ส่วนที่ 1
การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

อาร์เอสได้ดำเนินการก่อตั้งในปี พ.ศ. 2519 โดยเริ่มต้นจากการทำธุรกิจเพลงครบวงจร ต่อมาบริษัทได้แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน และได้ทำการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ.2546 ด้วยทุนจดทะเบียน 560 ล้านบาท และภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)” โดย ณ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้ว จำนวน 1,009,937,646 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท อย่างไรก็ดี บริษัทได้ขยายธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง จากธุรกิจเพลง ไปสู่ธุรกิจสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม และเมื่อปลายปี 2556 บริษัทฯเป็นผู้ชนะการประมูลคลื่นความถี่ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ (Standard Definition) จำนวน 1 ช่อง โดยบริษัทฯได้นำ “ช่อง 8” ที่เดิมออกอากาศอยู่บนระบบทีวีดาวเทียม เปลี่ยนมาออกอากาศในระบบดิจิตอลแทน ตั้งแต่เดือนเมษายน ปี 2557 เป็นต้นมา ทั้งนี้ บริษัทได้ดำเนินการภายใต้วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission) ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

“อาร์เอสจะเป็นผู้ปฏิวัติการสร้างสรรค์ผลงานบันเทิง ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม”

พันธกิจ (Mission)

“อาร์เอสจะนำเสนอผลงานบันเทิงคุณภาพทุกรูปแบบ เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า ด้วยทีมบุคลากรที่มีความเป็นเลิศ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและแสวงหาโอกาสใหม่ๆ อยู่เสมอ ภายใต้ระบบการจัดการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย”

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

ปัจจุบันอาร์เอส ดำเนินธุรกิจหลักแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจสื่อ ธุรกิจจัดจำหน่ายเพลง และธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม โดยธุรกิจสื่อมีสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุด ประกอบไปด้วย สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ โดยมี ช่อง 8 ดิจิตอลทีวีเป็นผู้นำ และยังมีช่องทีวีดาวเทียมต่างๆ อีก 3 ช่อง ได้แก่ ช่อง 2 ช่องสบายดีทีวี และช่อง YOU Channel โดยแต่ละช่องรายการของบริษัทฯ ได้รับผลตอบรับที่ดีทั้งในแง่ของผู้ชมและลูกค้าผู้ลงโฆษณา ทำให้ธุรกิจสื่อของบริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้มีการลงทุนผ่านบริษัทย่อยต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

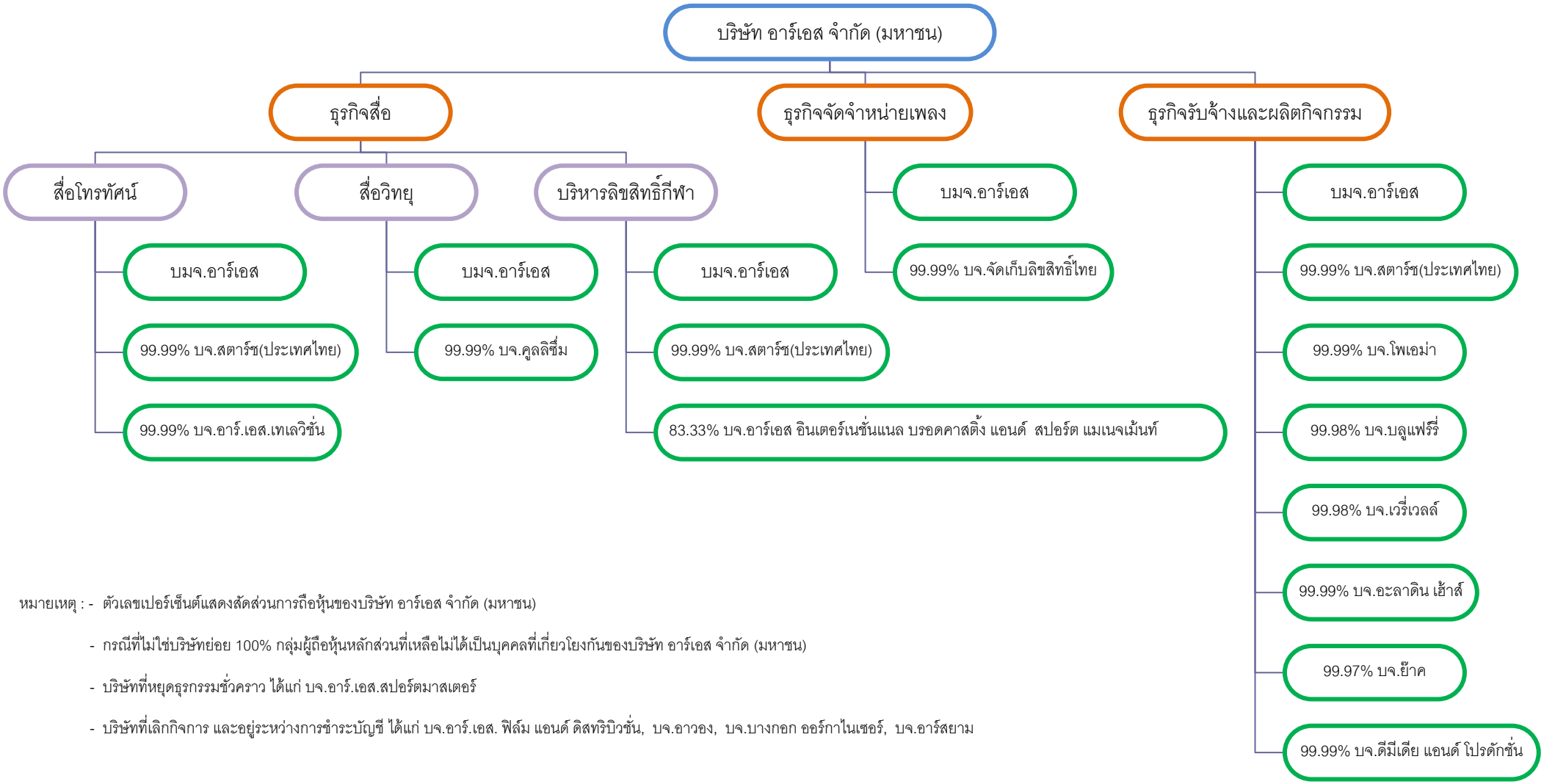
บริษัทย่อยในเครือของบริษัท ที่ลงทุนเองร้อยละ 100 และดำเนินธุรกิจอยู่ ประกอบด้วย

- บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด (99.99%) ดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์
- บริษัท สตาร์ซ (ประเทศไทย) จำกัด (99.99%) ดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ และรับจ้างจัดกิจกรรม
- บริษัท คูลลิซึ่ม จำกัด (99.99%) ดำเนินธุรกิจผลิตรายการวิทยุและรับจ้างจัดกิจกรรม
- บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด (99.99%) ดำเนินธุรกิจจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์
- บริษัท โพเอม่า จำกัด (99.99%) ดำเนินธุรกิจรับจ้างจัดกิจกรรม
- บริษัท อะลาดิน เฮ้าส์ จำกัด (99.99%) ดำเนินธุรกิจรับจ้างจัดกิจกรรม
- บริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด (99.98%) ดำเนินธุรกิจรับจ้างจัดกิจกรรม
- บริษัท เวรี่เวลล์ จำกัด (99.98%) ดำเนินธุรกิจรับจ้างจัดกิจกรรม
- บริษัท ย๊าค จำกัด (99.97%) ดำเนินธุรกิจรับจ้างจัดกิจกรรม
- บริษัท ดี มีเดีย แอนด์ โปรดักชั่น จำกัด (99.99%) ดำเนินธุรกิจรับจ้างจัดกิจกรรม

บริษัทย่อยในเครือของบริษัท ที่ลงทุนเองร้อยละ 83.33 ประกอบด้วย

- บริษัท อาร์เอส อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง แอนด์ สปอร์ต แมเนจเม้นท์ จำกัด ดำเนินธุรกิจให้บริการและรับจ้างจัดกิจกรรมด้านการกีฬา

โครงสร้างของกลุ่มบริษัทเป็นดังนี้



หมายเหตุ : - ตัวเลขเปอร์เซ็นต์แสดงสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

- กรณีที่ไม่ใช่บริษัทย่อย 100% กลุ่มผู้ถือหุ้นหลักส่วนที่เหลือไม่ได้เป็นบุคคลที่เกี่ยวโยงกันของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)
- บริษัทที่หยุดธุรกรรมชั่วคราว ได้แก่ บจ.อาร์.เอส.สปอร์ตมาสเตอร์
- บริษัทที่เลิกกิจการ และอยู่ระหว่างการชำระบัญชี ได้แก่ บจ.อาร์.เอส. ฟิล์ม แอนด์ ดิสทริบิวชั่น, บจ.อาวอง, บจ.บางกอก ออร์กาไนเซอร์, บจ.อาร์สยาม

