

## ภาคผนวก ค

### ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

#### ประวัติความเป็นมาของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) อยู่ในธุรกิจบันเทิงประเทศไทยเป็นระยะเวลากว่า 25 ปี ด้วยระบบในการบริหารจัดการองค์กรโดยรวมของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ภายใต้การบริหารงานของตระกูล “เซษฐุโชติศักดิ์” จากเดิมได้ดำเนินธุรกิจในชื่อ “Rose Sound” และได้มีพัฒนาการในงานด้านธุรกิจบันเทิงเรื่อยมา จากพัฒนาการของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ที่ได้มีการขยายงานในสาขาต่าง ๆ ในฐานองค์กรสื่อสารมวลชนมาโดยตลอด จนกระทั่ง ในปี พุทธศักราช 2546 บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ชื่อย่อว่า “RS”

นอกจากนี้ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ได้วางแผนงานในการดำเนินธุรกิจ โดยการมุ่งสู่ความเป็นเครือข่ายความบันเทิง (The Entertainment Network) ด้วยธุรกิจบันเทิงครบวงจร ทั้งในส่วนของ งานเพลง, สื่อวิทยุกระจายเสียง, สื่อวิทยุโทรทัศน์, สื่อภาพยนตร์, สื่อสิ่งพิมพ์, กีฬา, ธุรกิจดิจิทัล และธุรกิจโซเชียล โดยมียุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจ 5 ประการ คือ

1. **ความเป็นมืออาชีพ (Professional)** การมีความรู้, ความน่าเชื่อถือ, ประสบการณ์, ความเชี่ยวชาญ และการเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี
2. **ความเป็นสากล (International)** ความมีมาตรฐาน, คุณภาพ, การมีวิสัยทัศน์ และโลกทัศน์ มีกระบวนการในการดำเนินการที่เป็นระบบ
3. **ความเป็นผู้นำสมัย (Trendy)** การมีรสนิยมที่ดี การมีรูปแบบที่ดีและทันสมัย
4. **ความเป็นมิตร (Friendly)** ความรู้สึกรอบคอบและเรียบง่าย
5. **ความเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)** การมีจินตนาการสร้างสรรค์

#### วิสัยทัศน์ขององค์กร (Vision)

“ผู้ปฏิวัติการสร้างสรรค์ผลงานบันเทิง ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม”

## ภารกิจขององค์กร (Mission)

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) มีแนวทางการสานต่อภารกิจหลักขององค์กร โดยมุ่งนำเสนองานบันเทิงคุณภาพทุกรูปแบบ เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า ด้วยทีมบุคลากรที่มีความเป็นเลิศ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ อยู่เสมอ ภายใต้ระบบการจัดการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

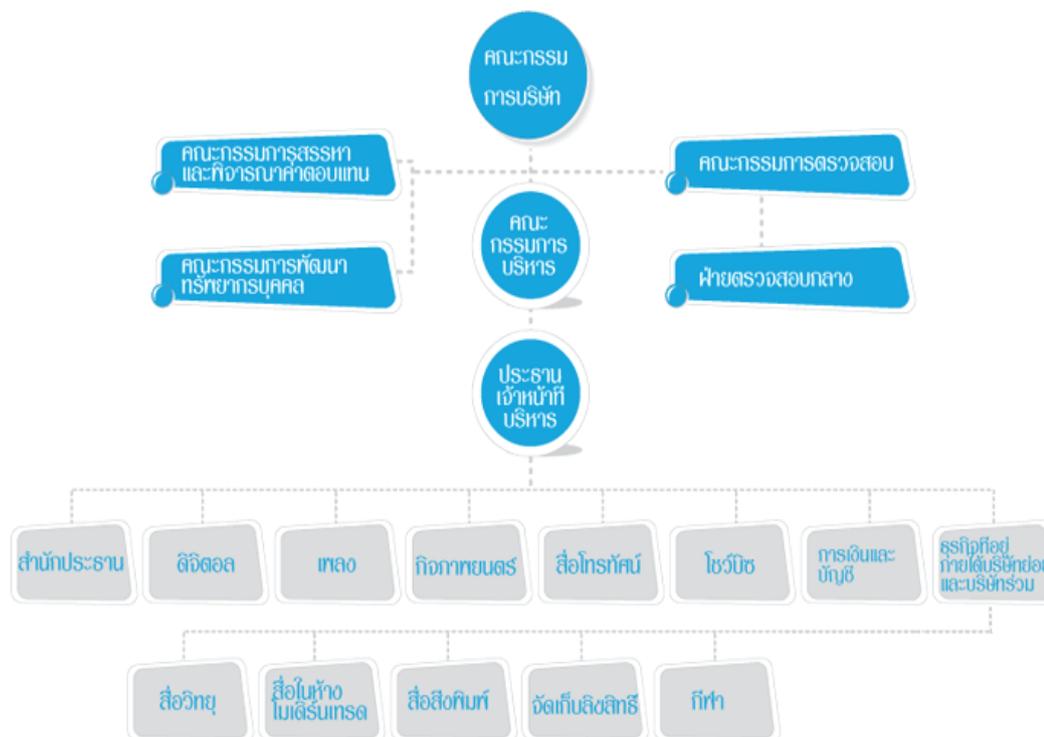
## โครงสร้างและการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

ลักษณะของโครงสร้างทางการบริหารงานของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ด้วยธรรมชาติของการบริหารจัดการองค์กรที่มีลักษณะเป็น บริษัท จำกัด (มหาชน) ทำให้การบริหารงานในระดับสูงของบริษัทฯ จึงต้องมีการจัดตั้ง คณะกรรมการบริษัทฯ ซึ่งมีการแบ่งสายงานของคณะกรรมการบริหารออกเป็นฝ่าย ๆ ดังต่อไปนี้

1. คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
2. คณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล
3. คณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งมีหน่วยงานฝ่ายตรวจสอบกลาง ปฏิบัติหน้าที่ควบคู่ไปกับคณะกรรมการในส่วนนี้ด้วย

ในการบริหารงานของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ยังได้มีคณะกรรมการบริหารงานเพื่อมาทำหน้าที่การบริหารองค์กร หรือหน่วยงานย่อย ๆ ภายในองค์กร ได้แก่ สำนักประธาน, ธุรกิจดิจิทัล, ธุรกิจเพลง, ธุรกิจภาพยนตร์, ธุรกิจสื่อโทรทัศน์, ธุรกิจโซว์บิช, หน่วยงานการเงินและบัญชี, ธุรกิจที่อยู่ภายใต้ บริษัทย่อยและบริษัทร่วม ซึ่งได้แก่ ธุรกิจสื่อวิทยุ, ธุรกิจสื่อในห้างโมเดิร์นเทรด, ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์, ธุรกิจจัดเก็บลิขสิทธิ์ และธุรกิจด้านกีฬา ทั้งนี้ในการบริหารจัดการองค์กรขนาดใหญ่เช่นนี้จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดูโปร่งใส น่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้ถือหุ้นหรือผู้ที่สนใจจะเข้ามาลงทุนกับองค์กรผ่านช่องทางการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์

โครงสร้างการบริหารงาน บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)



ที่มา: <http://www.rs.co.th/corporate/th/investor.php>

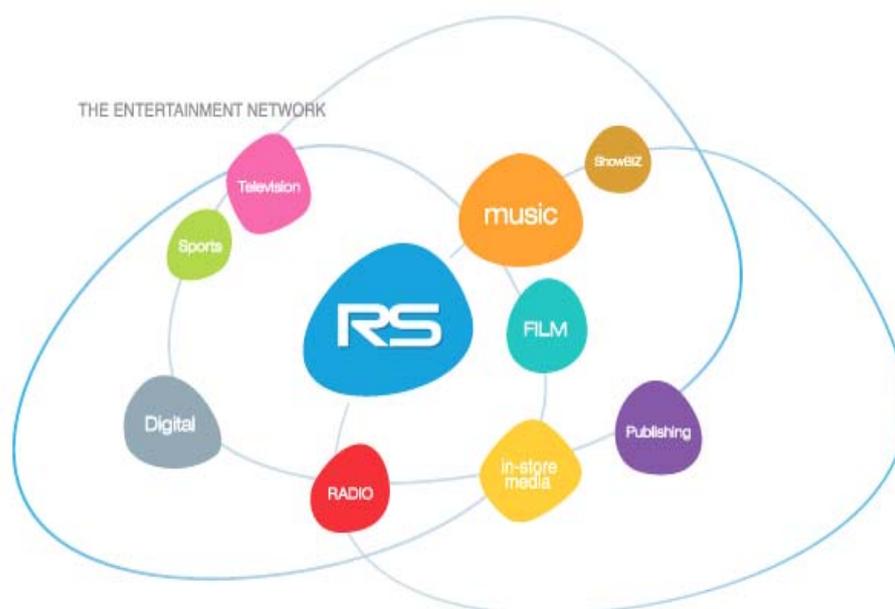
คณะกรรมการบริหารของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) มีรายชื่อดังต่อไปนี้  
รายชื่อคณะผู้บริหาร

1. นายเกรียงไกร เศรษฐโชติศักดิ์ ตำแหน่ง ประธานกรรมการ
2. นายสุรชัย เศรษฐโชติศักดิ์ ตำแหน่ง รองประธานกรรมการ
3. นายสุวัฒน์ เศรษฐโชติศักดิ์ ตำแหน่ง กรรมการ
4. นางพรพรรณ เตชรุ่งชัยกุล ตำแหน่ง กรรมการ/เลขานุการคณะกรรมการบริษัท และเลขานุการ
5. นายดามพ์ นานา ตำแหน่ง กรรมการ
6. นายदनัยศิษฐ์ เปสลาพันธ์ ตำแหน่ง กรรมการ
7. นายพิศิษฐ์ ดัชนีภิรมย์ ตำแหน่ง กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ
8. พลเอก ไพโรจน์ พานิชสมัย ตำแหน่ง กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ
9. รศ.วิทยา ดำนังารกุล ตำแหน่ง กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ

### ประเภทของการดำเนินธุรกิจของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

ประเภทของการดำเนินธุรกิจของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) มีการวางแผนการดำเนินธุรกิจไว้ คือ องค์กรที่ทำหน้าที่เป็นเครือข่ายความบันเทิง (The Entertainment Network) ซึ่งมีธุรกิจหลัก 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ Entertainment & Sport Content Provider และ Media Service โดยมีกลุ่มของธุรกิจหลักในสองกลุ่มใหญ่นี้ ได้แก่ ธุรกิจเพลง, ธุรกิจดิจิตอล, ธุรกิจโชว์บิซ, ธุรกิจภาพยนตร์, ธุรกิจกีฬา, ธุรกิจสื่อโทรทัศน์, ธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียง, ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ และธุรกิจบริหารสื่อในโมเดิร์นเทรด

### ประเภทการดำเนินธุรกิจ ของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)



ที่มา: <http://www.rs.co.th/corporate/th/investor.php>

จากภาพแสดงให้เห็นถึงประเภทการดำเนินธุรกิจ ของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) มีรายละเอียดในแต่ละประเภทธุรกิจดังต่อไปนี้

## 1. Entertainment & Sport Content Provider

Entertainment & Sport Content Provider หมายถึง การเป็นผู้ผลิตและการเป็นเจ้าของผลงานหรือคอนเทนต์ (Content) ทางด้านบันเทิงต่าง ๆ รวมถึงด้านที่เกี่ยวข้องกับวงการกีฬา ซึ่งประกอบด้วย

### - ธุรกิจเพลง

ธุรกิจเพลง ของอาร์เอสเป็นการทำงานแบบครบวงจรตั้งแต่ สร้างสรรค์งานเพลง วางแผนการตลาด จัดจำหน่าย รวมถึงการจัดเก็บลิขสิทธิ์ ทั้งของเพลงไทยสากลและเพลงไทยลูกทุ่ง ซึ่งมีบริษัทจัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด เป็นผู้ดำเนินการ ปัจจุบันอาร์เอสแบ่งตัวแบบ (Model) การทำงานเพลงออกเป็น 3 ส่วน ตามลักษณะกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วย

