



อาร์เอส 2549 / รายงานประจำปี



1	สารสนเทศจากประธานกรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	3
2	ผู้บริหาร	8
3	บทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคม	10
4	การลงทุนในบริษัทย่อย	17
5	ข้อมูลทางการเงิน	20
6	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	22
7	ปัจจัยความเสี่ยง	73
8	โครงสร้างการถือหุ้นและการจัดการ	79
9	รายการระหว่างกัน	106
10	คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน	113
11	งบการเงิน	124

สาส์นจากประธานกรรมการ
และ
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



สารสนเทศจากประธานกรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

เรียนท่านผู้ถือหุ้น

ปี 2549 ที่ผ่านมาเป็นปีที่ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น ภัยธรรมชาติ ราคาน้ำมัน ปัญหาความไม่สงบในภาคใต้ รวมทั้งเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองหลายครั้งโดยครั้งสำคัญคือการทำรัฐประหารของคณะปฏิรูปการปกครองเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2549 แม้กระนั้นก็ตาม เศรษฐกิจไทยก็ยังคงมีการเติบโตถึง 5%

สำหรับอาร์เอส นอกจากจะเป็นปีที่บริษัทมีอายุครบ 25 ปีแล้ว ปี 2549 ยังเป็นปีที่บริษัทประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานอย่างดียิ่ง อันเป็นผลมาจากความสำเร็จในการปรับกลยุทธ์ขององค์กรให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการเข้ามาของเทคโนโลยี ซึ่งมีผลให้รูปแบบของการหารายได้จากคอนเทนต์เพลงเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเป็นผลให้ยอดขายของสินค้าเพลงในรูปแบบซีดี วิดีโอ ลดลง แต่มีการเติบโตของรายได้ในรูปแบบอื่น เช่น รายได้จากธุรกิจนิวมีเดียหรือธุรกิจดิจิทัล รายได้จากการจัดคอนเสิร์ต และกิจกรรมการตลาดหรือธุรกิจโชว์บิซ เป็นต้น นอกจากนี้ในปี 2549 บริษัทยังได้มีการขยายงานในส่วนของธุรกิจสื่อเพิ่มขึ้นอันมีผลทำให้รายได้โฆษณาจากธุรกิจสื่อทั้ง 3 ประเภท คือวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์สูงขึ้น อีกด้วย

โดยในปี 2549 ที่ผ่านมา บริษัทมีรายได้รวมทั้งสิ้น 3,140.2 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโต 14.3% นอกจากการเติบโตทางด้านรายได้แล้ว บริษัทยังสามารถควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้ตามเป้าหมายอันสืบเนื่องมาจากการปรับเปลี่ยนนโยบายทางด้านบัญชีให้สอดคล้องกับวิธีการบริหารลิขสิทธิ์เพลงและภาพยนตร์ในปัจจุบัน รวมถึงการบริหารสินค้าคงคลังของสินค้าเพลงภายใต้สถานะที่ช่องทางการจำหน่ายต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทำให้อัตราการทำกำไรเบื้องต้นเพิ่มขึ้นจาก 26% เป็น 27.35% และค่าใช้จ่ายขายบริหารลดลงถึง 50% อันเป็นผลให้บริษัทมีกำไรสุทธิ 154.5 ล้านบาทคิดเป็นอัตราการทำกำไรสุทธิ 4.93% เพิ่มขึ้นจากที่ติดลบ 15.76% ในปี 2548

ทั้งนี้ การเติบโตของรายได้จากกลุ่มธุรกิจต่างๆของกลุ่มอาร์เอสได้ถูกสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปของชิ้นงานที่ปรากฏสู่สายตาสาธารณชน เช่น การประสบความสำเร็จของอัลบั้มบันทึกการแสดงสด โปงลางสะออน ที่สามารถทำยอดขายวีซีดีทะลุ 1 ล้านแผ่นในเวลาเพียง 2 สัปดาห์ การประสบความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่อง แสบสนิทศิษย์ส่ายหน้า ที่สามารถทำยอดขายได้จากการฉายในโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลกว่า 100 ล้านบาท การจัดการแข่งขันมวยปล้ำ WWE Live in Thailand เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังได้สร้างปรากฏการณ์ให้กับวงการเพลงด้วยการสร้างศิลปินโซโล่รายแรกในเมืองไทย คือ ดีดีซี (DDZ) และการออกดีวีดีอัลบั้มแรกในเมืองไทยของ วง เกิร์ลลี่ เบอร์รี่ และยังได้จำหน่ายเพลงผ่านเว็บไซต์อย่างถูกกฎหมายเป็นรายแรกในเมืองไทยผ่านเว็บไซต์ www.mixiclub.com อีกด้วย

ความสำเร็จที่เกิดขึ้นในปี 2549 คือผลของการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน วางแผนการปฏิบัติงานอย่างรอบคอบ ปรับโครงสร้างองค์กรและปรับเปลี่ยนทัศนคติของบุคลากรเพื่อให้อาร์เอสสามารถเป็นองค์กรที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของโลกที่ไร้พรมแดนได้อย่างแท้จริง



ในขณะเดียวกัน บริษัทได้พิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจของกลุ่มอาร์เอสว่าไม่ได้เน้นอยู่ที่ธุรกิจเพลงเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป จึงได้วางแผนเรื่องการนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ในฐานะเครือข่ายความบันเทิง(The Entertainment Network) ที่ประกอบไปด้วย 2 กลุ่มธุรกิจหลักคือ การเป็นผู้ให้บริการทางด้านคอนเทนต์บันเทิงและกีฬา(Entertainment and Sport Content Provider) อันประกอบไปด้วยคอนเทนต์ 5 ประเภท คือ เพลง ดิจิตอล ภาพยนตร์ ทีวีบิซ และกีฬา และการเป็นผู้ให้บริการสื่อครบวงจร (Multi Media Service) คือ โทรศัพท์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์