หมายเหตุการประกอบธุรกิจ

ในปี 2558 บจ.สตาร์ซ (ประเทศไทย) ประกอบธุรกิจต่างๆให้อาร์เอส ดังนี้

1. ธุรกิจสื่อ

   1.1 สื่อโทรทัศน์ ออกอากาศช่อง Sun Channel และ ช่องเพลินทีวี

   1.2 บริหารลิขสิทธิ์กีฬา กล่องรับสัญญาณ Sunbox

2. ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม อาทิ คอนเสิร์ตมหัศจรรย์ความคิดถึง D2B Encore Concert 2015 กิจกรรมช่อง 8 พบเพื่อน คอนเสิร์ตเพลินกรุง เป็นต้น

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจในปัจจุบันของกลุ่มอาร์เอส ประกอบด้วย 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจสื่อ ธุรกิจจัดจำหน่ายเพลง และธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม

โครงสร้างรายได้

ประเภทรายได้	2556 (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	2557 (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	2558 (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
กลุ่มธุรกิจสื่อ	1,986.3	57%	3,356.8	78%	2,246.1	60%
กลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายเพลง	777.2	22%	457.8	11%	375.0	10%
กลุ่มธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม	692.6	20%	458.5	10%	796.0	21%
รายได้จากธุรกิจอื่น	5.5	1%	33.3	1%	311.6	9%
รวมรายได้	3,461.5	100%	4,306.5	100%	3,728.7	100%

2.1 ธุรกิจสื่อ

ธุรกิจสื่อของอาร์เอส ประกอบด้วย 2 สื่อหลัก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ

2.1.1 ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจทีวีดิจิตอลช่อง 8 และโทรทัศน์ดาวเทียมจำนวน 3 ช่อง ได้แก่ ช่อง 2 ช่องสบายดีทีวี และ ช่อง YOU Channel ซึ่งมีรูปแบบ คอนเซ็ปต์ และกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนี้

ช่อง 8

ช่อง 8 คือช่องรายการวาไรตี้ ภายใต้คอนเซปต์ เพื่อนคุณทุกที่ ทีวีของทุกคน นำเสนอผลงานที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้ชมทุกเพศทุกวัย ด้วยการผลิตและสร้างสรรค์ความบันเทิงแบบครบทุก

รูปแบบ โดยวางคอนเซ็ปต์ให้เป็นฟรีทีวีที่เข้าถึงผู้คนได้หลากหลายเพศและวัย คือ มีรายการที่หลากหลาย โดยจุดแข็งของช่องจะอยู่ที่การนำเสนอละครใหม่ออกอากาศเป็นครั้งแรก (First Run) โดยในปี 2558 ช่อง 8 มีละครใหม่ออกอากาศเป็นครั้งแรก จำนวน 10 เรื่อง ได้แก่ แหวนทองเหลือง แม้เลือกเกิดได้ ลิเก หมัดสั่ง เพลิงพ่าย คุณหญิงนอกทำเนียบ เจ้าสาวเฉพาะกิจ ดอกซ่อนชู้ สุดแต่ใจจะไขว่คว้า มงกุฎริษยา และสุภาพบุรุษซาตาน ละครซีรีย์ส์จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ หลวงพี่ดิจิตอล ลุ้นรักข้ามรั้ว และเรื่องเล่าเขย่าขวัญ

นอกจากนี้ยังมีรายการต่างๆในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ รายการกีฬา “8 Max มวยไทย” “มวยไทยตัดเชือก” “HBO Boxing” “UFC มวยกรง 8 เหลี่ยม” รายการข่าว “คุยข่าว8” “ข่าวเย็น8" รายการข่าวบันเทิง “บันเทิง108” รายการทอล์กโชว์ “ปากโป้ง” “เอ๊กโชว์ รายการประกวดร้องเพลง “เสียงสวรรค์พิชิตฝัน” “ร้องแลกไลค์ ไทยแลนด์” รายการวาไรตี้ “จิ๋วซ่า” “ดาวประจำเมือง” รายการเกมส์โชว์ “The Infinity เกมไม่รู้จบ” “บิ๊กเฮง” คอนเสิร์ตต่างๆ รวมไปถึงการนำภาพยนตร์ทั้งในและต่างประเทศ มาออกอากาศหมุนเวียนกันไปตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งละครใหม่และรายการต่างๆเหล่านี้ ได้สร้างกระแสความสนใจให้ทั้งผู้ชมและลูกค้าผู้ลงโฆษณาให้รู้จักช่อง 8 ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ทั้งนี้สะท้อนได้จากเรทติ้งครองอันดับที่ 4 ของประเทศ จากการสำรวจของ AGB Nielsen Media Research เดือนธันวาคม 2558

ช่อง 2

สถานีโทรทัศน์ช่อง 2 ภายใต้คอนเซ็ปต์ “ช่อง2 บันเทิงมาเต็ม” สถานีโทรทัศน์ที่มีครบทุกความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิง ที่ขับเคลื่อนด้วยกองทัพนักข่าวและผู้ประกาศมืออาชีพเต็มรูปแบบ เพื่อเฝ้าจับตาและรายงานสดทุกสถานการณ์บันเทิงที่เกิดขึ้นจริงแบบชั่วโมงต่อชั่วโมง ลงสนามทุกพื้นที่เพื่อรายงานสดแบบเจาะลึก เปิดพื้นที่ให้ทุกคนได้มาชี้แจงทุกประเด็นที่ตกเป็นข่าว ทั้งหมดเพื่อให้ผู้ชมช่อง 2 ไม่พลาดทุกข่าวบันเทิง ทุกที่ ทุกเวลา โดยมีรายการข่าวและรายการวาไรตี้ ที่ได้รับความนิยม อาทิ จุดเดือด เปิดโปง สดใหม่ไทยแลนด์ โชว์แตกฟอง เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้เพิ่มความแข็งแรงของช่อง ด้วยการนำคอนเทนต์ละครดังจากอาร์เอส อาทิ “เมียเถื่อน” และ ทองประกายแสด” มาออกอากาศใน 3 ช่วงเวลา เพื่อขยายฐานกลุ่มผู้ชมให้กว้างมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงสื่อโปรโมทที่ครอบคลุม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการสนับสนุนจากเหล่าพันธมิตรมากมายที่ให้การตอบรับเป็นอย่างดี

ช่อง สบายดีทีวี

ช่องสบายดีทีวีจับกลุ่มเป้าหมายผู้ชื่นชอบเพลงไทย ในหลากหลายแนวเพลง ไม่เพียงแต่จำกัดเฉพาะเพลงลูกทุ่งเท่านั้น ยังมีเพลงแนวเพื่อชีวิต เพลงฮิตในอดีต เพลงเก่าหาฟังยาก เพลงสตริง รวมทั้งเพลงใต้ดินที่เปิดโอกาสให้คนทำเพลงได้มีที่เผยแพร่ผลงาน ภายใต้สโลแกน “เพลงไทยหลากสไตล์ ดูสบายทั้งครอบครัว”

ด้วยจุดแข็งของช่องสบายดีทีวี ที่ดูแลการผลิตและบริหารคอนเทนต์เองภายใต้ค่ายเพลงอาร์สยาม จึงทำให้มีจุดแข็งในการนำเสนอรายการได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งในเชิงลึกและเชิงกว้าง สามารถดึงศักยภาพของศิลปินมาใช้ได้อย่างเต็มที่ ควบคู่ไปกับการคัดสรรผู้ดำเนินรายการที่มีเอกลักษณ์เป็นที่จดจำและชื่นชอบกับคนหลากหลายกลุ่ม จึงทำให้ช่องสบายดีทีวี เป็นช่องที่สามารถรับชมได้อย่างเพลิดเพลิน สนุกสนานได้ตลอดทั้งวัน และสามารถสื่อสารถึงกันผ่านข้อความมือถือ (sms) และภาพหน้าจอ (display) ได้ตลอดเวลา

ช่อง YOU Channel

ช่อง YOU Channel ช่องรายการที่มาพร้อมคอนเซ็ปต์ “ช่องเพลงไทยสากลของคนทั้งชาติ” ตอบโจทย์กลุ่มผู้ชมและผู้ฟังที่มีหัวใจรักในเสียงดนตรีทุกเพศ ทุกวัย นำเสนอคอนเทนต์ในรูปแบบของมิวสิควีดีโอหรือภาพคอนเสิร์ตของศิลปินที่หลากหลาย เพื่อสร้างกระแสนิยม และเป็นช่องทางในการโปรโมทศิลปินในเครืออาร์เอส