1. กลุ่ม Mass ที่มีกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมผู้ฟังในวงกว้าง ดำเนินการภายใต้แบรนด์ RS Music ซึ่งประกอบด้วยศิลปินอย่าง พิล์ม-รัฐภูมิ, ลีเดีย, เกิร์ลลี่ เบอร์รี่, บีม-กวี, พริกไทย, แบล็ค วานิลลา, ใอน้ำ, เล้าโลม, ซีควินท์, ไนซ์ทูมีทยู, ปาน ธนพร, แจ็ค, อินเฟมัส, ฟอโต้, อาร์ท ฟลอร์, ดร.ฟู, หวีว ฯลฯ

2. กลุ่ม Teen Community ดำเนินการภายใต้ แบรนด์ กามิกาเซ่ (Kamikaze) ค่ายเพลงผู้นำแฟชั่น (Trendy) ที่มาพร้อมกับความแตกต่างและความใหม่ในรูปแบบที่ไม่เหมือนใครในวงการเพลงเมืองไทย ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็น ชาย-หญิง ช่วงพีทีน (Pre-Teen) อายุระหว่าง 9-17 ปี วัยประถมถึงมัธยม ซึ่งมีวิถีทางการดำเนินชีวิต (Life Style) ความเป็นตัวตนที่ชัดเจน มีความสามารถเฉพาะตัว และมีคาแรคเตอร์ที่สามารถเป็นผู้นำด้านแฟชั่น (Trendsetter) ให้กับวัยรุ่นในสังคมได้ภายใต้แนวคิด “KIDS STRIKE” โดยมีศิลปินชื่อดังอย่าง โฟร์-มด, เพ็ญ ฟาง แก้ว, K-Otic, ขนมหิ้น, มีล่า, หวาย, Neko Jump ฯลฯ

3. กลุ่ม Modern Local Country หรือ ลูกทุ่งสมัยใหม่ ที่มีการดำเนินงานภายใต้แบรนด์อาร์สยาม (R-Siam) ที่สร้างสรรค์ผลงานอย่างครอบคลุม และมีความหลากหลายของแนวเพลง ทั้งลูกทุ่งอีสาน ลูกทุ่งภาคกลาง ลูกทุ่งเพื่อชีวิต และลูกทุ่งหมอลำ โดยค่าย อาร์สยามมีศิลปินชื่อดังมากมาย อาทิเช่น ไปงกลางสะออน, ปาววี่ , บิว-กัลยาณี, หญิง ธิดิกานต์, กุ้ง-สุทธิราช, กระแต, หลวงไก่, จินตรา พูลลาภ, หนู มิเตอร์, ทรงกลด ฅามา ฯลฯ โดยแต่ละค่ายมีความถนัดในแนวเพลงที่แตกต่างกัน ทุกค่ายเพลง ประกอบด้วยทีมงานที่มีศักยภาพ คือ โปรดิวเซอร์ ครีเอทีฟ นักแต่งเพลง ทำนอง ผู้เรียบเรียงเสียงประสาน มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์การทำงานในวงการเพลงเป็นระยะเวลายาวนาน และสามารถผลิตงานเพลงที่มีคุณภาพได้ทุกแนวเพลง

### - ธุรกิจดิจิทัล

ธุรกิจดิจิทัลแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่ Mobile Business และ Online Business

1. Mobile Business บริการทางด้าน Mobile นั้นแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ บริการ Mobile Download และบริการเสียงรอสาย ซึ่งการให้บริการ Mobile Download นั้นมีรูปแบบบริการคือ เสียงเรียกเข้า (Ring tone) เต็มเพลง (Full song) และการให้บริการ Download มิวสิควีดีโอ (Full MV) ไม่เพียงแต่ Content เพลงเท่านั้น ยังรวมไปถึงการให้บริการ Application ต่าง ๆ เช่น Theme และเกมส์อีกด้วย ส่วนบริการเสียงรอสายนั้น ขณะนี้เป็นที่นิยมไม่เฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นของอาร์เอสเท่านั้นยังขยายตัวไปยังกลุ่มลูกค้าทั่วอีกด้วย โดยเป็นบริการที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะไม่สามารถละเมิดลิขสิทธิ์ได้ เพราะบริการนี้จำเป็นต้องใช้ระบบของโครงข่ายการให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ (Operator)

2. Online Business ธุรกิจออนไลน์ เป็นธุรกิจด้านการสร้างรายได้จากอินเทอร์เน็ตในลักษณะของเว็บไซต์ เป็นหลัก โดยประกอบด้วย 3 เว็บไซต์ ได้แก่ <http://www.pleng.com> ร้านขายเพลงทางอินเทอร์เน็ตแห่งแรกของเมืองไทย เป็นเว็บไซต์ในลักษณะของช่องทางทางการนำเสนอเนื้อหา (Content Portal) ซึ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหา (Content) เพลงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บทเพลงจากศิลปินดัง ภาพศิลปินดังต่าง ๆ ภาพยนตร์มิวสิควีดีโอ รวมถึงภาพยนตร์เบื้องหลังการถ่ายทำต่าง ๆ , <http://www.zheza.com> เป็นเว็บไซต์ในลักษณะของเว็บไซต์ที่เป็นช่องทางที่จะช่วยเชื่อมโยงการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกของเว็บไซต์ในลักษณะเว็บไซต์ชุมชนหรือสังคมออนไลน์ (Community Website) ภายใต้แนวคิดหลัก (Concept) “Virtual Digital Life” สำหรับเว็บไซต์ <http://www.pleng.com> เป็นเว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เสมือนเป็นร้านขายเพลงออนไลน์ซึ่งผู้สนใจสามารถค้นหาผลงานเพลงในรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้สังกัดค่ายเพลงของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และ <http://www.skoolbuz.com> เว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเพื่อการศึกษาในรูปแบบใหม่ โดยมีการเชื่อมโยงชีวิตออนไลน์ทั้งในการเล่าเรียนเข้ากับการเล่นไปด้วยกันให้เกิดความลงตัว