โดยที่ธุรกิจย่อยเกือบทั้งหมดเป็นสิ่งที่อาร์เอสได้ดำเนินการอยู่แล้ว แต่มีการนำมาจัดกลุ่มใหม่เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการบริหารจัดการและง่ายต่อการสร้างความเข้าใจแก่พันธมิตรทางธุรกิจ ลูกค้า นักลงทุนและผู้ถือหุ้นยิ่งขึ้น โดยอาร์เอสได้มีการขยายงานในส่วนของธุรกิจทีวีบิซด้วยการลงทุนใน บริษัท อาร์เอสไอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เพื่อขยายการสร้างสรรค์งานคอนเสิร์ตและงานโชว์ ไปในรูปแบบของศิลปินต่างประเทศมากขึ้น จากเดิมที่ทำเฉพาะในส่วนของศิลปินในสังกัด โดยผลงานต่างๆเหล่านี้จะเริ่มปรากฏสู่สายตาของผู้บริโภคตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 2550 เป็นต้นไป นอกจากนี้บริษัทยังได้ขยายธุรกิจไปในส่วนของคอนเทนต์ทางด้านกีฬาด้วยการลงทุนในบริษัทอาร์เอส อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล บรอดคาสต์ติ้ง แอนด์ สपोर्ट्स แมเนจเมนต์ จำกัด ซึ่งได้รับสิทธิในการบริหารลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกใน 2 สมัยหน้าคือ ในปี 2553 และ 2557 และยังสามารถเข้าไปบริหารจัดการการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆอีกในอนาคต

ในการนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ในครั้งนี้ นอกเหนือจากการเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท อาร์เอส โปรโมชัน จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท อาร์เอส จำกัด(มหาชน) เพื่อลบภาพการเป็นแค่เพียงค่ายเพลงออกจากแบรนด์แล้ว บริษัทยังได้นำเสนอตราสัญลักษณ์ใหม่ที่สะท้อนถึงการเป็น **เครือข่ายความบันเทิง ภายใต้กรอบแนวคิด Inspired** เพื่อเป็นแบรนด์ที่จะสร้างแรงบันดาลใจ เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากการเป็นผู้สร้างสรรค์ เป็นผู้ให้ความสุข ผู้ให้สาระ ผู้เติมเต็มชีวิต ผู้สร้างความฝันและจินตนาการ ด้วยคุณสมบัติ 5 ประการ คือ ความเป็นผู้นำสมัย ความเป็นมิตร ความเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ ความเป็นมืออาชีพและความเป็นสากล ซึ่งตราสัญลักษณ์ใหม่นี้ได้ถูกนำออกมาใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2550

โดยการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลยหากบริษัทไม่สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน รากลึกในองค์กรและปรับเปลี่ยนกระบวนการ วิธีการปฏิบัติงาน และทัศนคติในการทำงานของพนักงานในทุกระดับ นอกจากนี้การปรับเปลี่ยนแบรนด์ในครั้งนี้ได้เปิดโอกาสให้บริษัทได้เชื่อมโยงศักยภาพของสินทรัพย์ที่มีอยู่ในกลุ่มซึ่งได้แก่ คอนเทนต์และสื่อประเภทต่างๆ และเพิ่มการประสานความร่วมมือภายในกลุ่มให้กว้างขวางยิ่งขึ้น มีการขายผลิตภัณฑ์และบริการร่วมกันของหน่วยงานต่างๆในเครือ รวมทั้งเพิ่มการรับรู้ของตลาดในตัวบริษัทได้มากขึ้นอีกด้วย

ขณะเดียวกันบริษัทได้มีการส่งเสริมและพัฒนาหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทอย่างต่อเนื่อง และยึดถือปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ ในรอบปีที่ผ่านมามีบริษัทได้รับการประกาศรายชื่อเป็นบริษัทที่มีผลการประเมินในระดับ “ดี” จากรายงานผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2549 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถเทียบเคียงได้กับมาตรฐานสากล อันนำไปสู่การสร้างความสามารถในการแข่งขัน ความเจริญเติบโต และเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว



สาส์นจากประธานกรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ทั้งนี้บริษัทฯ จะยังคงพัฒนาในทุกๆด้าน เพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์การเป็น “ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ผลงาน
บนพื้นฐานคุณภาพ ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม” เพื่อสร้างสรรค์ความสุข ด้วยความบันเทิงที่เปี่ยมด้วยสาระ
โดยผลักดันแรงบันดาลใจ ส่งเสริมความคิด ทักษะ ทักษะ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ให้สมบูรณ์แบบและพัฒนา
ต่อไปในอนาคต

