ข่าวประชาสัมพันธ์

26 มกราคม 2564

**อาร์เอส กรุ๊ป วางเป้าปี 64 ทะลุ 5,700 ล้านบาท สวนกระแสโควิด-19**

**โมเดล Entertainmerce ดันทุกธุรกิจในกลุ่มเติบโตก้าวกระโดดเป็น All Time High**

**บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)** หรือ **อาร์เอส กรุ๊ป** เป็นหนึ่งในไม่กี่องค์กรของไทยที่สามารถก้าวผ่านสถานการณ์โควิด-19 และพาธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงในปีที่ผ่านมา โดยในปี 2564 นี้ บริษัทฯ มั่นใจว่าโมเดลธุรกิจ Entertainmerce ที่แข็งแกร่ง ร่วมกับการเติบโตของกลุ่มธุรกิจคอมเมิร์ซซึ่งสอดรับกับเมกะเทรนด์สำคัญของโลก และการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ๆ จะผลักดันบริษัทฯ เติบโตแบบก้าวกระโดด สร้าง All Time High และมีรายได้รวมทะลุ 5,700 ล้านบาท

**นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์**ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า “แม้ปีที่ผ่านมาสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 จะส่งผลกระทบอย่างมากต่อทุกภาคส่วน และเป็นผลกระทบที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ แต่อาร์เอสเป็นองค์กรที่ปรับตัวเร็ว สามารถตั้งรับกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที มีการปรับแผนให้เหมาะสมและสอดคล้อง รวมไปถึงโมเดลธุรกิจ Entertainmerce ที่พิสูจน์ให้เห็นถึงความสำเร็จ ทำให้ผลประกอบการในปีที่ผ่านมา สามารถทำรายได้นิวไฮได้อย่างต่อเนื่องในทุกไตรมาส สำหรับแผนธุรกิจในปี 2564 นี้ แม้โควิด-19 ยังกลับมาระบาดระลอกใหม่ แต่อาร์เอส กรุ๊ป มีความพร้อมความเข้าใจในการรับมือ และมีควาสามารถในการปรับตัวตามสถานการณ์ต่างๆ เราจึงมั่นใจว่าจะสามารถรับมือได้ดี”

โดยในปี 2564 นี้ อาร์เอส กรุ๊ป เชื่อมั่นว่าปัจจัยที่จะทำให้เราเติบโตแบบก้าวกระโดดอีกครั้งมาจาก 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่

1) การพัฒนาต่อเนื่องของ อาร์เอส มอลล์ (RS Mall) ซึ่งสอดรับกับเมกะเทรนด์สำคัญของโลกและการเติบโตของดาต้าเบส ซึ่งปัจจุบันมีฐานลูกค้า 1.6 ล้านราย และคาดว่าจะเติบโตสูงถึง 2 ล้านราย ณ สิ้นปี 2564

2) การเติบโตแบบก้าวกระโดดของบริษัทไลฟ์สตาร์ ด้วยการออกสินค้าประเภทใหม่ๆ สู่ตลาดทุกช่องทางที่ไม่ได้ขายเพียงช่องทาง อาร์เอส มอลล์ (RS Mall) เท่านั้น

3) การสร้างรายได้เพิ่มจากกลยุทธ์ Content-Driven ผ่านทางช่อง 8, COOLISM และ RS Music

4) การทำ Mergers and Acquisitions (M&A) จากการ Synergy กับโมเดลธุรกิจ Entertainmerce

ในแต่ละธุรกิจมีการวางกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

**ธุรกิจคอมเมิร์ซ**

อาร์เอส มอลล์ (RS Mall) แพลตฟอร์มที่จำหน่ายสินค้าและบริการในหลากหลายกลุ่ม เพื่อเติมความสุขให้ทุกชีวิต โดยตั้งเป้าในการเป็นพันธมิตรทางด้านสุขภาพให้กับลูกค้า ซึ่งเมกะเทรนด์ที่สำคัญในปีนี้มุ่งเน้นไปที่การดูแลและใส่ใจในเรื่องสุขภาพ และกลุ่มคนรุ่นเก่า (Silver Generation หรือ Young Old) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง เป็นหัวใจสำคัญของ Business Model ของอาร์เอส มอลล์ สำหรับการเติบโตทางธุรกิจ อาร์เอส มอลล์ ตั้งเป้าไว้ที่ 30% จาก Inbound ที่มาจากช่อง 8 ช่องทีวีดิจิทัลพันธมิตร และช่องทีวีดาวเทียม ช่องทาง Outbound จากเทเลเซลล์ และเติบโต 2 เท่าสำหรับช่องทางออนไลน์ จากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของกลุ่มสินค้าที่ตอบโจทย์เรื่องการดูแลสุขภาพในทุกมิติ ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าหลักของอาร์เอส มอลล์ และจัดหาสินค้าเฉพาะ ผ่าน RS Mall เท่านั้น ซึ่งตอบโจทย์ลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน

2. การเป็น Virtual Store ที่ยังคงเป็นข้อได้เปรียบจากสถานการณ์โรคระบาดที่ยังไม่มีความแน่นอน ในขณะเดียวกัน รูปแบบการให้บริการผ่านเจ้าหน้าที่ที่พร้อมจะให้คำอธิบายบนทุกปัญหาสุขภาพ กลับสามารถทำให้ลูกค้ามั่นใจและปิดการขายได้มากกว่าร้านค้าออนไลน์ทั่วไป

3. การสร้างระบบ CRM ที่แข็งแรง จะสามารถสร้างการซื้อซ้ำได้กว่า 2.4 ครั้งต่อปี ทั้งจากคุณภาพของสินค้า ปริมาณของสินค้าที่หลากหลายในการตอบโจทย์ความต้องการทางด้านสุขภาพ และเมื่อเป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพหรือ Wellbeing การได้พูดคุยกับเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้จะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น

4. การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อทำให้เราเข้าใจลูกค้ามากขึ้น ทั้งในแง่ของการสร้าง Customer Data Platform ที่นำข้อมูลของลูกค้าในหลากหลายมิติมาประมวลผลให้สามารถนำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงใจ และตรงเวลากับลูกค้ามากที่สุด และการนำระบบ Voice Analytics มาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ โดยการนำเครื่องมือไปใช้วิเคราะห์ไฟล์เสียงทั้งหมดเพื่อหา Unmet Demand จากบทสนทนาระหว่างเจ้าหน้าที่และลูกค้า และการขยายระบบ Predictive dialing system (PDS) สู่ลูกค้าทุกกลุ่ม ทำให้ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่เพิ่มขึ้นเท่าตัว

**บริษัท ไลฟ์สตาร์ จำกัด**

ในฐานะผู้ผลิตนวัตกรรมด้านสุขภาพและความงามระดับโลก ในปีนี้นับเป็นปีที่ก้าวกระโดดของไลฟ์สตาร์ เนื่องจากจะมีการเสนอสินค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อตอบโจทย์กลุ่มคนรักสุขภาพและเทรนด์การใช้ชีวิตแบบใหม่ โดยเพิ่มประเภทสินค้าใหม่ภายใต้แบรนด์ใหม่ เข้าสู่ Mass Market อย่างเต็มตัว การเปิดตัวและก้าวสู่ธุรกิจผลิตภัณฑ์ Functional Drink ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ใช้นวัตกรรมขั้นสูง และอาหารสัตว์เลี้ยง โดยไลฟ์สตาร์จะขยายช่องทางการจำหน่ายไปสู่ช่องทางการขายที่เหมาะสมกับแต่ละประเภทสินค้า ผ่าน Mass Market หลากหลายช่องทาง วางขายผ่าน E-Commerce และยังคงจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไลฟ์สตาร์ผ่าน อาร์เอส มอลล์ ด้วย

**ธุรกิจสื่อและบันเทิง**

**สถานีโทรทัศน์ช่อง 8**

ชูกลยุทธ์ Content-Driven Marketing ผลิตคอนเทนต์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย จัดวางแต่ละคอนเทนต์ในช่วงเวลาและเลือกใช้วิธีที่เข้าถึงผู้ชมตามกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงการจัดวางคอนเทนต์อย่างเหมาะสมให้เข้าถึงง่ายในแต่ละช่องทาง ดำเนินตามกลยุทธ์เก้าอี้ 4 ขาที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงจากปีก่อน ซึ่งทำให้ช่อง 8 แตกต่างจากช่องทีวีดิจิทัลอื่น เพราะเป็นช่องเดียวที่มีรายได้ทั้งจากการโฆษณา รายได้จาก RS Mall หรือธุรกิจคอมเมิร์ซของบริษัท รายได้จากการจัดอีเว้นท์ และรายได้จากการขายคอนเทนต์ สู่การทำรีเมคออริจินัล คอนเทนต์ ทั้งการรับชมผ่านทาง Official account ของช่อง 8 เอง และผ่านพันธมิตรอื่นๆ ด้วย จากกลยุทธ์หลักที่เข้าถึงไลฟ์สไตล์ที่ถูกต้อง คาดว่าจะสร้างยอดการเข้าถึงผู้ชมในแต่ละช่องทางรวมกันมากกว่า 50 ล้านคน ณ สิ้นปี 2564