### - ธุรกิจโชว์บิซ

ธุรกิจโชว์บิซ ประกอบด้วย 4 ธุรกิจหลัก ได้แก่ การจัดคอนเสิร์ตทั้งในและต่างประเทศ, การจัดงานอีเว้นท์ (Event) และโชว์ (Show), งานโครงการราชการ, การบริหารศิลปิน

### - ธุรกิจภาพยนตร์

ด้วยความพร้อมในทุกด้านทั้งเงินทุน นักแสดง และทีมงานผลิตที่มีความชำนาญในการผลิตงานภาพยนตร์และประสบการณ์ในการประเมินตลาดภาพยนตร์ ทำให้ผลงาน

ภาพยนตร์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมตลอดมา บริษัทฯ จึงมีแผนที่จะผลิตภาพยนตร์อย่าง ต่อเนื่องประมาณ 4-5 เรื่อง ต่อปี โดยตั้งเป้าการบริหารรายได้จากทุกช่องทางอย่างเต็ม ประสิทธิภาพ อาทิเช่น ช่องทางการฉายในโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล การขายให้กับ สายภาพยนตร์ในต่างจังหวัด การขายสิทธิ์ให้ผู้ประกอบการฟรีทีวีและเคเบิลทีวี การขายสิทธิ์ให้กับ ผู้ประกอบการ โฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ และขายสิทธิ์ในตลาดต่างประเทศ รวมถึงการนำผู้สนับสนุน ทางการตลาดเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ด้วยการวางแผนอย่างรัดกุมในทุก ๆ ขั้นตอนของการผลิต

#### - ธุรกิจกีฬา

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการ Sport Entertainment และ Sport Marketing โดยเป็นผู้บริหารและควบคุมดูแล “สนามฟุตบอล S-One” ตั้งอยู่ที่ ถนนบางนา - ตราด กิโลเมตรที่ 4 สนามฟุตบอลดังกล่าวเป็นการดำเนินธุรกิจให้บริการเช่าสถานที่เพื่อทำกิจกรรม ทางการตลาด, กิจกรรมภายในของบริษัทหรือห้างร้านต่าง ๆ และการให้เช่าสนามฟุตบอลหญ้า เทียม ขนาดสนาม 35X50 เมตร ใช้สำหรับแข่งขันฟุตบอล 7 คน ซึ่งในปัจจุบันนี้กำลังเป็นสนามที่ ได้รับการกล่าวถึงและยอมรับว่าเป็นสนามหญ้าเทียมที่ดีและได้มาตรฐานที่สุดในประเทศไทย และ สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง นั่นก็คือการดำเนินการสร้างสื่อชนิดใหม่ขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์แก่ ผู้สนับสนุนในการใช้เป็นช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการร่วมทำกิจกรรมอื่น ๆ อีกเป็น จำนวนมาก นอกจากการให้บริการด้านสถานที่แล้ว บริษัทฯ ยังได้รับโครงการกีฬาขนาดใหญ่ หลายรายการด้วยกัน ซึ่งดำเนินการภายใต้ บริษัท อาร์เอส อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง แอนด์ สปอร์ต แมเนจเม้นท์ จำกัด หรือ “RSbs” งานของหน่วยงานที่รับผิดชอบในส่วนของกีฬา ตัวอย่างเช่น การถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลยูโร และการแข่งขันฟุตบอล ชิงแชมป์โลก เป็นต้น นอกจากนี้ RSbs ยังมีโครงการที่สำคัญ คือ การเป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์ ในการบริหารจัดการ การ ถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรปหรือ ฟุตบอลยูโร ในปีพุทธศักราช 2551, การถ่ายทอดสดกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 25 ในปีพุทธศักราช 2552 และการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก หรือ World Cup ถึง 2 สมัย ด้วยกัน ได้แก่ ในปีพุทธศักราช 2553 และการแข่งขันในปี 2557 ที่ กำลังจะมาถึง

## 2. Media Service

Media Service คือ การบริหารจัดการสื่อประเภทต่าง ๆ อย่างครบวงจร ซึ่งประกอบไปด้วย

### - ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ธุรกิจฟรีทีวี (Free TV.) และธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม (Satellite TV.)

1. ธุรกิจฟรีทีวี อาร์เอสเป็นผู้ผลิตรายการและการบริหารเวลาโฆษณาที่ได้รับมาจากสถานีต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย รายการหลากหลายรูปแบบ ทั้งรายการประเภทวัยรุ่น วาไรตี้ และรายการเพลง ดังตารางที่แสดงถึงตารางการออกอากาศของรายการภายใต้การดำเนินการของอาร์เอส ที่มีออกอากาศทางช่องสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในปัจจุบันนี้

#### การออกอากาศรายการของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

##### ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องฟรีทีวี

No.	TV Programs	Type	Day	Time	Channel
1	กามิกาเซ่คลับ	วัยรุ่น	เสาร์	10:55 - 11:45	5
2	ทีนพลัสโชว์	วัยรุ่น	ศุกร์	22:25 - 23:05	5
3	เอเชียน เคาน์ดาวน์	วัยรุ่น	เสาร์	22:00 - 23:00	5
4	ม.แก๊งค์	วัยรุ่น	เสาร์	10:35 - 11:00	9
5	ทูไนท์ไลฟ์	เพลงสดริง	เสาร์ - อาทิตย์	0:15 - 1:30	5
6	เมนูวันหยุด	วาไรตี้	วันหยุด	12:00 - 13:00	7
7	บุษบาว่าไรดี	เพลงลูกทุ่ง	จันทร์	14:00 - 14:25	5
8	ทีวีรีแลกซ์	เพลงลูกทุ่ง	อังคาร - พุธ	13:25 - 13:50	5
9	ญ.หญิงโสภา	เพลงลูกทุ่ง	ศุกร์	10:35 - 11:00	5