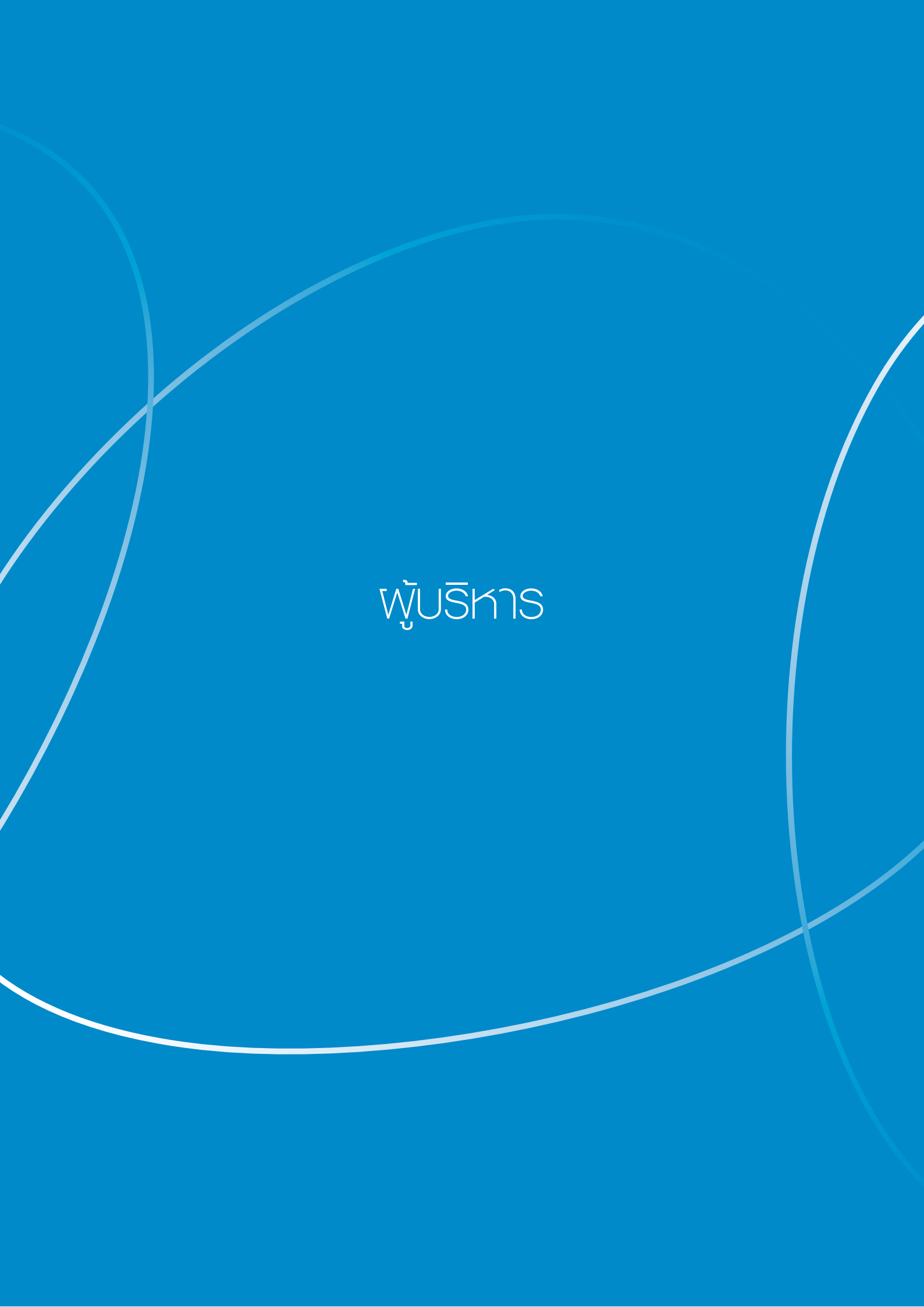
ในนามของคณะกรรมการบริษัทฯ ขอถือโอกาสนี้ขอบคุณท่านผู้ถือหุ้น ลูกค้า หน่วยงานราชการ และผู้มี
อุปการะคุณ รวมถึงพนักงานทุกท่านที่ทุ่มเททำงานอย่างไม่เห็นแก่ความเหน็ดเหนื่อย เพื่อให้เราสามารถ
เชื่อมโยงความต้องการของผู้บริโภคเข้ากับคอนเทนต์ ด้วยเทคโนโลยีและสื่อครบวงจรที่มีอยู่ อันจะทำให้
อาร์เอสสามารถเป็นเครือข่ายความบันเทิงที่สมบูรณ์แบบในการเติมเต็มชีวิตและมอบความสุขแก่ผู้คน
ในสังคมได้อย่างแท้จริง

นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์
ประธานกรรมการ

นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



1. เกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์
ประธานกรรมการ
2. สุรชัย เชษฐโชติศักดิ์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
และกรรมการผู้จัดการ



พื้บรืการ



- | | |
|--------------|----------------|
| 1. เกรียงไกร | เชษฐโชติศักดิ์ |
| 2. สุรัชย์ | เชษฐโชติศักดิ์ |
| 3. สุวัฒน์ | เชษฐโชติศักดิ์ |
| 4. คมสันต์ | เชษฐโชติศักดิ์ |
| 5. พรพรรณ | เดชรุ่งชัยกุล |
| 6. ยรรยง | อักรจินดานนท์ |
| 7. ประสงค์ | รุ่งสมัยทอง |
| 8. มณฑิรา | ลิ้มปนารมณี |

ประธานกรรมการ
 ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ
 รองประธานกรรมการบริหาร
 กรรมการผู้จัดการบริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด
 รองกรรมการผู้จัดการ – สำนักประธาน
 รองกรรมการผู้จัดการ – ธุรกิจดิจิทัล
 รองกรรมการผู้จัดการ – บริหารภาพลักษณ์ และ สินทรัพย์องค์กร
 รองกรรมการผู้จัดการ – ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคม

สืบเนื่องจาก อาร์เอส เป็นหนึ่งในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานแบบครบวงจร ซึ่งถือว่าเป็นสื่อกลางของประชาชนส่วนใหญ่ในสังคมไทย ดังนั้น บริษัทฯ จึงดำเนินนโยบายให้สอดคล้อง และ ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสำคัญ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงการพัฒนาสังคม และการรักษามาตรฐานในการดำเนินธุรกิจ โดยในปี 2549 ที่ผ่านมามี อาร์เอส ได้เข้าร่วม และ ดำเนินกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในหลายๆ โครงการ ดังตัวอย่างเช่น



เยาวชนวัยใสห่างไกลยาเสพติด

หลักการและเหตุผล :