การตลาดและการแข่งขัน

ในปี 2558 อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ในปีนี้ มีการแข่งขันเพื่อแย่งชิงสายตาคนดูและเม็ดเงินโฆษณามีความรุนแรงมากขึ้นกว่าในอดีต เนื่องจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ได้จัดให้มีการประมูลใบอนุญาตดิจิตอลทีวีประเภทธุรกิจจำนวน 24 ใบอนุญาต ทำให้มีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นมากมาย ช่อง 8 ในฐานะที่เป็นช่องที่มีประสบการณ์ในการทำสื่อโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน จากการที่เคยอยู่ในธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมมาก่อนเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปี ทำให้บริษัทฯ มีความรู้ความสามารถ ผลิตผลงานที่มีคุณภาพได้ถูกใจผู้ชมเป็นอย่างดี

ถึงแม้ว่าการเกิดขึ้นของดิจิตอลทีวีในประเทศไทยจะทำให้หลายฝ่ายต่างให้ความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นผู้ชมหรือลูกค้าผู้ลงโฆษณาที่ต่างเทเม็ดเงินโฆษณาเข้ามาในอุตสาหกรรมดิจิตอลทีวี แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันผู้ชมส่วนใหญ่ ประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ของประเทศยังคงรับชมช่องโทรทัศน์ผ่านทางทีวีดาวเทียม ดังนั้นบริษัทฯจึงยังคงเล็งเห็นโอกาสและความสำคัญในธุรกิจทีวีดาวเทียม ทั้งช่อง 2 และสบายดีทีวี จึงก้าวเข้ามาเป็นผู้นำในธุรกิจทีวีดาวเทียมของประเทศไทย

กลยุทธ์การตลาด

1) **กลยุทธ์การกำหนดตราสินค้าของบริษัท และจุดยืนทางการตลาด** (positioning) **ของรายการ**

บริษัทฯ ได้กำหนดตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจไว้อย่างชัดเจน ในรายการแต่ละประเภท การสื่อสารภาพลักษณ์ของบริษัทฯ และการออกแบบรายการมุ่งเน้นตอบสนองกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ โดยพิจารณาพฤติกรรมของผู้ชมแต่ละกลุ่ม และกระแสที่กำลังเป็นที่นิยม ทั้งนี้สอดรับกับกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งมีความเข้มแข็งและมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดสูง

2) **กลยุทธ์การใช้จุดแข็งทางการแข่งขันของกลุ่มอาร์เอสมาเป็นองค์ประกอบหลักในการผลิตเพื่อให้ได้รายการที่มีคุณภาพ**

นอกจากกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ชัดเจน การออกแบบและผลิตรายการให้มีคุณภาพนั้น บริษัทฯยังได้นำจุดแข็งทางการแข่งขันขององค์กรในกลุ่มตลาดวัยรุ่นและตลาดเพลงลูกทุ่ง ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีความสามารถในการซื้อสูง ทั้งในด้านศิลปิน นักร้องนักแสดง พิธีกรในสังกัด เพลง และคอนเทนต์อื่นๆ โดยนำมาใช้เป็นองค์ประกอบหลักในการผลิตรายการ เมื่อผนวกเข้ากับจุดแข็งของทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์การในการผลิตสื่อรายการโทรทัศน์และสื่อวีดีทัศน์แล้วทำให้ผลงานการผลิตมีคุณภาพและมีผลตอบรับที่ดี

3) **กลยุทธ์การกำหนดรูปแบบการขายเพื่อสร้างคุณค่าสูงสุดให้กับลูกค้า**

การออกแบบการขายสื่อโฆษณาเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างคุณค่าสูงสุดให้กับลูกค้า ในลักษณะของการขายแบบแพ็คเกจ คือ การขายเวลาโฆษณาร่วมกับการทำกิจกรรมทางการตลาดควบคู่กันไป เพื่อเป็นการช่วยตอกย้ำและสร้างการรับรู้แบรนด์ให้กับลูกค้า โดยทีมงานมุ่งเน้นการสร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาดในแนวความรับผิดชอบต่อสังคม(Corporate Social Responsibility) เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าที่มีต่อผู้บริโภคโดยนำมาเสนอในรายการให้ดูกลมกลืนแนบเนียนไปกับตัวรายการ และสามารถสื่อสารคุณสมบัติของสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการออกแบบแพ็คเกจของสื่อโฆษณาลงในหลายๆรายการร่วมกันเพื่อให้การใช้งบประมาณโฆษณาของลูกค้าคุ้มค่าสูงสุด

4) **กลยุทธ์การสร้างคุณภาพรวมเพื่อเป็นที่ยอมรับของลูกค้า**

มุ่งเน้นการสร้างคุณภาพรวมในทุกส่วนงานของบริษัทฯเพื่อให้เป็นที่ยอมรับและไว้วางใจจากลูกค้า ไม่เฉพาะแต่ในส่วนของคุณภาพการผลิตที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าแต่ยังรวมถึงด้านการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย เช่น การตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วและถูกต้อง การรับฟังและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า เป็นต้น

5) **กลยุทธ์การพัฒนารูปแบบรายการเพื่อตอบสนองรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย**

มีการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ชมเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนารูปแบบการผลิต ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมและลูกค้าเพื่อเพิ่มความนิยมในตัวรายการ และเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง

6) **กลยุทธ์การบริหารการจัดการและการบริหารต้นทุน**

วางโครงสร้างให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารจัดการ และการบริหารต้นทุน โดยใช้พนักงานของบริษัทฯ ในการผลิตงานส่วนหนึ่ง และใช้การจ้างงานบุคลากรภายนอก (Outsourcing) อีกส่วนหนึ่ง

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การเกิดขึ้นของดิจิตอลทีวีทำให้มีผู้เล่นรายใหม่มากขึ้น การแย่งชิงบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ จึงเกิดขึ้นอย่างรุนแรงและหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯได้มีแผนการป้องกันความเสี่ยงโดยมีการเซ็นต์สัญญาบุคลากรต่างๆ ทั้งผู้เขียนบท ผู้กำกับ และนักแสดง ทั้งนี้ บริษัทฯยังมีการคัดสรรบุคลากรทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังที่มีศักยภาพ มีความเชี่ยวชาญ และเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย โดยในส่วนของบุคลากรเบื้องหน้า มุ่งเน้นที่ศิลปินนักแสดงในสังกัดของกลุ่มอาร์เอส และ

อีกส่วนหนึ่งได้มาจากการคัดเลือกนักแสดง และศิลปินอิสระ สำหรับทีมงานผลิตนั้น ในส่วนของการสร้างสรรค์รูปแบบงานและการควบคุมการผลิต เป็นการจัดการโดยทีมงานของบริษัทฯ ส่วนของการดำเนินการผลิตอยู่ในรูปแบบของพนักงานภายในส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งเป็นการจ้างผลิต

2.1.2 ธุรกิจสื่อวิทยุ

บริษัทดำเนินธุรกิจผ่านระบบคลื่นความถี่ระบบ F.M. 93.0 MHz ภายใต้แบรนด์ COOL Fahrenheit 93 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สถานีวิทยุ	COOL Fahrenheit 93
ผู้ให้สัมปทานคลื่นวิทยุ	สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ
วันและเวลาออกอากาศ	24 ชั่วโมง
สัญญาณส่งครอบคลุมพื้นที่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล
แนวคิด (Concept)	50 Minutes Music Freeze Your Mind
กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลัก	นักศึกษา คนทำงาน อายุระหว่าง 20-34 ปี

สถานีวิทยุ COOL Fahrenheit 93 (F.M. 93.0 MHz)

COOL Fahrenheit 93 ดำเนินตามนโยบายของบริษัทฯ ในการประกอบกิจการวิทยุเชิงพาณิชย์เต็มรูปแบบ โดยยังคงเน้นรักษาความนิยมของสถานีไว้ และขยายฐานผู้ฟังให้กว้างขึ้น จนทำให้ในปัจจุบัน COOL Fahrenheit 93 ยังคงรักษาฐานผู้ฟังที่ชัดเจนและความนิยมในการรับฟังไว้ได้จนสามารถครองความนิยมในอันดับสูงของกลุ่มเป้าหมายจากการสำรวจ ของ AGB Nielsen Media Research ส่งผลให้ลูกค้าบริษัทโฆษณา และบริษัทเจ้าของสินค้า ยังคงความมั่นใจในการใช้สื่อโฆษณาของบริษัทต่อไป