ที่มา: <http://www.rs.co.th/corporate/th/investor.php>

2. ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม อาร์เอส ได้เปิดตัวธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม จำนวน 2 ช่อง ได้แก่ ช่อง YOU Channel และ สบายดีทีวี โดยเริ่มทดลองออกอากาศครั้งแรก เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม ปีพุทธศักราช 2552 ในระบบ C Band คลื่นความถี่ 3,960 MHz และ KU Band คลื่นความถี่ 12,355 MHz สำหรับจานเหลือง DTV อยู่ที่ช่อง 37 เพื่อตอบสนองของผู้ชมจำนวนกว่า 4.5 ล้านครัวเรือนซึ่งเป็นกลุ่มผู้ชมที่รับช่องสัญญาณนี้อยู่แล้ว และมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มจำนวนขึ้นทุกปี

#### - ธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียง

บริษัทฯ ดำเนินการผลิตรายการวิทยุ COOL93 Fahrenheit โดยมีกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็น นักศึกษา, คนวัยทำงาน ไปจนถึงผู้บริหารวัยกลางคน

รายการวิทยุ COOL93 Fahrenheit เป็นรายการวิทยุที่นำเสนอเพลงไทยสากลที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ฟังสูงสุด เป็นรายการวิทยุคลื่นแรกที่สร้างปรากฏการณ์การนำเสนอเพลงเพราะต่อเนื่องมากที่สุด 50 นาที “50 Minutes Music Long Play” พร้อมทั้งมีผู้จัดรายการหรือดีเจมืออาชีพที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มคนฟัง และการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองวิถีการดำเนินชีวิต (Life Style) และโลกทัศน์ของกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง

#### - ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

ในปัจจุบันบริษัทฯ มีสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารและหนังสือพิมพ์ ได้แก่ นิตยสารแนวปาปาราซซี ชื่อ “Dara Daily Tabloid” นิตยสารแทบลอยด์รายสัปดาห์ ที่นำเสนอข่าวดาราและคนในวงการบันเทิง-ไฮโซ แนวปาปาราซซีแนวเจาะลึกและมีเนื้อหาที่เข้มข้น, หนังสือพิมพ์บันเทิง “Dara Daily” หนังสือพิมพ์บันเทิงที่มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอเนื้อหาในแวดวงบันเทิง เรื่องราวของดารา นักร้อง ศิลปิน ข่าวสังคม แวดวงคนชั้นสูงในสังคม (ไฮโซ) และธุรกิจบันเทิงทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง

#### - ธุรกิจสื่อโมเดิร์นเทรค

ธุรกิจบริหารสื่อในโมเดิร์นเทรค ประกอบไปด้วย การบริหารสื่อ P.O.P Radio ซึ่งเป็นสื่อวิทยุกระจายเสียงในโมเดิร์นเทรคกว่า 540 สาขาทั่วประเทศ ปัจจุบัน บริษัท อาร์เอส อินสโตร์ มีเดีย จำกัด เป็นผู้ดำเนินการผลิตรายการวิทยุ P.O.P Radio หรือสื่อวิทยุ ณ จุดขาย โดยเป็นผู้ได้รับสัมปทานในด้านเสียงแต่เพียงผู้เดียวในห้างโมเดิร์นเทรค โดยการผลิตรายการ จำนวน 4 สถานี ได้แก่ Tesco Lotus FM, Tops Radio, Big C Station และ Carrieour Variety Hits Radio ซึ่งทั้ง 4 คลื่น เน้นการหารายได้จากการขายเวลาโฆษณา โดยมีกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันตามรูปแบบรายการที่ชัดเจนจนกลายเป็นที่สนใจของลูกค้าที่เดินซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้ามากขึ้นเรื่อย ๆ จากผลการสำรวจของ Nielsen Company (Thailand) เมื่อปี 2548 มีผู้รู้จักสื่อดังกล่าว

เพียง 50% และจากผลการสำรวจล่าสุด ผลปรากฏว่าลูกค้าที่เดินซื้อปิ้งในห้างต่าง ๆ นั้น รู้จักสื่อวิทยุเสียงตามสายภายในห้าง P.O.P. Radio เพิ่มมากขึ้นเป็น 66% หรือจำนวน 7 ใน 10 คนสามารถรับรู้สื่อโฆษณานี้ได้ นอกจากนี้ ยังได้เริ่มต้นเข้าไปบริหารสื่อ DDS ซึ่งเป็นสื่อจอภาพในห้างโมเดิร์นเทรด ควบคุมโดยการส่งสัญญาณทางไกลผ่าน ADSL เป็นนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์ทางการตลาดสำหรับลูกค้าที่ต้องการสื่อที่มีความฉับไวในการเปลี่ยนแปลงสปอตโฆษณาได้อย่างรวดเร็ว

จากรายละเอียดของการแบ่งประเภทการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วย 2 ธุรกิจหลัก ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น หากพิจารณาถึงแหล่งที่มาของรายได้ซึ่งเป็นประเด็นของความอยู่รอดขององค์กร ซึ่งมีสัดส่วนที่มาของรายได้ โดยแบ่งออกตามประเภทขององค์กรย่อยภายใต้การควบคุมของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

แสดงที่มาของรายได้โดยแบ่งตามประเภทของการดำเนินธุรกิจของ  
บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ในปี พ.ศ. 2549-พ.ศ. 2551

ประเภทรายได้	2549		2550		2551	
	(ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	(ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	(ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
กลุ่มธุรกิจเพลง	902.6	29%	699.2	28%	460.6	19%
กลุ่มธุรกิจดิจิทัล	234.2	7%	209.1	8%	297.2	13%
กลุ่มธุรกิจทีวี	561.4	18%	540.0	21%	591.6	25%
กลุ่มธุรกิจภาพยนตร์	231.5	7%	296.3	12%	118.1	5%
กลุ่มธุรกิจกีฬา					214.9	9%
กลุ่มธุรกิจสื่อ	1,126.3	36%	685.2	27%	644.6	27%
กลุ่มธุรกิจบริการและสนับสนุน	22.1	1%	26.8	1%	16.8	1%
รายได้อื่น	62.2	2%	59.2	2%	27.3	1%
รวมรายได้	3,140.3	100%	2,515.8	100%	2,371.4	100%

ที่มา: รายงานประจำปี, บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน), 2551.