เนื่องจากสถานการณ์ในปัจจุบันนี้ เยาวชนไทยถูกคุกคามจากยาเสพติดเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัญหานี้เป็นที่มาของปัญหาอื่นๆ มากมายในสังคม เช่น ปัญหาด้านอาชญากรรม การลักขโมย ปัญหาครอบครัว ปัญหาการล่องละเมิดทางเพศ ฯลฯ ซึ่งปัญหาต่างๆ เหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันมิให้ปัญหายาเสพติดลุกลามไปกว่านี้ ทาง บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่เยาวชนไทย โดยได้จัดโครงการ “เยาวชนวัยใสห่างไกลยาเสพติด” ขึ้น เพื่อเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้เยาวชนไทยห่างไกลจากสิ่งเสพติด และสร้างเยาวชนให้เป็นแกนนำในการพัฒนาชุมชนให้ห่างไกลจากยาเสพติด พร้อมกับการฟื้นฟูสภาพจิตใจเยาวชนที่ติดสิ่งเสพติดให้มีสุขภาพทางกายและใจ กลับมาติดั้งเดิมอีกครั้ง

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อต่อต้านยาเสพติด
2. เพื่อเผยแพร่ความรู้ถึงประโยชน์และโทษของยาเสพติด
3. ฟื้นฟูสภาพจิตใจเยาวชน

ผลการดำเนินงาน :

1. การแพร่กระจายของยาเสพติดน้อยลง
2. สมาชิกมีความรู้ถึงประโยชน์และโทษของยาเสพติด
3. สภาพจิตใจเยาวชนมีการพัฒนาที่ดีขึ้น

กิจกรรมเยาวชนวัยใสต้านภัยยาเสพติด :

1. แข่งกีฬาฟุตบอลต้านยาเสพติด ระหว่าง คีลปิน กับ เยาวชนในชุมชนคลองเตย
2. คีลปิน – ดารา เป็นแกนนำในการรณรงค์และพัฒนาชุมชนให้ห่างไกลยาเสพติด

ให้กำลังใจทหารที่ได้รับบาดเจ็บ จาก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เนื่องในวันทหารผ่านศึก

หลักการและเหตุผล :

เนื่องจากช่วงหลายปีที่ผ่านมาสถานการณ์รุนแรงต่างๆในภาคใต้ ได้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบต่างๆมากมาย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนที่สูญเสียบิดามารดาจนต้องกลายเป็นเด็กกำพร้าซึ่งมีผลต่อสภาพจิตใจของเด็ก รวมทั้งครูยังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ที่ถูกลอบทำร้าย ทำให้เกิดความกดดันและเครียด ส่งผลให้ขาดกำลังใจในการทำงานจะเห็นได้ว่าจากสถานการณ์รุนแรงต่างๆที่เกิดขึ้นภายในภาคใต้ได้ส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจของเด็ก เยาวชนและครูเป็นอย่างมาก ซึ่งพวกเขาเหล่านี้ควรได้รับการฟื้นฟูสภาพจิตใจและควรได้รับกำลังใจจากทุกๆฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นทั้งภาครัฐและเอกชน

เหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทาง บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนสายธุรกิจบันเทิงที่ให้ความสำคัญและได้ให้การช่วยเหลืองานทางด้านสังคมมาโดยตลอด อีกทั้งเพื่อเป็นการให้กำลังใจทหาร ที่ปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และเนื่องในวันทหารผ่านศึก ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กรเล็งเห็นว่าสมควรดำเนินกิจกรรม “ให้กำลังใจทหาร 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้” ที่ได้รับบาดเจ็บจากการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้เกิดขวัญและกำลังใจยิ่งขึ้น



วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดน
2. เพื่อให้เห็นถึงบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม ภาคใต้
3. เพื่อแสดงให้เห็นว่า ศิลปิน ดาราในสังกัด บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) มีความห่วงใยในสถานการณ์รุนแรงต่างๆ ภายในภาคใต้
4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับทางกองทัพบก

ผลการดำเนินงาน :

1. ส่งผลให้ภาพลักษณ์บริษัทดีขึ้นในการให้ความสำคัญและตอบแทนสังคม
2. ประสานความสัมพันธ์อันดีกับกองทัพบก
3. ทหารที่ได้รับบาดเจ็บได้มีกำลังใจมากยิ่งขึ้น

ช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม

หลักการและเหตุผล :

เนื่องจากสถานการณ์ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในเขตจังหวัดภาคกลาง ซึ่งมีน้ำไหลป่ามาพร้อมกับ พัดเอาบ้านเรือน พืชไร่ สัตว์เลี้ยง และการคมนาคมเสียหาย ทำให้ต้องเผชิญกับความสูญเสียต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนจำนวนมากซึ่งทำให้ประชาชนต้องเดือดร้อน และประสบกับปัญหาอุทกภัยน้ำท่วม ไม่สามารถออกไปทำมาหากินได้ตามปกติ



ทาง บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนของภาคเอกชนที่ให้ความช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อนและสังคมมาโดยตลอด และ มองเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้น จึงได้ร่วมมือกับกองทัพบก กองทัพอากาศ ร่วมในการแก้ไขช่วยเหลือปัญหาสถานการณ์อุทกภัยน้ำท่วม มอบเครื่องอุปโภค บริโภค และ ฟืนฟืนสภาพจิตใจให้กำลังใจ เยาวชน และประชาชนที่ได้รับผลกระทบ ในจังหวัดอ่างทองและอยุธยา เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลเนื่องในวโรกาสทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ในครั้งนี้

ลักษณะการดำเนินงานกิจกรรม :

1. ศิลปิน ช่วยเหลือประชาชนด้วยการทำทานบิณฑบาต
2. ศิลปินร่วมแจกถุงยังชีพให้กับผู้ประสบภัย
3. ศิลปิน – ดารา ให้กำลังใจและแจกของให้กับผู้ที่บาดเจ็บจากเหตุการณ์ภัยพิบัติในโรงพยาบาล
4. มอบส้วมลอยน้ำ