รูปแบบของรายการวิทยุ

COOL Fahrenheit 93 คลื่นที่นำเสนอเพลงไทยสากลในแนว EASY LISTENING ที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ฟังสูงสุดและเป็นรายการวิทยุคลื่นแรกที่สร้างปรากฏการณ์การนำเสนอเพลงเพราะต่อเนื่องมากที่สุด 50 นาที “50 Minutes Music Freeze your mind” โดยทุกๆบทเพลงเพราะได้ผ่านการคัดสรรจากผลสำรวจความนิยมของผู้ฟังอย่างแท้จริง พร้อมด้วยทีมคูลเจมืออาชีพที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มคนฟัง และการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองไลฟสไตล์และเปิดโลกทัศน์ของกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ COOL Fahrenheit 93 เป็นคลื่นอันดับ 1 บนหน้าปัดวิทยุของคนทำงานอย่างเป็นเอกฉันท์จากการสำรวจของ AGB Nielsen Media Research ด้วยกลยุทธ์การตลาดที่ไม่หยุดนิ่ง

ด้วยเหตุนี้ COOL Fahrenheit 93 จึงเป็นรายการวิทยุยอดนิยมจากการสำรวจความนิยมบนหน้าปัด ของ AGB Nielsen Media Research และได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ต่อเนื่องยาวนานกว่า 10 ปี ตั้งแต่ปี 2545 จนกระทั่งปัจจุบันนี้ (ข้อมูลเดือนธันวาคม 2558) ในกลุ่มรายการวิทยุประเภท Easy listening ของกลุ่มคนทำงาน (20 – 34 ปี)

การตลาดและการแข่งขัน

ในปัจจุบันถึงแม้ว่ากลุ่มผู้ฟังจะมีพฤติกรรมการฟังเพลงผ่านวิทยุน้อยลง แต่อย่างไรก็ตามยอดผู้ฟังที่มีการฟังเพลงออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และอุปกรณ์สมาร์ทโฟนนั้นมีมากขึ้น โดย COOL Fahrenheit 93 มียอดผู้ฟังที่ฟังเพลงผ่านทางเว็บไซต์ และแอพพลิเคชั่น เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงช่องทางการติดต่อสื่อสาร ยอดติดตาม (Follow) ยอดการรับชม (View) ผ่านทางโซเชียลมีเดียก็มีมากขึ้นตามลำดับ

การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อวิทยุยังคงมีอยู่สูงเนื่องจากงบประมาณโฆษณาที่มีจำกัด ทำให้ลูกค้าจะเลือกซื้อเวลาโฆษณาจากรายการวิทยุที่ได้รับความนิยมสูงเป็นปัจจัยหลัก แต่ในขณะเดียวกัน กลยุทธ์ด้านราคานั้นก็มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อโฆษณาสูง เนื่องด้วยจะทำให้ลูกค้าสามารถได้เวลาโฆษณามากขึ้น หรือ ได้รูปแบบโฆษณาที่หลากหลายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การขายของแต่ละบริษัทที่จะจูงใจให้ลูกค้าเห็นว่าคุ้มค่ากับเงินที่ใช้ไปสูงที่สุด

กลยุทธ์การตลาด

1) **กลยุทธ์นโยบายความคุ้มค่า** (Value for money) เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับงบประมาณที่ลูกค้ามีอยู่เพื่อการโฆษณา ในลักษณะของการขายแบบแพ็คเกจ คือ การขายเวลาโฆษณาร่วมกับการจัดกิจกรรมทางการตลาดซึ่งมีผลต่อการส่งเสริมการขายอย่างเป็นรูปธรรมและคุ้มค่าต่อการลงทุน

2) **กลยุทธ์การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย** จากสภาวะการแข่งขันอย่างเข้มข้นของธุรกิจวิทยุที่ต้องการสร้างความแตกต่างของรายการให้เกิดขึ้น เพื่อเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งต่อคลื่นวิทยุและต่อลูกค้าและสินค้าที่ร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ดังนั้นการขายเวลาโฆษณาอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และต่อการสร้างแบรนด์ของบริษัทฯและคลื่น ด้วยเหตุนี้ทางบริษัทฯจึงมีการปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินการให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยมีกลยุทธ์การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Synergy) กับพันธมิตรในด้านต่างๆโดยการเข้าร่วมเป็นสื่อพันธมิตร (Media Partner) ให้กับกิจกรรมหรือคอนเสิร์ตที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกัน รวมถึงการเพิ่มมูลค่าของสินค้าโดยมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทำร่วมกันระหว่างรายการและผู้ฟัง

กิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งหมดนี้ บริษัทฯจะเน้นกิจกรรมที่มีคุณภาพที่สามารถให้สาระและบันเทิงกับผู้ร่วมกิจกรรมและในขณะเดียวกันยังสามารถตอบสนองนโยบายการตลาดของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความชัดเจนและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้บริษัทฯสามารถสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้แล้วบริษัทฯยังใช้ศักยภาพของฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯเพื่อเผยแพร่กิจกรรมของรายการวิทยุในสังกัด และกิจกรรมของลูกค้าให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์และการโฆษณาในสื่ออื่นๆ เช่น รายการโทรทัศน์ นิตยสาร สื่อกลางแจ้ง สื่อเคลื่อนที่ ฯลฯ อีกด้วย

3) **กลยุทธ์การให้บริการวางแผนโฆษณา** บุคลากรของบริษัทฯเป็นผู้ที่อยู่ในสายงานวิทยุมาเป็นเวลานาน มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจสื่อวิทยุเป็นอย่างดี สามารถให้คำปรึกษากับลูกค้าในการวางแผนการบริหารสื่อให้มีคุณภาพมากที่สุด และการเลือกซื้อเวลาโฆษณาหรือแพ็คเกจโฆษณาที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของลูกค้าและกลุ่มผู้ฟังรายการ บริษัทฯมีการวางแผนโฆษณาโดยสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษเฉพาะกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและข้อจำกัดของสินค้าแต่ละประเภท ซึ่งบริษัทฯได้ใช้นโยบายการเป็นคู่ค้าร่วมกับผลิตภัณฑ์ในการวางแผนโฆษณาเช่นนี้กับสินค้าทุกรายที่สนับสนุนรายการ เพื่อสร้างแรงจูงใจและเกิดความคุ้มค่าสูงสุดในการเลือกใช้บริการสื่อของบริษัทฯ

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. **นักจัดรายการวิทยุ และบุคลากรฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์**

บริษัทฯได้สร้างนวัตกรรมใหม่ของวงการวิทยุโดยนักจัดรายการวิทยุแต่ละคนจะต้องเพิ่มศักยภาพของตนเองให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะจะต้องมีเรื่องของความรู้เบื้องต้นทางการตลาด และรู้จักการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งนักจัดรายการ จะเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการสร้างความนิยมให้แก่

สถานี โดยต้องเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการโต้ตอบกับผู้ฟังและมีความรู้เกี่ยวกับเพลงและหลักการทางการตลาดในเบื้องต้นเป็นอย่างดี อีกทั้งยังต้องผ่านการฝึกอบรม พัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อสามารถใช้เครื่องมือและซอฟต์แวร์ทันสมัยได้อย่างคล่องตัว สามารถดำเนินรายการตามรูปแบบของรายการที่วางไว้ให้สอดคล้องกับรสนิยมของกลุ่มฟังเป้าหมาย และปัจจุบันนักจัดรายการของบริษัทฯยังต้องเป็นผู้มีทักษะในการเป็นผู้ดำเนินรายการภาคสนามในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อรองรับงานกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายอีกทางหนึ่งด้วย

2. ระบบการออกอากาศ

บริษัทได้เลือกใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการควบคุมการออกอากาศแบบอัตโนมัติซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่เป็นมาตรฐานสากล และมีการอัพเดทซอฟต์แวร์อย่างต่อเนื่อง เพื่อความทันสมัย และคุณภาพในการออกอากาศมากที่สุด