จากตาราง เมื่อวิเคราะห์ตัวเลขของรายได้จากธุรกิจในด้านต่าง ๆ ของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากรายได้ของธุรกิจหลัก ๆ ของบริษัทฯ แล้วพบว่า สัดส่วนของรายได้จากกลุ่มธุรกิจเพลง ซึ่งถือเป็นธุรกิจหลักขององค์กรนั้นมีรายได้จากปี พ.ศ. 2549 ถึง พ.ศ. 2551 ในสัดส่วนที่ลดลงจากสัดส่วน 29% ในปี 2549, 28% ในปี 2550 และลดลงเหลือ 19% ในปี 2551 กลุ่มธุรกิจต่อมา คือ กลุ่มธุรกิจดิจิทัล ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่เป็นสายงานที่เกิดจากการต่อยอดทางธุรกิจ โดยได้รับการพัฒนาและแยกตัวออกมาจากธุรกิจหลักดั้งเดิมของอาร์เอสซึ่งก็คือธุรกิจเพลง กลับมีสัดส่วนของรายได้โดยมีอัตราที่เพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ในปี 2549 มีสัดส่วนอยู่ที่ 7%, ปี 2550 มีสัดส่วนอยู่ที่ 8% และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 13% ในปี 2551 กลุ่มต่อมาได้แก่ กลุ่มธุรกิจโชว์บิซ ก็มีอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ ในปี 2549 มีสัดส่วน 18%, ในปี 2550 มีสัดส่วน 21% และในปี 2551 มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 25% ในกลุ่มธุรกิจภาพยนตร์ ในปี 2549 มีสัดส่วนอยู่ที่ 7%, ในปี 2550 มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็น 12% แต่ได้ปรับลดลงในปี 2551 โดยมีสัดส่วนลดลงเหลืออยู่ที่ 5% และในธุรกิจสื่อด้านต่าง ๆ ก็เช่นเดียวกัน ที่มีสัดส่วนของรายได้มีอัตราลดลง โดยในปี 2549 มีสัดส่วนของรายได้ทั้งหมดขององค์กรถึง 36%, ในปี 2550 มีสัดส่วนลดลงเหลือ 27% ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากันกับในปี 2551

### การดำเนินธุรกิจเพลงในรูปแบบเดิม

การประกอบธุรกิจเพลง มีรายได้หลักจาก 4 แหล่งดังต่อไปนี้

#### 1. รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เพลงในรูปแบบของแผ่น

อันประกอบไปด้วยงานเพลงไทยสากลและเพลงลูกทุ่ง ผ่านทางอัลบั้มชุดใหม่และชุดรวมฮิตในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ ซีดีเพลง (CD), วีซีดี (VCD), ดีวีดี (DVD) และ Dual Disc รวมไปถึงการจัดทำวีซีดี และดีวีดีบันทึกภาพการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินต่าง ๆ

#### 2. รายได้จากการบริหารผลงานเพลง (Music Content Management)

2.1 สปอนเซอร์ผู้สนับสนุนอัลบั้ม (Sponsorship for Music Album) สามารถสร้างรายได้จากการจัดชุดส่งเสริมการขายที่โฆษณาให้กับสินค้าต่าง ๆ บนผลิตภัณฑ์เพลงของเครืออาร์เอส ทั้งปก CD, VCD, DVD, Dual Disc, ท้ายสปอตมิวสิกวีดีโอและสปอตโฆษณาอัลบั้ม รวมไปถึงมูลค่ารายได้จากการวางสินค้าของลูกค้าผู้สนับสนุนอัลบั้มในมิวสิกวีดีโอของศิลปิน (Product Placement), ทำกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้าเพิ่มเติมและประชาสัมพันธ์ไปกับสื่อต่าง ๆ ในเครือไม่ว่าจะเป็น TV, Radio หรือ Publishing เพื่อเพิ่มการมองเห็นสินค้าในจุดต่าง ๆ ให้กับสินค้าของลูกค้า (Media Exposure)

## 2.2 รายได้จากการจัดคอนเสิร์ต ประกอบด้วย

- ผู้สนับสนุน โดยจะมีการจัดส่งเสริมการขายสิทธิ์ในการเป็นผู้สนับสนุนคอนเสิร์ตให้กับสินค้าอื่น ๆ ที่ต้องการมีรูปแบบการขายอย่างหลากหลาย ทั้งผู้สนับสนุนหลักตราสินค้าเดียว ทั้งคอนเสิร์ต (Sole Sponsorship) หรือผู้สนับสนุนร่วมกันหลายตราสินค้าในคอนเสิร์ต (Co-Sponsorship)

- รายได้จากการจัดจำหน่ายบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต
- รายได้จากการจำหน่ายวีซีดี, ดีวีดีบันทึกภาพการแสดงคอนเสิร์ต

2.3 รายได้จากการจัดกิจกรรมการตลาด เช่น School Tour, Campus Tour, Mall Tour หรือ Contest เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการรับรู้ผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเชื่อมโยงไปกับศิลปินของอาร์เอส นับเป็นกิจกรรมที่สามารถต่อยอดจากอัลบั้มเพลงและสร้างประสบการณ์ทางการตลาด (Experience Marketing) ควบคู่ไปกับดนตรีได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2.4 รายได้จากการแต่งเพลงในโอกาสพิเศษและกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น การแต่งเพลงให้กับหน่วยงานย่อยที่แบ่งออกไปตามภาคของธุรกิจอื่น ๆ ภายในองค์กรใหญ่ ที่รับผิดชอบโครงการสร้างภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ในโครงการต่าง ๆ ได้แก่ การแต่งเพลงเพื่อใช้ในโครงการ “คนไทยรักกัน” โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อการรณรงค์เสริมสร้างความรัก ความสามัคคีกันของคนไทยทั้งชาติ โดยมุ่งเน้นนำเสนอความเป็นคนไทยด้วยกันของคนทั้งชาติ โดยเฉพาะคนไทยใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่กำลังประสบปัญหาจากการก่อความไม่สงบอยู่ในปัจจุบัน หรือการแต่งเพลงเพื่อใช้ในโครงการ “เฉลิมพระเกียรติ 5 ธันวาคมมหาราช” ของทุก ๆ ปี เป็นต้น

## 3. รายได้จากการจัดเก็บลิขสิทธิ์เพลง

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการและองค์ประกอบการผลิตงานเพลง