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อทำความดีถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ทาง บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ร่วมเป็นตัวแทนของภาคเอกชน ที่มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์อุทกภัยน้ำท่วม
2. เพื่อแสดงให้เห็นว่า บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ศิลปิน ดารา ในสังกัด มีความห่วงใยในสถานการณ์อุทกภัยน้ำท่วม
3. เพื่อฟื้นฟูสภาพจิตใจ และ ให้กำลังใจ ต่อเด็ก เยาวชน และ ประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์อุทกภัยน้ำท่วม

ผลการดำเนินงาน :

1. ทำความดีถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนของภาคเอกชน ที่มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์อุทกภัยน้ำท่วม
2. ภาพลักษณ์ที่ดี กับ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ศิลปิน-ดารา ในการช่วยเหลือและตอบแทนสังคม
3. สภาพจิตใจ และกำลังใจ ของเยาวชนและประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์อุทกภัยน้ำท่วมดีขึ้น



รณรงค์ปลอดภัยวันวาเลนไทน์

เนื่องจากเดือนกุมภาพันธ์ เป็นเดือนแห่งความรัก บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วยศิลปินได้ร่วมกันจัดโครงการรณรงค์ “ปลอดภัยวาเลนไทน์” เพื่อเป็นการแสดงถึงการมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม ร่วมรณรงค์วัยรุ่นได้ตระหนักถึงอันตรายที่เกิดจากการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ โดยจัดขบวนรณรงค์เดินแจกสติ๊กเกอร์ และแผ่นพับให้กับประชาชน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเรียนรู้ และตื่นตัวกับผลเสียที่จะตามมา

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร
2. เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินในการสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมและเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน
3. เพื่อสร้างจิตสำนึกเรื่องความรักของวัยรุ่นไทย

ผลการดำเนินงาน :

1. ภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร
2. ภาพลักษณ์ที่ดีของศิลปินในแง่ของการช่วยเหลือสังคม
3. ประชาสัมพันธ์ศิลปินเพื่อเป็นการโปรโมท ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ครอบครัวอบอุ่น สังคมแข็งแรง

หลักการและเหตุผล :

เนื่องด้วยสถานการณ์ทางสังคมมีความแปรปรวนไปอย่างรวดเร็วตามยุคสมัยแห่งโลกาภิวัตน์ ทุกคนในสังคมต่างต้องแก่งแย่งแข่งขันกันทำมาหากินมากขึ้น ทำให้หลายคนละเลย และ มองข้ามสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบกาย เพราะต่างก็คิดแต่จะทำเพื่อตนเอง เพื่อความอยู่รอดของตนและครอบครัวใหม่ที่สร้างขึ้น ละเลยครอบครัวพ่อแม่พี่น้องที่เลี้ยงดูมา จนกลายเป็นปัญหาการปล่อยปละละเลย ทอดทิ้งบุพการีที่ให้อาหาร เกิดเป็นปัญหาสังคมที่นับวันจะเพิ่มมากขึ้นทุกวันๆ

ดังนั้น เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกให้กับเยาวชนประชาชนคนไทยทุกคน ได้ตระหนักถึงปัญหาการทอดทิ้งผู้สูงอายุ และเนื่องในวันแม่แห่งชาติ ทางบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) จึงได้จัดกิจกรรมโครงการ “ครอบครัวอบอุ่น สังคมแข็งแรง” ขึ้น เพื่อสร้างความรักความอบอุ่นให้เกิดขึ้นในสังคมหน่วยย่อยที่สุด คือ ครอบครัว เพื่อขยายผลถึงสังคมกลุ่มใหญ่ยิ่งขึ้นไป จนกลายเป็นสังคมที่เปี่ยมไปด้วยความรักความอบอุ่น สร้างแรงผลักดันให้สังคมไทยอบอุ่นแข็งแรงต่อไป

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อสร้างภาพลักษณ์อันดีต่อศิลปิน
2. เพื่อแสดงให้เห็นถึงการมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม
3. เพื่อให้เห็นถึงความเข้มแข็งของครอบครัว และทำประโยชน์เพื่อสังคม
4. เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เยาวชน และ ประชาชนทุกคนรักและดูแลผู้สูงอายุ
5. พัฒนาสภาพจิตใจของผู้สูงอายุ



รูปแบบกิจกรรม :

ศิลปินดาราร่วมมอบดอกมะลิวันแม่และมอบกระเช้าเพื่อสุขภาพให้กับคนชราในศูนย์พัฒนาการสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ จังหวัดนครปฐม เพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าได้ถูกทอดทิ้ง และ เพื่อถวายเป็นพระราชกุศล

ผลการดำเนินงาน :

1. ส่งผลให้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อศิลปินในการให้ความสำคัญต่อผู้สูงอายุ
2. เยาวชนเอาใจใส่ผู้สูงอายุมากขึ้น
3. สภาพจิตใจผู้สูงอายุมีการพัฒนาที่ดีขึ้น
4. สังคมเปี่ยมไปด้วยความรัก ความอบอุ่นจากการเอาใจใส่ดูแลซึ่งกันและกัน