2.2 ธุรกิจจัดจำหน่ายเพลง

ธุรกิจจัดจำหน่ายเพลงของอาร์เอส มีการดำเนินงานในลักษณะครบวงจร ครบทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน ตั้งแต่การคัดเลือกศิลปิน การทำงานเพลง การทำการโปรโมท การวางกลยุทธ์สื่อและการตลาด การบริหารศิลปิน และการบริหารคอนเทนต์เพลง ทั้งในแง่ตัวศิลปิน ตัวงานเพลง ในรูปแบบทั้งดิจิตอลคอนเทนต์ และการขายแผ่นเพลง โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1) การวางโครงสร้างการประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเพลง (Business Model) เนื่องจากอาร์เอสมีศิลปินจำนวนมากทำให้สามารถผลิตผลงานเพลงได้หลากหลายเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้ครบทุกกลุ่มและสามารถผลิตผลงานออกสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่อง การทำงานเพลงจะเริ่มต้นจากการนำเสนอแนวความคิด คอนเซปต์ของงาน และกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายต่อคณะกรรมการบริหารธุรกิจจัดจำหน่ายเพลง (Music Business Management Board) เพื่อพิจารณาอนุมัติในหลักการ โดยแผนการผลิตแต่ละเพลงจะแตกต่างกันไปตามประเภท และประมาณการยอดขายของแต่ละเพลงเป็นสำคัญ หลังจากนั้นการทำงานเพลงจะดำเนินการอย่างอิสระโดยทีมงานในแต่ละค่ายเพลง โดยทีมงานจะดำเนินการทั้งแผนการประชาสัมพันธ์ การวางกลยุทธ์การโปรโมท และนำมาประสานงานร่วมกับหน่วยงานจัดจำหน่าย เพื่อทำให้ผลงานที่ออกมาผ่านการวางแผนและการกลั่นกรองทุกขั้นตอน ดังนั้นคุณภาพของผลงานจะตรงกับความต้องการและกระแสความนิยมของตลาดในปัจจุบัน

2) การวางนโยบายการผลิตผลงานในจำนวนที่เหมาะสม เน้นการให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลงาน และการดูแลสินค้าเมื่อออกสู่ตลาดอย่างใกล้ชิดตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ทำให้การผลิตผลงานแต่ละชุดเป็นไปตามการวางแผนในขั้นต้น และมียอดขายเป็นไปตามการคาดการณ์

3) การใช้ประโยชน์จากสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ ทั้งสื่อโทรทัศน์ฟรีทีวีและโทรทัศน์ดาวเทียม สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ทั้งทางเว็บไซต์ และโซเชียลมีเดียต่างๆ ของบริษัทฯ และบริษัทในเครือเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ผลงานมีประสิทธิภาพ และเป็นการใช้สื่อที่มีอยู่ทั้งหมดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

4) การมีระบบการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ สามารถกระจายสินค้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ทั้งในรูปแบบของดิจิตอลคอนเทนต์และ แผ่นเพลงมีการติดตามการทำงาน และบริหารระบบการจัดจำหน่ายอย่างใกล้ชิด

5) การบริหารจัดการลิขสิทธิ์งานเพลงที่มีอยู่อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับบริษัท

6) การวางนโยบายในการเปิดโอกาสให้กับกลุ่มศิลปินใหม่ นักแต่งเพลง และช่องทางสร้างสรรค์งานเพลงรูปแบบใหม่ เพื่อพัฒนาและยกระดับงานเพลงของกลุ่มอาร์เอสให้ทันสมัย และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายตลอดเวลา

โดยที่การประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเพลง มีรายได้หลักจาก 3 แหล่งดังนี้

1) รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เพลงในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางระบบดิจิตอล (Digital Content) ไม่ว่าจะเป็นการดาวน์โหลดเพลง (Download) การดาวน์โหลดเสียงเรียกเข้าผ่านทางโทรศัพท์ (Ring tone) การเลือกซื้อเพลงรอสายผ่านเครือข่ายของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Ring Back Tone) การดาวน์โหลดเพลง (Full Song) ผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น iTunes หรือผ่านเครือข่ายของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (WAP) การฟังเพลงในรูปแบบ Online Streaming ผ่านระบบ Deezer การฟังเพลงและดูมิวสิควิดีโอออนไลน์ผ่าน YouTube และในปี 2558 กับการเป็นพันธมิตรกับ Line โดยเริ่ม แพลตฟอร์มการฟังเพลงใหม่อย่าง Line Music ที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีอีกด้วย

2) รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เพลงในรูปแบบของซีดีเพลง (CD), MP3 ทั้งในรูปแบบการรวมฮิตซิงเกิ้ลใหม่และการรวมฮิตเพลงเก่าในรูปแบบต่างๆ รวมไปถึงวีซีดี (VCD) และ ดีวีดี (DVD) บันทึกภาพการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินต่างๆ ทั้งเพลงไทยสากลและลูกทุ่ง

3) รายได้จากการจัดเก็บลิขสิทธิ์เพลง โดยบริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด หรือในชื่อย่อว่า TCC (Thai Copyright Collection CO., LTD.) เป็นบริษัทในเครือที่ทำหน้าที่จัดเก็บลิขสิทธิ์ผลงานต่างๆ ที่ถูกนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ให้กับบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

ศิลปินนักร้องในสังกัด (Artist /Singer)

ปัจจุบันบริษัทฯ มีศิลปินนักร้องเพลงไทยสากล และเพลงไทยลูกทุ่ง ประกอบด้วยศิลปินเดี่ยวและศิลปินกลุ่ม ซึ่งสามารถนำเสนองานเพลงที่หลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ ตัวอย่างศิลปินในอาร์เอส ได้แก่

ศิลปินเพลงไทยสากล เช่น เฟย์ ฟาง แก้ว, ธามไท, เนโกะ จั๊มป์, ขนมจีน, หวาย, แจ็ค, เอก สุระเชษฐ์, Alarm 9, เล้าโลม, เคลิ้ม เป็นต้น

ศิลปินเพลงไทยลูกทุ่ง เช่น ใบเตย อาร์สยาม, จ๊ะ อาร์สยาม, กุ้ง สุธิราช, กระแต อาร์สยาม, บ่าววี, จินตหรา พูนลาภ, บีทเติ้ล, กลุ่มศิลปินสโมสรชิมิ เป็นต้น

การตลาดและการแข่งขัน

ในปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมการฟังเพลงที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยมีตัวแปรที่สำคัญคือการใช้งานอินเตอร์เน็ตและการเพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลายของอุปกรณ์สมาร์ทโฟน (Smartphone) ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาฟังเพลงออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ และฟังเพลงบนอุปกรณ์สมาร์ทโฟนกันมากขึ้น และผู้บริโภคมีการซื้อสินค้าประเภทแผ่นเพลงลดลง ดังนั้นบริษัทฯ จึงต้องให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น ต้องมีช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงโดยไม่จำเป็นจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์แผ่นเพลงเสมอไป

นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เพลง ที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางผ่านทางระบบออนไลน์หรือระบบดิจิตอล เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงช่องทางการดาวน์โหลดผิดกฎหมายได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ซึ่งธุรกิจจัดจำหน่ายเพลงทั่วโลกมีแนวโน้มหดตัวลงทุกปี โดยเฉพาะการลดลงของรายได้จากการขายแผ่นเพลง ทำให้บริษัทผู้ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเพลงรายย่อยหรือค่ายเพลงขนาดเล็กดำเนินธุรกิจได้ยาก บางครั้งถึงขั้นต้องปิดกิจการไป

อย่างไรก็ดี บริษัทฯได้มีการปรับโครงสร้างธุรกิจจัดจำหน่ายเพลงครั้งใหญ่ โดยมีการควบรวมธุรกิจจัดจำหน่ายเพลงสตริงและเพลงลูกทุ่งมาไว้ด้วยกัน อยู่ภายใต้ผู้บริหารคนเดียวกัน และใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อลดต้นทุนบางส่วนลง รวมถึงบริษัทฯ ยังได้มีการลดจำนวนสินค้าคงคลังของแผ่นเพลง เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอีกด้วย

2.3 ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม

รายได้จากธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม มาจาก 2 ส่วน ได้แก่ การจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด และการบริหารศิลปิน

การจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด

ประเภทของธุรกิจการแสดง และ กิจกรรมการตลาด เป็นอีกรูปแบบหนึ่งในประเทศไทยที่มีการขยายตัว อย่างรวดเร็ว เป็นผลให้ลูกค้าบริษัทโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้า มีการจัดสรรงบประมาณในแง่ของกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย (Below the line) มากขึ้น

อาร์เอสมีความเชี่ยวชาญในการจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด ผลิตผลงานได้สอดคล้องกับแผนการตลาดของลูกค้าที่ลงทุนในสื่อกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย ประเภทการแสดง และ อีเวนต์ โดยมีการเสนอแผนงาน รูปแบบสื่อกิจกรรมบันเทิงต่างๆ ให้มีความต่อเนื่องและส่งผลต่อธุรกิจในระยะยาวได้

