปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ภาพรวมธุรกิจสื่อโทรทัศน์ทั้งอุตสาหกรรมในไตรมาส 2 ปี 2560 ลดลงจากไตรมาส 1 ในปีเดียวกัน เช่นเดียวกับเมื่อเปรียบเทียบกับครึ่งปีแรกของปี 2560 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับครึ่งปีแรกของปี 2559 ยกเว้นโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายใหม่ที่ปรับตัวดีขึ้น หากพิจารณาการใช้บิโชมินา (ADEX) ผ่านสื่อโทรทัศน์จากผลการสำรวจของ AGB Nielsen Media Research (Thailand) ซึ่งให้เห็นว่า เม็ดเงินโฆษณาของไตรมาส 2 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ลดลง 307 ล้านบาท ยกเว้นโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายใหม่นั้นมีการใช้บิโชมินาเพิ่มขึ้น 288 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3 และหากพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างครึ่งปีแรกของปี 2560 กับครึ่งปีแรกของปี 2559 ยังมีการใช้เม็ดเงินโฆษณาผ่านโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายใหม่เพิ่มขึ้น 1,588 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.6 ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนผู้ชมโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลรายใหม่ที่มีจำนวนสูงขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 48.5 ในเดือนมิถุนายน ปี 2560 เทียบกับร้อยละ 44.2 ในเดือนมีนาคม ปี 2560 และร้อยละ 37.2 ในเดือนมิถุนายน ปี 2559 ในส่วนธุรกิจสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิตอลของบริษัท หรือ “ช่อง 8” ทำได้ดีขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน อันมาจากเรตติ้งที่สูงขึ้นกว่าร้อยละ 30 ทั้งจากรายการข่าว กีฬา ซีรีส์ต่างประเทศ และละคร เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 0.64 สำหรับเรตติ้งเฉลี่ยของเดือนมิถุนายนในกลุ่มอายุ 4+ ตลอด 24 ชั่วโมง จากร้อยละ 0.48 ในเดือนมีนาคม ปี 2560 ส่งผลให้ปริมาณการซื้อโฆษณาของช่อง 8 เพิ่มขึ้น

สรุปผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2560

งบการเงินรวมของบริษัทสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2560 (ไตรมาส 2 ปี 2560) บริษัทมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่จำนวน 52.0 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 137.0 และ 5.0 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 161.2 และร้อยละ 10.7 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นสูงของ

รายได้ธุรกิจสุขภาพและความงาม อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มสูงขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 36.7 และอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อ ยอดขายลดลงตามการบริหารค่าใช้จ่ายของธุรกิจสุขภาพและความงามอย่างมีประสิทธิภาพ

หน่วย:ล้านบาท	ไตรมาส 2/2560		ไตรมาส 2/2559		ไตรมาส 1/2560		เปลี่ยนแปลง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	(y-y)	(q-q)
รายได้	857.6	100.0	713.5	100.0	752.0	100.0	20.2%	14.0%
กำไรขั้นต้น	314.7	36.7	144.5	20.3	242.5	32.2	117.7%	29.7%
กำไรจากการดำเนินงาน	79.0	9.2	(95.1)	-13.3	26.5	3.5	183.1%	197.8%
กำไร/(ขาดทุน)สุทธิ	52.0	6.1	(85.0)	-11.9	47.0	6.3	161.2%	10.7%
กำไร/(ขาดทุน)ต่อหุ้น	0.0538		(0.0870)		0.0486			

รายได้

รายได้จากการขายและบริการสำหรับไตรมาส 2 ปี 2560 จำนวน 857.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นสุทธิจากไตรมาส เดียวกันของปีก่อน และไตรมาสก่อนหน้า จำนวน 144.1 และ 105.6 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.2 และร้อยละ 14.0 ตามลำดับ แยกอธิบายตามกลุ่มธุรกิจ ได้ดังนี้

หน่วย:ล้านบาท	ไตรมาส 2/2560		ไตรมาส 2/2559		ไตรมาส 1/2560		เปลี่ยนแปลง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	(y-y)	(q-q)
รายได้ธุรกิจสื่อ	435.2	50.7	497.0	69.7	444.7	59.1	-12.4%	-2.1%
รายได้ธุรกิจสุขภาพและความงาม	300.7	35.1	53.1	7.4	199.3	26.5	466.1%	50.9%
รายได้ธุรกิจเพลง	64.5	7.5	93.4	13.1	67.2	9.0	-31.0%	-4.1%
รายได้ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม	57.2	6.7	69.9	9.8	40.8	5.4	-18.2%	40.3%
รายได้จากการขายและบริการ	857.6	100	713.5	100	752.0	100	20.2%	14.0%

รายได้ธุรกิจสื่อ

รายได้จากธุรกิจสื่อประกอบด้วย รายได้จากธุรกิจสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ โดยในไตรมาส 2 ปี 2560 มีรายได้จาก ธุรกิจสื่อรวม จำนวน 435.2 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และไตรมาสก่อนหน้า จำนวน 61.8 และ 9.5 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 12.4 และ 2.1 ตามลำดับ อันเนื่องมาจากรายได้จากโทรทัศน์ดาวเทียมลดลง เป็นหลักตามการลดลงของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดาวเทียมโดยรวม

ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ : ประกอบด้วย รายได้จากช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล หมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ “ช่อง 8” และรายได้จากช่องโทรทัศน์ดาวเทียม ได้แก่ “ช่อง 2” และ “สบายดีทีวี” เป็นหลัก

ภาพรวมรายได้ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ในไตรมาสนี้ลดลงจากเม็ดเงินโฆษณาโดยรวมของทั้งอุตสาหกรรมลดลง แต่ “ช่อง 8” ยังมีความสามารถในการปิดยอดขายโฆษณาระยะยาว และขายพื้นที่โฆษณาได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีรายการที่ได้รับความนิยมสูง ทั้งรายการในกลุ่มข่าว นำโดย “คุยข่าวช่อง 8” ที่มีเรตติ้งติดอันดับ 1 ในกลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลรายการใหม่ และอันดับ 3 ของประเทศ รวมถึงรายการข่าวอื่นๆ ที่เข้าถึงคนดูทั้ง “ปากท้อง ต้องรู้” “สะกิดข่าวเด็ด” และ “เจาะประเด็น” รวมถึงรายการในกลุ่มกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายการ “8 Max มวยไทย” “เดอะแชมเปียน มวยไทยตัดเชือก” ในช่วงวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ และ “มวยไทย แบทเทิล” ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์วันศุกร์ อีกทั้งการทูลสถิติเรตติ้งซีรีส์ต่างประเทศ “สีดาราาม ศีกรักมหาลงกา” ในช่วงเย็น ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างงดงาม โดยมีผู้ชมสูงสุดกว่า 2.9 ล้านคน นอกจากนี้ “ช่อง 8” ยังมีละครที่ออกอากาศใหม่ทั้งสิ้น 2 เรื่อง ได้แก่ “เพลิงรัก ไฟมาร” และ “ทรายย้อมสี” ที่มีการปรับเนื้อหาและการผลิตให้เข้มข้นขึ้น

ธุรกิจสื่อวิทยุ : รายได้ธุรกิจสื่อวิทยุมาจากผลการดำเนินงานของ “COOLfahrenheit” ภาพรวมรายได้ธุรกิจสื่อวิทยุในไตรมาสนี้ ลดลงร้อยละ 17.2 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน อันเนื่องมาจากผลกระทบของทั้งอุตสาหกรรมสื่อวิทยุที่หดตัวลง อย่างไรก็ตาม รายได้ยังเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.0 จากไตรมาส 1 ปี 2560 และจากผลการสำรวจของ AGB Nielsen Media Research (Thailand) คลื่น “COOLfahrenheit” ยังคงได้รับความนิยมติดอยู่ในอันดับ 1 ของกลุ่ม Easy Listening และอันดับ 2 ของประเทศ รวมถึงการรีแบรนด์ครั้งใหญ่เพื่อไม่จำกัดตัวเองอยู่แค่บนหน้าปัดวิทยุ FM93 อีกต่อไป โดยเป็นการนำเสนอคอนเทนต์ส่งตรงถึงผู้ฟังครบถ้วนทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์และออนไลน์ ตั้งเป้าเจาะกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบเสฟสื่อออนไลน์ และรองรับการใช้เม็ดเงินโฆษณาในสื่อออนไลน์ที่กำลังเติบโตขึ้น ในไตรมาสนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมสำหรับผู้ฟังที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ “COOL Music Alive” “COOL Outing” และ “อิงค์ Eat All Around ปี 7”

รายได้ธุรกิจสุขภาพและความงาม

รายได้ธุรกิจสุขภาพและความงาม ประกอบด้วย รายได้จากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า ภายใต้กลุ่มแบรนด์ “มาจิค (Magique)” ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผมและหนังศีรษะ ภายใต้กลุ่มแบรนด์ “รีไวฟ (Revive)” และผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ภายใต้กลุ่มแบรนด์ “เอสโอเอ็ม (S.O.M)” โดยบริษัทมีรายได้ในไตรมาสนี้ จำนวน 300.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นสูงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และไตรมาสก่อนหน้ากว่า 247.6 และ 101.4 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 466.1 และ 50.9 ตามลำดับ เนื่องจากการบริหารจัดการเชิงหลักของบริษัทได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยการเสริมกลยุทธ์โฆษณาและการขายให้เหมาะสมกับทุกช่องทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายผ่านสื่อโทรทัศน์ของบริษัทเอง การบริหารข้อมูลลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ และการ

ขยายช่องทางการขาย การตลาด และการทำโปรโมชั่นให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายโดยร่วมกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ทั่วประเทศ ทำให้ยอดขายในช่วงครึ่งปีแรกเติบโตขึ้นต่อเนื่องอย่างมีเสถียรภาพ และทำลายสถิติในเดือนก่อนหน้าอย่างต่อเนื่อง