เลี้ยงอาหารเด็กตาบอด

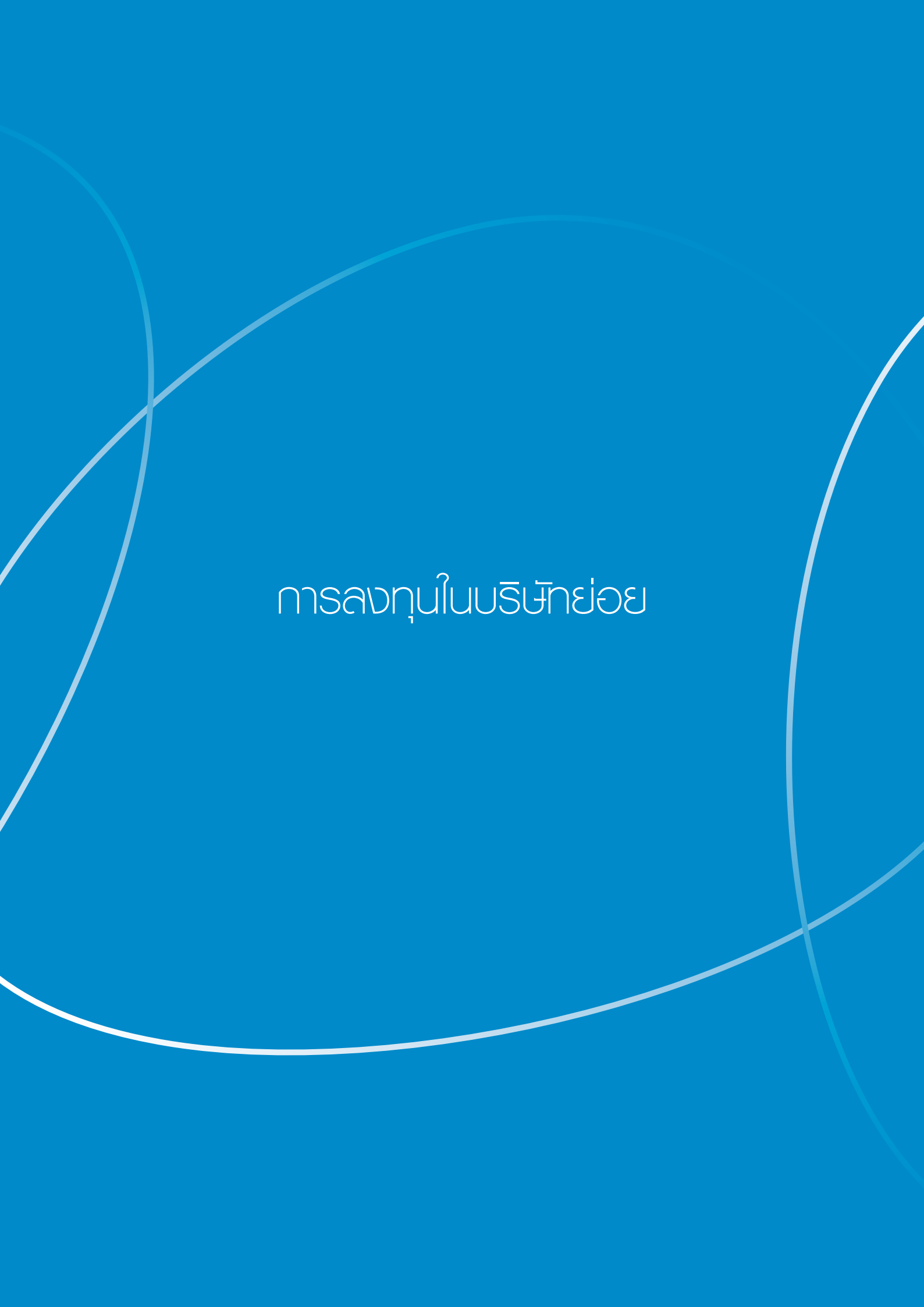
หลักการและเหตุผล :

เนื่องด้วยสถานการณ์ทางสังคมมีความแปรเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วตามยุคสมัย ทุกคนในสังคมต่างต้องรีบเร่งและแข่งขันกันมากขึ้น ทำให้ละเลยและมองข้ามกลุ่มคนอีกกลุ่มหนึ่งที่ต้องอยู่ในโลกมืด นั่นคือ “เด็กตาบอด” เด็กตาบอด นับเป็นกลุ่มคนอีกกลุ่มหนึ่งที่ยังคอยรับความช่วยเหลือ อันเนื่องมาจากความพิการทางตา จนไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ และขาดโอกาสทางสังคม

ทางบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) จึงได้จัดกิจกรรม “เลี้ยงอาหารเด็กตาบอด” ณ โรงเรียนสอนคนตาบอดกรุงเทพฯ เพื่อสร้างความรักความอบอุ่นให้กับเด็กพิการทางตา รวมทั้งมอบความบันเทิงรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เด็กไม่เกิดความรู้สึกแบ่งแยกระหว่างคนตาดีและคนตาบอด

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อสร้างภาพลักษณ์อันดีต่อศิลปิน
2. เพื่อแสดงให้เห็นถึงการมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม
3. เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เยาวชน และประชาชนทุกคน รักและหันมาใส่ใจคนตาบอดมากขึ้น
4. พัฒนาสภาพจิตใจของเด็กตาบอด