สำหรับธุรกิจการจัดคอนเสิร์ต และ กิจกรรมการตลาด ในประเทศไทยจะจัดแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. กลุ่มบริษัทประเภทจัดงานแสดง (Presentation) และผู้รับจ้างจัดอีเวนต์ (Event Organizer) ที่ให้บริการรับจัด อีเวนต์ทั่วไปให้กับสินค้าและบริการ

2. กลุ่มบริษัทประเภท ผู้สนับสนุนอีเวนต์ระดับท้องถิ่น (Local Event Promoter) ที่ให้บริการจัดการแสดง โชว์ คอนเสิร์ต โดยเป็นผู้ลงทุนในการทำตลาด จัดงานเอง และ / หรือ ร่วมกับบริษัทอื่นๆ ในประเทศ

3. กลุ่มบริษัทประเภท ผู้สนับสนุนอีเวนต์ระหว่างประเทศ (International Event Promoter) ที่ให้บริการจัดการแสดง โชว์ คอนเสิร์ต โดยผู้ลงทุน และให้บริการในการทำแผนตลาด จัดงานเอง และ / หรือ ร่วมกับบริษัทอื่น โดยเป็นผู้คัดสรรงานเพื่อมาทำตลาดในประเทศ

การจัดคอนเสิร์ต และ กิจกรรมการตลาดในประเทศไทย มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการ ทั้งบริษัทที่มีขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ เป็นจำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกันธุรกิจนี้ก็มีโอกาสทางด้านธุรกิจสูง เนื่องจากแผนการตลาดส่วนใหญ่ของสินค้าต่างๆ จะจัดสรรงบประมาณของกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย เพิ่มขึ้นทุกๆ ปีเช่นกัน

อาร์เอสเป็นบริษัทบันเทิงขนาดใหญ่ ซึ่งมีข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด เนื่องจากมีศิลปิน นักร้อง ที่ได้รับความนิยมอยู่ในสังกัดเป็นจำนวนมาก อีกทั้งมีธุรกิจสื่อครบวงจร ทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ ทำให้มั่นใจได้ว่าการจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาดกับบริษัทฯจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหารศิลปิน

เนื่องจากอาร์เอสดำเนินธุรกิจบันเทิงแบบครบวงจรมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน พบว่ามีศิลปินนักแสดงในสังกัดมากมาย ซึ่งศิลปินและนักแสดงเหล่านี้ถือเป็นสินทรัพย์ของอาร์เอส ที่สร้างมูลค่าและเป็นตัวแทนของบริษัทฯในการเข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรอื่นๆ รวมทั้งการรับงานหลังจากออกอัลบั้มและโปรโมทผลงานเพลงจนเป็นที่นิยมแล้ว

การบริหารศิลปิน คือ การจัดการงานต่างๆเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ตัวศิลปิน มุ่งเน้นในการสร้างงานเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับศิลปินในสังกัด นอกเหนือจากการออกผลงานเพลงหรือผลงานแสดงตามปกติ โดยผลงานเหล่านี้จะต้องสอดคล้องและเกื้อหนุนให้ภาพลักษณ์ของศิลปินดีขึ้นหรือชัดเจนขึ้น ซึ่งงานที่กล่าวมาข้างต้น ได้แก่ การจัดแสดงคอนเสิร์ตทั้งในประเทศและต่างประเทศ งานโชว์ตัว ไม่ว่าจะเป็นการร้องเพลง เดินแบบ สัมภาษณ์ เล่นกีฬา ฯลฯ งานจ้างแสดงเพื่อเก็บบัตรเข้าชมในลักษณะล้อมรั้ว การรับจ้างผลิตงานตามความต้องการของลูกค้า และงานพรีเซนเตอร์

การตลาดและการแข่งขัน

บริษัทฯ ใช้ทั้งกลยุทธ์ Mass Customization Strategy และ กลยุทธ์การตอบสนองลูกค้าเฉพาะราย (Customization Strategy) เป็นกลยุทธ์หลักในการทำงาน (ขึ้นอยู่กับประเภทของการผลิตและการบริการ) โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้า (Direct Customer) เป็นหลัก แต่ก็ไม่ละเลยลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณา (Advertising Agency) ทั้งนี้ในการนำเสนองานให้กับลูกค้านั้นทางบริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะให้ลูกค้าได้มองให้เห็นว่างานที่บริษัทฯ นำเสนอนั้น เป็นเครื่องมือทางการตลาด (Marketing Tool) ที่จะทำให้ลูกค้าแต่ละรายประสบความสำเร็จในวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ตั้งไว้ของลูกค้าทุกรายโดยอาศัยหลักการของการตลาดภาคบันเทิง (Entertainment Marketing) ในการเข้าถึงผู้บริโภค

บริษัทฯมีการบริหารจัดการศิลปิน โดยให้ศิลปินสามารถรับงานเองได้ โดยราคาค่าจ้างต้องอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานของบริษัทฯ และศิลปินต้องหักส่วนแบ่งกลับมาให้บริษัทฯ ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งรูปแบบการบริหารจัดการนี้ ทำให้ศิลปินมีงานและรายได้เพิ่มมากขึ้น และการบริหารจัดการ เกิดความคล่องตัวมากขึ้น

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (บริษัทฯ) ประเมินความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญที่อาจเกิดขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ มีดังนี้

ความเสี่ยงจากการออกประกาศ หลักเกณฑ์ จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

บริษัทฯประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรทัศน์ทั้งในระบบภาคพื้นดินซึ่งส่งสัญญาณแบบดิจิตอล (Digital Terrestrial Television) และ ระบบดาวเทียม(Sattellite Television) ซึ่งกิจการโทรทัศน์นับได้ว่าเป็นกิจการสื่อสารมวลชนที่มีอิทธิพลต่อประชาชนเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นการสื่อสารที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลได้อย่างทั่วถึงมากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ ดังนั้นการประกอบกิจการโทรทัศน์จึงต้องดำเนินภายใต้กฎหมายเป็นสำคัญ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามามีบทบาทการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย คือ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่หลักในการกำกับดูแลและออกประกาศหลักเกณฑ์ต่างๆเพื่อควบคุมกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ให้มีการแข่งขันกันอย่างเสรีและเป็นธรรม มีมาตรฐานทางจริยธรรม และคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับประโยชน์และมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ อาทิเช่น การกำกับดูแลเนื้อหารายการต้องมีคุณภาพเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การจัดระดับความเหมาะสมของรายการเพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชน การโฆษณา เป็นต้น ณ ปัจจุบัน ประกาศ กสทช. ยังมีออกมาอย่างต่อเนื่องตามแนวนโยบายของ กสทช. และตามสภาพปัญหาของการประกอบกิจการ ดังนั้น การออกประกาศต่างๆของ กสทช.จึงยังเป็นสิ่งที่ควบคู่ไปกับการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ทุกรายเช่นเดิม กฎเกณฑ์ต่างๆที่จะออกมาควบคุมการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรทัศน์ของบริษัทจึงยังไม่เสถียร และต้องใช้เวลาอีกสักระยะเพื่อให้เห็นกฎเกณฑ์ที่ออกมาบังคับทั้งหมดก่อนว่าจะส่งผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือไม่เพียงใด อันจะสะท้อนเป็นปัจจัยความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจได้

ความเสี่ยงจากการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจสื่อโทรทัศน์

ตั้งแต่เริ่มออกอากาศทีวีดิจิตอลช่วงกลางปี 2557 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมโทรทัศน์เผชิญกับภาวการณ์แข่งขันที่รุนแรง เกิดการปรับตัวเปลี่ยนแปลงต่างๆมากมายจากผู้ประกอบการของแต่ละช่อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายเดิม(ระบบแอนะล็อก) ที่ต้องพยายามรักษาอันดับของตัวเองไม่ให้ตกลงมา และรายใหม่ที่ต้องต่อสู้เพื่อช่วงชิงเรทติ้งและเม็ดเงินโฆษณาในตลาดให้ได้มากที่สุด ซึ่งต่างก็ใช้กลยุทธ์ในการเรียกคะแนนความนิยมโดยมีคอนเทนต์เป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดผู้ชมรายการ โดยเฉพาะในช่วงของไพรม์ไทม์ (Prime Time) จะมีการแข่งขันรุนแรงมากที่สุด ผู้ชมรายการจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์

จากทางเลือกที่หลากหลายขึ้น บริษัทเอเยนซี่โฆษณาจะมีตัวเลือกในการลงโฆษณามากขึ้น โดยมี “เรทติ้ง” และ “ความคุ้มค่าของราคา” เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาลงโฆษณา ซึ่งจะทำให้การขายเวลาโฆษณายากขึ้น