รายได้ธุรกิจเพลง

รายได้ธุรกิจเพลง ประกอบด้วย รายได้จากธุรกิจดิจิทัล รายได้จากการจัดเก็บลิขสิทธิ์ และรายได้จากการบริหารศิลปิน โดยรายได้ในไตรมาสนี้ จำนวน 64.5 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และไตรมาสก่อนหน้า จำนวน 28.9 และ 2.7 ล้านบาท คิดเป็นลดจ้อยละ 31.0 และ 4.1 ตามลำดับ เนื่องจากพฤติกรรมผู้ฟังที่เปลี่ยนไป โดยหันมาฟังผ่านออนไลน์เพิ่มขึ้น แต่แนวโน้มรายได้การฟังผ่านออนไลน์ของบริษัททั้ง Music Streaming YouTube หรือ Joox ที่เพิ่มขึ้น ยังไม่เพียงพอกับการลดลงของรายได้จากช่องทางเดิม อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากปรับโครงสร้างธุรกิจและควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ธุรกิจเพลงมีความสามารถในการทำกำไรดีขึ้นต่อเนื่องทุกไตรมาส

รายได้ธุรกิจรับจ้างและผลติกิจกรรม

รายได้ธุรกิจรับจ้างและผลติกิจกรรม ประกอบด้วย รายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด และรายได้จากงานรับจ้างผลิต ในไตรมาสนี้ มีรายได้รวม 57.2 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาส 2 ปี 2559 จำนวน 12.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.2 เนื่องจากในไตรมาส 2 ปีก่อน มีรายได้จากกิจกรรมที่เป็นโครงการขนาดใหญ่ซึ่งมีมูลค่าและปริมาณงานสูงกว่าปกติและเกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2560 มีรายได้เพิ่มขึ้น 16.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 40.3 โดยรายได้หลักๆ ในไตรมาสนี้ เป็นการรับจ้างผลิตคอนเสิร์ตสำหรับสื่อของบริษัท ได้แก่ “สบายดีสัญจร” “สบายดีแซ่บซึ่งอีสานตลาดแตก” และ “ช่อง 8 พบเพื่อน”

ต้นทุนขายและบริการ

ต้นทุนขายและบริการจำนวน 542.9 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาส 2 ปีก่อนหน้า จำนวน 26.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.6 โดยลดลงตามรายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนการผลิตรายการสำหรับโทรทัศน์ดาวเทียมที่ลดลงไปอย่างมาก ตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา แต่เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ต้นทุนขายและบริการเพิ่มขึ้น 33.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.6 เนื่องจากเป็นไปตามสัดส่วนของรายได้ที่ขายเพิ่มขึ้นจากธุรกิจสุขภาพและความงาม

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ค่าใช้จ่ายอื่น และต้นทุนทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 237.3 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปี 2559 จำนวน 2.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.0 อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบกับไตรมาส 1 ในปีนี้ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้น

21.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.8 โดยหลักๆ เป็นค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนของรายได้ธุรกิจสุขภาพและความงามที่สูงขึ้น

ในส่วนของต้นทุนทางการเงิน จำนวน 22.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.7 ล้านบาทจากไตรมาส 2 ปี 2559 คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.1 สาเหตุมาจากดอกเบี้ยจ่ายธนาคารสูงขึ้นตั้งแต่ช่วงกลางปี 2559 จากการกู้ยืมระยะยาวเพื่อชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล แต่ต้นทุนทางการเงินทรงตัวหากเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2560

แผนเป้าหมาย และแนวโน้มในอนาคต

ในช่วงไตรมาส 2 สถานีโทรทัศน์ “ช่อง 8” ประสบความสำเร็จอย่างงดงามด้วยเรตติ้งเฉลี่ยร้อยละ 0.64 ในเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา โดยการนำเสนอรายการที่หลากหลายและได้รับความนิยมอย่างสูง นำโดยซีรีส์ต่างประเทศ “สีดาราาม ศีกรักมหาหงา” รายการข่าวทั้งช่วงเช้าและเย็น รายการกีฬา และละคร โดยในไตรมาสถัดไป จะถูกต่อ ยอดด้วยซีรีส์ต่างประเทศเรื่องใหม่ “หนุมาน สงครามมหาเทพ” พร้อมทั้งรายการวาไรตี้ใหม่อีก 3 รายการ และรายการข่าวในช่วงค่ำ ซึ่งจะเข้ามาสนับสนุนเรตติ้งให้เป็นไปตามเป้าหมายเพื่อให้สอดคล้องกับการปรับเพิ่มขึ้นค่าโฆษณาประมาณร้อยละ 35 จากปี 2559

สำหรับธุรกิจสุขภาพและความงาม ซึ่งได้รับการตอบรับดีอย่างต่อเนื่องจากกลยุทธ์การวางเส้นการขายและการบริหารข้อมูลลูกค้าที่แม่นยำขึ้นตั้งแต่กลางเดือนธันวาคมปี 2559 บริษัทได้เพิ่มประเภทผลิตภัณฑ์ (SKU) ให้ครอบคลุมตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเข้าไปในร้านค้าปลีกใหม่ๆ รวมถึงเจรจากับพันธมิตรใหม่สำหรับการนำสินค้าคุณภาพมาขายเพิ่มเติมผ่านช่องทาง Telesales ของบริษัท

(นายดามพ์ นานา)

กรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