### 3.1 ทีมงานสรรหา คัดเลือก และพัฒนาศิลปิน (Pre-Production Unit)

การดำเนินงานของบริษัทฯ โดยทีมงานที่มากด้วยประสบการณ์ ประกอบด้วย การสรรหา การคัดเลือก และการพัฒนาศิลปินซึ่งล้วนมีความสำคัญต่อการผลิตผลงานในขั้นต่อไป ไปเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นขั้นตอนของการคัดเลือกบุคลากรที่จะเป็นศิลปินคุณภาพต่อไป และการมีศิลปินใหม่เพิ่มขึ้นมา ทำให้บริษัทฯ มีโอกาสในการสร้างงานเพิ่มมากขึ้น ทั้งงานเพลง, งานแสดง, งานโฆษณา และภาพยนตร์

### 3.2 ค่ายเพลง (Music Label)

กลุ่มบริษัทที่ค่ายเพลงผลิตเพลงทั้งสิ้น 7 ค่าย ซึ่งแต่ละค่ายมีความถนัดในแนวเพลงที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็น Pop, Rock, Hip Hop, R&B & Easy Listening ทุกค่ายล้วนประกอบด้วย โปรดิวเซอร์, ครีเอทีฟ, นักแต่งเพลง, ทำนอง, ผู้เรียบเรียงเสียงประสานที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในวงการเพลงเป็นระยะเวลาอันยาวนาน

### 3.3 งาน Music Distribution (บริษัท เค.มาสเตอร์ เดิม)

สายงานย่อย ทำหน้าที่จัดหากลุ่มผู้ผลิต (Supplier) เพื่อผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบของ CD VCD DVD และ Dual Disc โดยทำการจัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภคระบบผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้าประเภท Modern Trade อาทิเช่น ห้างแม็คโคร, ห้างคาร์ฟูร์, ห้างโลตัส หรือห้างบิ๊กซี เป็นต้น

### 3.4 งานรวมฮิต

งานรวมฮิต เป็นอีกช่องทางหนึ่งของการหารายได้จากลิขสิทธิ์งานเพลงที่ออกเป็นอัลบั้มแล้วนำกลับมารวมฮิตใหม่เฉพาะเพลงที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟัง ผู้ซื้อบางกลุ่มนิยมซื้ออัลบั้มใหม่ และเมื่อมีการนำเพลงที่ชอบมาทำการรวมฮิตอีกครั้ง ก็สามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้ซื้อบางกลุ่มที่นิยมฟังเฉพาะชุดรวมฮิต และเลือกซื้อเก็บไว้เป็นของสะสม (Collection) ทำให้ผลงานรวมฮิตมีตลาดรองรับและมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นซึ่งสวนทางกับงานเพลงในลักษณะการนำเสนอผลงานเพลงของศิลปินเพียงคนเดียวหรือกลุ่มเดียว

## 4. รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เพลงในรูปแบบต่าง ๆ

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านทางระบบดิจิทัล (Digital Content) ไม่ว่าจะเป็นการดาวน์โหลดเพลง (Download), การดาวน์โหลดเสียงเรียกเข้าผ่านทางโทรศัพท์ (Ring Tone), การเลือกซื้อเพลงรอสายผ่านเครือข่ายของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Ring Back Tone), การดาวน์โหลดภาพผ่านทางระบบโทรศัพท์ในรูปแบบ Wallpaper, Screen Server และอื่น ๆ

## ทีมงานการตลาด MCM (Music Content Management)

ทีมงานการตลาด MCM รับผิดชอบหน้าที่เป็นศูนย์กลางของธุรกิจเพลงในการดูแลการหารายได้ต่อยอดจากผลงานเพลงนอกเหนือจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เพลง โดยมุ่งเน้นการสร้างรายได้จากการทำการตลาดขององค์กรที่ใช้ Music Marketing เป็นเครื่องมือในการทำการตลาดผ่านการเชื่อมโยงระหว่างตราสินค้าและศิลปินในกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ โดยการพัฒนา

รายได้จากกิจกรรมที่เป็นช่องทางสำคัญในการโปรโมทอัลบั้ม และศิลปิน ซึ่งวิธีการนี้นอกจากจะเป็นการเพิ่มช่องทางในการหารายได้ให้กับธุรกิจเพลงแล้ว ยังเป็นการเพิ่มช่องทางในการโปรโมทอัลบั้มต่าง ๆ ของธุรกิจเพลง ผ่านทางกลุ่มเป้าหมายของตราสินค้า อีกด้วย (รายงานประจำปี, 2549, น. 25)

### รายได้หลักของ MCM มาจากช่องทางดังต่อไปนี้

1) การสนับสนุนหรือให้การสปอนเซอร์อัลบั้มเพลง โดยเป็นการสร้างรายได้จากการจัดและรับออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Package) หรือการวางรูปแบบการขายพื้นที่โฆษณาให้กับสินค้าอื่น ๆ ในปก CD, VCD, DVD, Dual Disc, ท้ายสปอตมิวสิก วีดีโอ และสปอตโฆษณาอัลบั้ม รวมไปถึงการปรากฏสินค้าในมิวสิกวิดีโอของศิลปิน (Product Placement) หรือการทำกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้าเพิ่มเติม โดยทำการโฆษณาและนำเสนอไปกับสื่อต่าง ๆ ในเครือไม่ว่าจะเป็น TV, Radio, Publishing เพื่อเพิ่มการมองเห็นสินค้าในจุดต่าง ๆ ให้กับสินค้าของลูกค้า (Media Exposure)

2) ให้การสนับสนุน (Sponsor) คอนเสิร์ตใหญ่ที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อช่วยในการเปิดตัวหรือทำการโปรโมทอัลบั้มใหม่ของศิลปินหลัก เช่น พิล์ม แดน-ป๊ม โปงกลางสะออน โดยจะมีการจัดชุดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ (Package) เพื่อนำเสนอการขายสิทธิ์ในการเป็นผู้สนับสนุนคอนเสิร์ตให้กับสินค้าอื่น ๆ ที่ต้องการ โดยมีการขายในหลากหลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบของ Sole Sponsorship หรือในรูปแบบ Co-Sponsorship ในขณะเดียวกัน ก็สามารถหารายได้เพิ่มเติมจากการขายตัวคอนเสิร์ต อาทิเช่น คอนเสิร์ต Nice Club สมาคมคนน่ารัก by แดน-ป๊ม, พิล์ม ยากูซ่าทำดวงลคอนเสิร์ต และในคอนเสิร์ตคิดถึงแม่ ในปี 2549 เป็นต้น