การลงทุนในบริษัทย่อย



ปีบัญชีที่บริษัทฯถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549

	บริษัทย่อย	ประเภทกิจการ	โทรศัพท์	โทรสาร	หุ้นที่ออกจำหน่ายได้แล้ว	
					ชนิด	จำนวน
1	บริษัท เค.มาสเตอร์ จำกัด	จัดจำหน่ายเทป ซีดี วีซีดี ดีวีดี	02-955-5650-52	02-955-5690	หุ้นสามัญ	2,000,000
2	บริษัท บลูเพอร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อบจ.เรด เซลเลอร์)	ออกแบบงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิค (รับจ้างผลิตงานโปรโมท)	02-641-5445-6	02-641-5443	หุ้นสามัญ	310,000
3	บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อบจ. ร็อก สกิน)	ผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ (รับจ้างผลิตงานโปรโมท) ถือหุ้นทางอ้อมโดย บริษัท โพเอมา จำกัด	02-938-7759	02-938-7523	หุ้นสามัญ	50,000
4	บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลง	02-938-8016-7	02-938-8402	หุ้นสามัญ	100,000
5	บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	ผลิตรายการวิทยุ	02-938-5691-3	02-938-5614	หุ้นสามัญ	1,000,000
6	บริษัท โพเอมา จำกัด	ผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์	02-938-5647-8	02-938-5420	หุ้นสามัญ	100,000
7	บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อบจ. สครีน เฮด)	ผลิตและรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ (ออกแบบสิ่งพิมพ์)	02-559-3071	02-559-0909	หุ้นสามัญ	28,000
8	บริษัท อาร์เอสไอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด	รับจ้างจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ	02-664-7591-5	02-664-7596	หุ้นสามัญ	1,000,000
9	บริษัท อาร์เอส อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง แอนด์ สपोर्ट แมนเนจเมนท์ จำกัด	บริหารจัดการธุรกิจทางด้านกีฬาทุกประเภทแบบครบวงจร	02-511-0555	02-938-8832	หุ้นสามัญ	500,000
10	บริษัท อาร์.เอส. สपोर्टมาสเตอร์ จำกัด* (เดิมชื่อบจ.รักษ์เสียง)	ผลิตรายการโทรทัศน์และรับจ้างผลิตงานกิจกรรม (รับจ้างผลิตงานโปรโมท)	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	45,000
11	บริษัท ซาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด*	ผลิตและรับจ้างผลิตละครและรายการโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	23,125
12	บริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนท์ จำกัด*	ผลิตละครและรายการโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	29,375
13	บริษัท เรด ดราม่า จำกัด*	รับจ้างผลิตละครโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	25,000
14	บริษัท อาวอง จำกัด*	ผลิตและรับจ้างผลิตภาพยนตร์และละคร	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	100,000
15	บริษัท อาร์ เอส พิล์ม แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด*	จัดจำหน่ายภาพยนตร์และรับจ้างผลิตภาพยนตร์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	50,000



	บริษัทย่อย	ประเภทกิจการ	โทรศัพท์	โทรสาร	หุ้นที่ออกจำหน่ายได้แล้ว	
					ชนิด	จำนวน
16	บริษัท พิล์มเชิร์ฟ จำกัด*	ผลิตและรับจ้างผลิตภาพยนตร์ ละครและรายการโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	100,000
17	บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด*	รับจ้างจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	30,000
18	บริษัท อาร์ สยาม จำกัด*	ผลิตและโปรโมตงานเพลงลูกทุ่ง	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	10,000
19	บริษัท อะลาติน แฮส จำกัด*	รับจ้างผลิตภาพยนตร์ ละคร และ รายการโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	50,000
20	บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด*	รับจ้างผลิตภาพยนตร์ และ รายการโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	40,000
21	บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด*	รับจ้างผลิตภาพยนตร์ และ รายการโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	40,000
22	บริษัท นาคาเซีย จำกัด*	ผลิตและรับจ้างผลิตภาพยนตร์ ละคร และ รายการโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	100,000
23	บริษัท อาร์.เอส.สตูดิโอ จำกัด*	ให้บริการและให้เช่าสตูดิโอ โรงถ่ายและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทำและตัดต่อ	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ	100,000

* หมายถึง บริษัทที่หยุดทำการชั่วคราว

ข้อมูลทางการเงิน

สรุปข้อมูลทางการเงิน

(บาท)

รายการ	ตรวจสอบ งบการเงินรวม 2547	ตรวจสอบ งบการเงินรวม 2548	ตรวจสอบ งบการเงินรวม 2549
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	240,077,946	226,783,864	149,334,093
ลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ - อื่น ๆ สุทธิ	670,806,276	670,409,287	816,050,387
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	522,497,429	259,018,840	141,757,004
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ	403,060,189	357,095,635	291,169,691
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ	248,704,731	74,311,353	260,626,393
รวมสินทรัพย์	2,359,969,176	1,861,328,254	2,131,931,462
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	308,000,000	160,000,000	158,989,133
เจ้าหนี้การค้าและตัวเงินจ่าย - อื่น ๆ	283,544,799	309,648,870	268,017,177
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน	0	0	39,716,796
รวมหนี้สิน	972,156,839	905,351,243	997,564,284
ทุนจดทะเบียน	700,000,000	725,000,000	700,000,000
ทุนชำระแล้ว	700,000,000	700,000,000	700,000,000
กำไรสะสม			
จัดสรร-สำรองตามกฎหมาย	5,400,000	5,400,000	5,575,472
ที่ยังไม่ได้จัดสรร	74,569,141	(358,546,903)	105,933,976
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,387,812,337	955,977,011	1,134,367,178
รายได้รวม	2,377,870,616	2,747,810,623	3,140,238,263
ต้นทุนขายและผลิต	1,878,824,318	2,012,706,457	2,231,446,559
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	611,263,767	1,108,010,725	727,187,444
ดอกเบี้ยจ่าย	6,319,777	6,535,106	11,237,738
ภาษีเงินได้	12,022,601	52,723,506	16,717,864
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(131,681,021)	(433,116,044)	154,662,702
จำนวนหุ้นถ้วเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ณ มูลค่าที่ตราไว้ 1 บาท	700,000,000	700,000,000	700,000,000
กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	(0.19)	(0.62)	0.22
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น	1.98	1.37	1.62

The background is a solid blue color. It features several thin, white, curved lines that sweep across the frame, creating a sense of movement and depth. These lines are of varying lengths and curves, some entering from the left and exiting towards the right, while others are more vertical or diagonal.