อย่างไรก็ดี จากการที่บริษัทฯมีประสบการณ์การทำธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ และบริหารช่องรายการของตัวเองมาเป็นเวลานาน มีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายชัดเจน มีคอนเทนต์ที่แข็งแรงด้วยรูปแบบที่ตรงกับรสนิยมของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย มีบุคลากรและทีมงานที่มีคุณภาพและประสบการณ์ ตลอดจนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่างๆเพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมติดตามรับชมอย่างต่อเนื่องและเพื่อให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น จนทำให้ช่องโทรทัศน์ของบริษัทฯติดอยู่ในอันดับต้นๆจากการจัดอันดับของ AGB Nielsen Media Research (บริษัทสำรวจและวิจัยตลาดที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลก) จะช่วยให้บริษัทฯสามารถช่วงชิงและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่งในอุตสาหกรรมได้

ความเสี่ยงจากการต่ออายุสัญญาสัมปทาน

สัมปทานธุรกิจทีวีดาวเทียม

จากการที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้ออกประกาศเรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์เพื่อจัดระเบียบผู้ประกอบการช่องทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีให้เข้าสู่กลไกการกำกับดูแล โดย กสทช.จะออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการเป็นคราวๆ ในขั้นแรกใบอนุญาตจะมีอายุ 1 ปี หลังจากนั้นจะพิจารณาต่อใบอนุญาตให้อีกคราวละไม่เกิน 2 ปี โดย กสทช.ได้นำหลักเกณฑ์เรื่องร้องเรียนการกระทำความผิดเกี่ยวกับเนื้อหารายการที่ไม่เหมาะสม หรือ การโฆษณาที่ผิดกฎหมาย หรือ การกระทำอันเป็นการขัดหรือแย้งกับการกำกับดูแลด้านการคุ้มครองผู้ใช้บริการ รวมถึงหลักเกณฑ์อื่นๆที่ทาง กสทช. จะออกเพิ่มเติมในอนาคต มาเป็นพื้นฐานในการพิจารณาต่อใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบการกิจการแต่ละราย ซึ่งการได้รับใบอนุญาตเป็นคราวๆและแต่ละคราวมีอายุการประกอบการระยะสั้นอาจเป็นข้อจำกัดในการขยายธุรกิจ การวางแผนการผลิต และการสร้างรายได้ของบริษัทฯ อย่างไรก็ดี บริษัทฯตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ อย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าบริษัทฯจะสามารถได้รับการต่อใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดาวเทียมได้อย่างต่อเนื่อง

สัมปทานธุรกิจวิทยุ

โดยปกติการทำสัญญาเช่าเวลาออกอากาศกระจายเสียงสถานีวิทยุมีระยะเวลาประมาณ 2 ปี ซึ่งหากบริษัทฯไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าเวลาออกอากาศดังกล่าวจะส่งผลกระทบถึงความต่อเนื่องของการออกอากาศรายการและรายได้ของบริษัทฯ ทั้งนี้ หมายรวมถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไข

ในสัญญาซึ่งอาจทำให้บริษัทฯได้รับเงื่อนไขที่ด้อยลงไปจากเดิม นอกจากนี้ การแสวงหาเวลาออกอากาศใหม่เพื่อทดแทนอาจทำให้บริษัทฯสูญเสียประโยชน์จากการขาดความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการสร้างความนิยมให้เทียบเคียงกับรายการเดิมได้ หรืออาจทำให้ต้นทุนเพื่อการได้มาสูงขึ้น อย่างไรก็ดี บริษัทฯเชื่อว่าจากการที่บริษัทฯ ผลิตผลงานที่มีคุณภาพออกมาอย่างต่อเนื่อง จนได้รับความนิยม มีฐานผู้ฟังรายการประจำ รวมถึงการที่บริษัทฯได้รักษามาตรฐานในการชำระเงินและปฏิบัติตามเงื่อนไขของการจ่ายค่าเช่าเวลาอย่างเคร่งครัด ตลอดจนมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ให้สัมปทานจะทำให้บริษัทฯได้รับความไว้วางใจและสามารถลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการต่ออายุสัญญาเช่าได้ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯจะพิจารณาถึงมูลค่าของสัญญาสัมปทาน โดยเปรียบเทียบกับความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งหากพิจารณาแล้วเห็นว่าไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ ทางบริษัทฯอาจพิจารณาไม่ต่ออายุสัมปทานดังกล่าว ทั้งนี้ ในปี 2558 บริษัทฯได้ผ่านการพิจารณาอนุมัติให้ต่ออายุสัมปทานออกไปอีก 2 ปี โดยสัญญาสิ้นสุดในปี 2560

ความเสี่ยงจากการถูกละเมิดลิขสิทธิ์

ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมเพลงได้รับผลกระทบหลักจากการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ ในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายแผ่นเพลง (CD,VCD,DVD,MP3) แบบละเมิดลิขสิทธิ์ การดาวน์โหลดเพลงจากเว็บไซท์ที่ไม่ได้รับอนุญาต การนำคอนเทนต์เพลงไปหารายได้ของผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหาร และร้านคาราโอเกะ การจัดกิจกรรมและงานแสดงคอนเสิร์ตต่างๆ รวมถึงการนำคอนเทนต์ไปใช้เพื่อประโยชน์ทางพาณิชย์หรือเพื่อความบันเทิงส่วนตัวผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าว ส่งผลให้รายได้ของส่วนงานเพลงไม่สะท้อนปริมาณการบริโภคที่แท้จริง

อย่างไรก็ดี บริษัทฯตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้น และได้ดำเนินการหาทางแก้ไขโดยการทบทวนแผนธุรกิจใหม่ๆอยู่เสมอ เพื่อให้มีความยืดหยุ่น เหมาะสมและทันเหตุการณ์ เช่น การปรับโครงสร้างภายในของสายงานเพื่อรองรับแผนงานที่เปลี่ยนแปลง การใช้กลยุทธ์การขายให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคตามยุคสมัย การพัฒนาระบบงานภายในให้รองรับกับระบบ Platform ต่างๆที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน และที่จะเกิดขึ้นใหม่ได้ รวมถึงมีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลเรื่องการป้องกันและปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์โดยเฉพาะ ซึ่งได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากภาครัฐในการบังคับใช้กฎหมายเข้าดำเนินการกับผู้ประกอบการที่กระทำความผิดฐานละเมิดลิขสิทธิ์ในผลงานของบริษัทฯ จากมาตรการดังกล่าวข้างต้น บริษัทฯคาดว่าจะช่วยลดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากความเสี่ยงของการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ได้

ความเสี่ยงจากโครงการขนาดใหญ่ที่ได้มาเป็นครั้งคราว

บริษัทฯมีแผนการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบางโครงการที่บริษัทฯได้มา จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง จึงอาจมีความเสี่ยงหากไม่สามารถบริหารรายได้ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งอาจมาจากหลายสาเหตุ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค กระแสความนิยมต่างๆ ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่รุนแรงมากขึ้น ตลอดจนอาจมีการบอกเลิกสัญญา หรือ การเกิดเหตุการณ์ใดๆ ที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินการต่อได้ เป็นต้น อย่างไรก็ดี บริษัทฯได้กำหนดกระบวนการในการพิจารณากลั่นกรอง ประเมินประโยชน์และความคุ้มค่าก่อนการตัดสินใจลงทุน โดยจัดให้มีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เมื่อมีการทำสัญญาหรือข้อผูกพันใดๆ จะมีผู้เชี่ยวชาญจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมกันพิจารณาเพื่อความรอบคอบรัดกุม ตลอดจนกำหนดให้มีการวางแผนและการเตรียมงานล่วงหน้า นอกจากนี้ หากเป็นโครงการขนาดใหญ่มากจะต้องได้รับการอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทด้วย เพื่อลดความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุนดังกล่าว

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย (กลุ่มอาร์เอส) แสดงรายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.1 ที่ดิน

บริษัทฯและบริษัทย่อยได้ทำการเช่าที่ดินเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจจากบุคคลอื่นนอกกลุ่มดังรายละเอียดต่อไปนี้

ที่ตั้ง	ผู้เช่า	อายุสัญญา	ค่าเช่า /เดือน (ล้านบาท)
เลขที่ 431/2-5 ซอยลาดพร้าว 15 แขวงจอมพล เขตจตุจักร กทม.	บมจ. อาร์เอส	3 ปี (ส.ค.2557 – ก.ค.2560)	0.41