**COOLISM**

มุ่งเน้นกลยุทธ์แม่น้ำ 3 สาย นำโดย COOLfahrenheit สถานีเพลงไทยสากลอันดับหนึ่งที่ผู้ฟังเหนียวแน่นทั้งบนออนแอร์และออนไลน์รวมกันกว่า 3.7 ล้านคน เจาะกลุ่มพรีเมียมแมสที่มีไลฟ์สไตล์ชัดเจนผ่านไลฟ์สไตล์การกิน เที่ยว ช้อปปิ้งออนไลน์ และชมอีเว้นท์ต่างๆ ขยายฐานสู่ Young Generation ผ่านการพาร์ทเนอร์กับออนไลน์แพลตฟอร์มอื่นๆ และธุรกิจ COOLive ที่ร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจเพลง จัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมตลอดทั้งปี เพื่อเชื่อมโยงลูกค้าทุกแพลตฟอร์ม รักษาเรตติ้งอันดับหนึ่ง นอกจากนี้ ยังต่อยอดโมเดล Entertainmerce ด้วยการพัฒนาเมนูช้อปปิ้ง COOLanything ทั้งบนแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์เพื่อตอบโจทย์กลุ่มคนฟังให้ช้อปปิ้งและฟังเพลงไปพร้อมกับการคัดสรรสินค้าและโปรโมชั่นที่เหมาะกับไลฟ์สไตล์ผู้ฟัง COOLfahrenheit

**RS Music**

ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารลิขสิทธิ์คลังเพลงที่แข็งแรงและการกลับมาได้รับความสนใจอีกครั้งจนเกิดกระแส "โตมากับอาร์เอส" เน้นการเพิ่มมูลค่าจากโซเชียลมีเดียของแต่ละศิลปิน ทั้งศิลปินใหม่ 9 คนจาก 3 ค่ายเพลง รวมถึงศิลปินเดิมที่มีฐานผู้ฟังเหนียวแน่น พัฒนาขึ้นเป็น influencer จากไลฟ์สไตล์ที่แตกต่าง และต่อยอดสู่การเป็น business partner ตามโมเดล Music Star Commerce รวมไปถึงการจัดคอนเสิร์ตและอีเว้นท์ต่างๆ

**การเข้าซื้อหุ้น บริษัท เชฎฐ์ เอเชีย จำกัด**

การทำ Mergers and Acquisitions (M&A) กับบริษัท เชฎฐ์ เอเชีย ซึ่งเป็นการรุกเข้าสู่ธุรกิจ “บริหารสินทรัพย์-สินเชื่อรายย่อย” สร้างการเติบโตในแนวราบ จากภาวะแนวโน้มเศรษฐกิจในปัจจุบัน จำนวนหนี้ด้อยคุณภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น บริษัทฯ จึงมองเห็นโอกาสในการต่อยอดโมเดลธุรกิจ Entertainmerce โดยใช้โอกาสนี้ในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มธุรกิจของอาร์เอส และร่วมมือกันเสริมศักยภาพกลุ่มบริษัทเชฎฐ์ให้เทียบเท่าบริษัทชั้นนำในตลาดหลักทรัพย์ฯ และปูทางเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเร่งการระดมทุนและจะช่วยสนับสนุนทำให้กลุ่มบริษัทเชฎฐ์ ก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมนี้ภายใน 2 ปี ซึ่งกลุ่มบริษัทเชฎฐ์จะกลายเป็นบริษัทที่มีความโดดเด่นและแตกต่างโดยใช้กลยุทธ์ Entertainmerce ของอาร์เอส เข้าไปสนับสนุน และเชื่อว่า อาร์เอส กรุ๊ป และ กลุ่มบริษัทเชฎฐ์ จะเติบโตไปด้วยกันอย่างแข็งแกร่ง

“นอกจากนี้ เรายังคงมองหาพารท์เนอร์ทางธุรกิจเพื่อเข้าซื้อหุ้นเพิ่มอีก 1 - 2 ดีลภายในปีนี้ เพื่อต่อยอดจากโมเดลธุรกิจ Entertainmerce และทำให้ Ecosystem ของอาร์เอส กรุ๊ป ขยายตัวอย่างไม่สิ้นสุด จากกลยุทธ์ทั้งหมดในปี 2564 พร้อมกับการรุกเข้าสู่ธุรกิจใหม่ๆ จึงเชื่อมั่นว่า อาร์เอส กรุ๊ป จะมีรายได้รวม ทะลุ 5,700 ล้านบาทได้อย่างแน่นอน” นายสุรชัย กล่าวปิดท้าย

ผู้สนใจสามารถติดตามข่าวสาร และความเคลื่อนไหวต่างๆ ของ อาร์เอส กรุ๊ป ได้ทาง [www.rs.co.th](http://www.rs.co.th/)

**หมายเหตุ: คุณวิทวัส เวชชบุษกร** ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ร่วมแถลงข่าวด้วย

###

สายงานภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร บมจ.อาร์เอส ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

สำหรับสื่อมวลชน สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ : ภัทรปภา (เหมียว) 095-945-4266 หรืออีเมล [info@rs.co.th](mailto:info@rs.co.th)