3) ให้การสนับสนุน (Sponsor) กิจกรรมทางการตลาดอื่น ๆ ที่เป็นการสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมย่อยทางการตลาดเพื่อโปรโมทศิลปินต่าง ๆ โดยสามารถผสมความต้องการของลูกค้าเข้ามาในกิจกรรม อาทิเช่น School Tour, Mall Tour & Contest ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าองค์กร เป็นอย่างดี เนื่องจากการขยายตัวของการทำงานการตลาดที่มุ่งเน้นที่การสร้างสรรค์มูลค่า (Value Creation) ให้กับผลิตภัณฑ์ (Brand) ของตนเองในระยะยาว (Below-The-Line)

### ลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการ

RS Music Distribution (เดิม คือ บริษัท เค.มาสเตอร์ จำกัด) ทำหน้าที่จัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบของ CD VCD DVD และแผ่นดิสก์ที่สามารถฟังเพลงและดูภาพเคลื่อนไหวได้ใน

แผ่นเดียวกัน ที่เรียกกันว่า Dual Disc ซึ่งเป็นผลงานความบันเทิงด้านต่าง ๆ ของอาร์เอส ผ่านช่องทาง การการจัดจำหน่ายต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดในการดำเนินธุรกิจ ดังต่อไปนี้

RS Music Distribution เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับดนตรีให้กับค่ายเพลงต่าง ๆ และบริษัทอื่น ๆ ในเครืออาร์เอสเป็นหลัก ทั้งยังมีการจำหน่ายสินค้านอกเครือในรูปแบบของ CD VCD DVD และ Dual Disc ด้วย เช่น เพลงสากล, เพลงลูกทุ่ง, เพลงไทยสากล โดยผ่านช่องทาง การจำหน่ายต่าง ๆ ที่มีอยู่ เช่น Traditional trade (ร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีก), Modern trade (Hypermarket, Convenience Store, Music and Movie Shop) โดยมีแนวทางการบริหารงานดังต่อไปนี้

### 1. การวางโครงสร้างระบบการจัดจำหน่าย

เป็นการบริหารงานเพื่อให้สินค้าของอาร์เอส กระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและแม่นยำเนื่องจากสินค้าที่จัดจำหน่ายนั้นมีหลากหลายประเภท ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นระบบการจัดจำหน่ายถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุน และส่งเสริมให้สินค้าต่าง ๆ เหล่านี้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่วางไว้

### 2. การเลือกใช้แหล่งผลิตสินค้าที่มีการควบคุมคุณภาพและมาตรฐาน

RS Music Distribution ได้วางนโยบายในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า โดยเริ่มต้นจากกระบวนการตรวจสอบมาตรฐานให้สมบูรณ์แบบ ก่อนจะนำไปผลิตเป็นซอฟต์แวร์บันเทิง และจัดหาแหล่งผลิตที่มีเครื่องจักรและอุปกรณ์ทันสมัย ผ่านการรับรองจากองค์กรมาตรฐานสากล มีกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพของการผลิต อาทิเช่น ความสมบูรณ์ของภาพและเสียง, คุณภาพการพิมพ์ปก เป็นต้น มีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและการผลิตชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผ่นซีดี และกล่องซีดี เพื่อให้ได้รับสินค้าที่มีคุณภาพสูงออกมาสู่กลุ่มลูกค้า

### 3. การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ

การนำเสนอผลงานเพลงให้กับกลุ่มคนฟังที่มีหลากหลายประเภทนั้น RS Music Distribution ในฐานะที่เป็นตัวแทนจำหน่ายผลงานเพลงของอาร์เอส ซึ่งเป็นหน่วยงานที่พบปะลูกค้าในตลาดอยู่ตลอดเวลาทำให้สามารถสำรวจความต้องการของลูกค้าได้สม่ำเสมอทุกเดือน จะทำการประเมินผลการสำรวจเพื่อสรุปและประมวลผล จากนั้นก็จะประสานงานไปยังค่ายเพลงต้นสังกัดของอาร์เอส เพื่อนำเสนอผลการตอบรับของลูกค้าในตลาด ทำให้แต่ละค่ายเพลงได้รับภาพสะท้อนจากลูกค้าได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถนำไปปรับปรุงการผลิตผลงานเพลงออกมาให้ตรงกับความต้องการของตลาดและกลุ่มลูกค้ามากที่สุด นอกจากนี้เมื่อสามารถทำให้แต่ละค่ายเพลงของอาร์เอส สามารถผลิตผลงานเพลงได้ตรงกับความต้องการของตลาด

#### 4. การควบคุมต้นทุนการผลิตและจัดจำหน่าย

หน่วยงานที่ดูแลและบริหารงานด้านการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าของอาร์เอสทั้งหมด ได้แก่ RS Music Distribution ทำให้ต้องวางแผนการทำงานด้านการผลิตให้สอดคล้องกับค่ายเพลงต่าง ๆ ทั้งนี้ได้มีการประสานงานและวางแผนการจัดจำหน่ายร่วมกับค่ายเพลงต่าง ๆ โดยในอดีตธุรกิจเพลงของอาร์เอสมีการวางแผนกลยุทธ์ในการออกอัลบั้มโดยมีการผลิตผลงานที่เน้นด้านปริมาณของอัลบั้มเพลงของศิลปินที่ออกสู่ตลาด โดยมีการจัดซื้อเครื่องจักรที่มีค่อนข้างราคาสูงมาเป็นจำนวนมากเพื่อใช้ในการผลิตทั้งหมด ถือเป็นการลงทุนโดยใช้เงินทุนเป็นจำนวนมากในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากธุรกิจเพลง ของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)