4.2 อุปกรณ์

อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และ บริษัทย่อย มีดังนี้

บริษัท	อุปกรณ์และเครื่องจักร	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี ปี 2558 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. บมจ. อาร์เอส	อุปกรณ์ห้องควบคุมการออกอากาศ และอุปกรณ์ถ่ายทำรายการโทรทัศน์	เจ้าของ	54.85	ไม่มี
2. บจ. คลูลิซึ่ม	อุปกรณ์ห้องบันทึกเสียง	เจ้าของ	3.08	ไม่มี

4.3 คลังสินค้า

คลังสินค้าของบริษัทฯ และ บริษัทย่อย มีดังนี้

ที่ตั้ง	ผู้เช่า	อายุสัญญา	ค่าเช่า/ค่าบริการ ต่อเดือน (ล้านบาท)
เลขที่ 9/102 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	บมจ. อาร์เอส	1 ปี (สิ้นสุดสัญญาเดือน มกราคม 2559)	0.20
อาคาร B อาคาร 2BB เลขที่ 9/46 หมู่ที่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	บจ. สตาร์ซ (ประเทศไทย)	6 เดือน *	0.10

หมายเหตุ * ปัจจุบันได้ต่ออายุสัญญาเช่า เป็นช่วงเวลา 1 มกราคม 2559 – 31 พฤษภาคม 2559

4.4 สัมปทานและสัญญาเช่าวิทยุ

บริษัทฯ และบริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญาเช่าสถานีวิทยุจากหน่วยงานราชการและบริษัทภายนอก ตามรายละเอียดดังนี้

สถานี	เจ้าของสถานี	ช่วงเวลาตามสัญญา
1. F.M. 93.0 MHz *	สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือวังนันทอุทยาน	1 มกราคม 2557 – 31 ธันวาคม 2558
2. F.M. 88.5 MHz	สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือวังนันทอุทยาน	1 มกราคม 2557 – 31 ธันวาคม 2558

หมายเหตุ * ปัจจุบันได้ต่ออายุสัญญาเช่า เป็นช่วงเวลา 1 มกราคม 2559 – 31 ธันวาคม 2560

4.5 สัญญาบริการการส่งสัญญาณภาพ

บริษัทฯ และบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง ได้ทำสัญญาบริการการส่งสัญญาณภาพ และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

ผู้ให้บริการ	ช่วงเวลาตามสัญญา
1. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย	สิ้นสุดวันที่ 16 มิถุนายน 2571
2. บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)	1 สิงหาคม 2556 – 1 กรกฎาคม 2566
3. บริษัท ทีซี บรอดคาสติ้ง จำกัด	25 เมษายน 2557 – 24 เมษายน 2560
4. บริษัท ซิมโฟนี่ คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)	1 เมษายน 2558 – 31 มีนาคม 2559
5. บริษัท อินเตอร์ลิ้งค์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)	15 มิถุนายน 2558 – 31 กรกฎาคม 2559

4.6 สัญญาดิจิตอลทีวี

บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ หมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ ตามรายละเอียด ดังนี้

ผู้ให้บริการ	ช่วงเวลาตามสัญญา
องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย	25 เมษายน 2557 - 24 เมษายน 2572

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย อย่างมีนัยสำคัญและไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบด้านลบอันอาจจะมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ตลอดจนไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่มิได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) “บริษัทฯ”
ประเภทธุรกิจ	:	ธุรกิจในปัจจุบันของกลุ่มอาร์เอสประกอบด้วย 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจสื่อ ทั้งสื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ ธุรกิจจัดจำหน่ายเพลง และ ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	อาคารเชษฐโชติศักดิ์ 419/1 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
ทะเบียนเลขที่	:	0107546000016
เว็บไซต์	:	http://www.rs.co.th
โทรศัพท์	:	+66 (0) 2511 0555
โทรสาร	:	+66 (0) 2511 2324
ทุนจดทะเบียน	:	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวน 1,013,591,880 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 1,013,591,880 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวน 1,009,937,646 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 1,009,937,646 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ จำกัด (ประเทศไทย) 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ +66 (0) 2009 9000 โทรสาร +66 (0) 2009 9991 เว็บไซต์ http://www.set.or.th/tsd

ผู้สอบบัญชี	:	บริษัท ไพร้ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอเอส จำกัด อาคารบางกอกซิตี้ทาวเวอร์ ชั้น 15 179/74-80 ถนนสาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ +66 (0) 2344 1000 โทรสาร +66 (0) 2286 5050 เว็บไซต์ http://www.pwc.com/th
ที่ปรึกษากฎหมาย	:	สำนักกฎหมาย บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) อาคารเชษฐโชติศักดิ์ 419/1 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2938 5622

6.1.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นเกินร้อยละ 10

ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ชนิดหุ้น	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว	ถือหุ้นร้อยละ
1. บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด	431/4 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจสื่อโทรทัศน์	หุ้นสามัญ	200,000,000 บาท	200,000,000 บาท	99.99
2. บริษัท สตาร์ซ (ประเทศไทย) จำกัด (เดิมชื่อ : บริษัท เค.มาสเตอร์ จำกัด)	419/3 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2902 1933 , +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2938 5621	ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ / ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม และผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	หุ้นสามัญ	200,000,000 บาท	200,000,000 บาท	99.99
3. บริษัท คูลลิซึ่ม จำกัด	419/2 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2938 5694	ธุรกิจสื่อวิทยุ	หุ้นสามัญ	25,000,000 บาท	25,000,000 บาท	99.99

ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ชนิดหุ้น	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว	ถือหุ้น ร้อยละ
4. บริษัท ย๊าค จำกัด	431/3 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2 938 5630 - 2 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจสื่อโทรทัศน์แลธุรกิจรับจ้างผลิตกิจกรรม	หุ้นสามัญ	2,500,000 บาท	2,500,000 บาท	99.97
5. บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	203/34-36 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2938 8000 โทรสาร +66 (0) 2938 5583	ธุรกิจจัดจำหน่ายเพลง	หุ้นสามัญ	5,000,000 บาท	5,000,000 บาท	99.99
6. บริษัท โพเอม่า จำกัด	203/34-36 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม	หุ้นสามัญ	80,000,000 บาท	80,000,000 บาท	99.99

ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ชนิดหุ้น	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว	ถือหุ้น ร้อยละ
7. บริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด	419/3 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม	หุ้นสามัญ	5,000,000 บาท	5,000,000 บาท	99.98
8. บริษัท เวรี่เวลล์ จำกัด	431/3 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม	หุ้นสามัญ	4,000,000 บาท	4,000,000 บาท	99.98
9. บริษัท อะลาดิน เฮ้าส์ จำกัด	431/2 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม	หุ้นสามัญ	5,000,000 บาท	5,000,000 บาท	99.99

ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ชนิดหุ้น	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว	ถือหุ้น ร้อยละ
10.บริษัท ดี มีเดีย แอนด์ โปรดักชั่น จำกัด	419/1 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม	หุ้นสามัญ	37,000,000 บาท	37,000,000 บาท	99.99
11. บริษัท อาร์เอส อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง แอนด์ สปอร์ต แมเนจเม้นท์ จำกัด	419/3 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจกีฬา	หุ้นสามัญ	37,500,000 บาท	37,500,000 บาท	83.33
12. บริษัท เอส-วัน สปอร์ต จำกัด	1706 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555	ธุรกิจกีฬา	หุ้นสามัญ	15,000,000 บาท	15,000,000 บาท	99.99

ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ชนิดหุ้น	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว	ถือหุ้น ร้อยละ
13. บริษัท อาร์เอส อินสโตร์ มีเดีย จำกัด	419/2 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าวแขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจสื่อในห้างโมเดิร์นเทรด	หุ้นสามัญ	30,000,000 บาท	30,000,000 บาท	65.00
14. บริษัท อาร์สยาม จำกัด	419/2 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจจัดจำหน่ายเพลง	หุ้นสามัญ	1,000,000 บาท	1,000,000 บาท	99.93
15. บริษัท อาร์ เอส ฟิล์ม แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด	203/34-36 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555	ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม	หุ้นสามัญ	5,000,000 บาท	5,000,000 บาท	99.99

ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ชนิดหุ้น	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว	ถือหุ้น ร้อยละ
16. บริษัท อาวอง จำกัด	431/1 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม	หุ้นสามัญ	4,000,000 บาท	4,000,000 บาท	99.98
17. บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	419/2 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม	หุ้นสามัญ	4,500,000 บาท	4,500,000 บาท	75.98
18. บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	419/2 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ +66 (0) 2511 0555 โทรสาร +66 (0) 2511 2324	ธุรกิจรับจ้างและผลิตกิจกรรม	หุ้นสามัญ	3,000,000 บาท	3,000,000 บาท	99.98

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-