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจหลักของกลุ่มประกอบด้วย ธุรกิจเพลง, ธุรกิจดิจิทัล, ธุรกิจโซว์บิช, ธุรกิจภาพยนตร์, ธุรกิจกีฬา, ธุรกิจสื่อโทรทัศน์, ธุรกิจสื่อวิทยุ และธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

โครงสร้างรายได้

ประเภทรายได้	2547		2548		2549	
	จำนวน (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	จำนวน (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	จำนวน (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
รายได้จากการขายสินค้า - สุทธิ	931.66	39%	797.84	29%	751.34	24%
รายได้ค่าลิขสิทธิ์เพลงและอื่นๆ	330.08	14%	451.43	17%	478.08	15%
รายได้จากการรับจ้างผลิต	324.10	14%	313.22	11%	421.97	14%
รายได้ภาพยนตร์	87.10	4%	102.80	4%	123.30	4%
รายได้คอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด	179.12	8%	228.77	8%	319.11	10%
รายได้จากการขายโฆษณา	445.54	19%	774.36	28%	953.58	30%
อื่นๆ	80.27	3%	79.39	3%	92.82	3%
รวม	2,377.87	100%	2,747.81	100%	3,140.23	100%

ธุรกิจเพลง

ธุรกิจเพลงสตริง

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจเพลงของกลุ่มอาร์เอสมีดังนี้

1) การวางโครงสร้างการประกอบธุรกิจเพลง (Business Model) ในลักษณะครบวงจร ทุกขั้นตอนของการดำเนินงานภายใต้บริษัทในกลุ่มดังกล่าวข้างต้น เนื่องจากอาร์เอสมีศิลปินจำนวนมากทำให้สามารถผลิตผลงานเพลงได้หลากหลายเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้ครบทุกกลุ่มและสามารถผลิตผลงานออกสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่อง การทำงานเพลงจะเริ่มต้นจากการนำเสนอแนวคิด คอนเซ็ปต์ของงาน และกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายต่อคณะกรรมการบริหารธุรกิจเพลง (Music Business Management Board) เพื่อพิจารณาอนุมัติในหลักการ โดยแผนการผลิตแต่ละอัลบั้มจะแตกต่างกันไปตามประเภท และประมาณการยอดขายของแต่ละอัลบั้มเป็นสำคัญ หลังจากนั้นการทำงานเพลงจะดำเนินการโดยอิสระโดยทีมงานในแต่ละค่ายเพลง หลังจากนั้น แผนการประชาสัมพันธ์ การวางกลยุทธ์การโปรโมท จะถูกจัดทำขึ้นโดยทีมงานของแต่ละค่ายเพลง และนำมาประสานงานร่วมกับหน่วยงานบริหารการใช้สื่อและหน่วยงานจัดจำหน่าย เพื่อให้ผลงานที่ออกมาผ่านการวางแผนและการกลั่นกรองทุกขั้นตอน ดังนั้นคุณภาพของผลงานจะตรงกับความต้องการและกระแสมวยนิยมของตลาด ณ ปัจจุบัน

2) การวางนโยบายการผลิตผลงานในจำนวนที่เหมาะสม เน้นการให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลงาน และการดูแลสินค้าเมื่อออกสู่ตลาดอย่างใกล้ชิดตลอดจนจบกระบวนการ ทำให้การผลิตผลงานแต่ละชุดเป็นไปตามการวางแผนในขั้นต้น และมียอดขายเป็นไปตามการคาดการณ์

3) การใช้ประโยชน์จากสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

เน็ตของบริษัทในกลุ่ม เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อใช้สื่อที่มีอยู่ทั้งหมดให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

4) การมีระบบการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ สามารถกระจายสินค้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง มีการจัดระบบการบริหารสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม มีการติดตาม การทำงาน และบริหารระบบการจัดจำหน่ายอย่างใกล้ชิด

5) การบริหารจัดการลิขสิทธิ์งานเพลงที่มีอยู่อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างรายได้เพิ่มเติมต่อกิจการ โดยรายได้ลิขสิทธิ์งานเพลงมีสัดส่วนเติบโตขึ้นมากจากปีก่อน และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต ทางบริษัทฯ จึงมีการวางแผนทางธุรกิจล่วงหน้าเพื่อตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

การประกอบธุรกิจเพลง มีรายได้หลักจาก 4 แหล่งดังนี้

- 1) รายได้จาก Digital Content ไม่ว่าจะเป็นการ Download , Ring tone Ring Back tone , Wallpaper , etc.
- 2) รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เพลงทั้งงานชุดใหม่และชุดรวมฮิตในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ CD VCD DVD และ Dual Disc
- 3) รายได้จากการหาสปอนเซอร์สนับสนุนอัลบั้มและกิจกรรมการตลาด ตลอดจนการขายบัตรและค่าสนับสนุน (Sponsor) งานแสดงคอนเสิร์ต
- 4) รายได้จากการจัดเก็บลิขสิทธิ์เพลง

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

องค์ประกอบการผลิตงานเพลง

ทีมงานสรรหา คัดเลือก และพัฒนาศิลปิน (Pre-Production Unit)

อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัทฯ โดยทีมงานที่มากด้วยประสบการณ์ ขั้นตอนการสรรหา คัดเลือกและพัฒนาศิลปินมีความสำคัญต่อการผลิตผลงานในขั้นต่อไปเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นขั้นตอนของการเฟ้นหาบุคลากรที่จะเป็นศิลปินคุณภาพต่อไป และการมีศิลปินใหม่เพิ่มขึ้นมา ทำให้บริษัทฯ มีโอกาสในการสร้างงานเพิ่มมากขึ้นทั้งงานเพลง งานแสดง งานโฆษณา และภาพยนตร์

ค่ายเพลง (Music Label)

ในปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีค่ายเพลงผลิตเพลงทั้งสิ้น 7 ค่าย ซึ่งแต่ละค่ายมีความถนัดในแนวเพลงที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็น Pop, Rock, Hip Hop, R&B & Easy Listening

ทุกค่ายล้วนประกอบด้วย โปรดิวเซอร์ ครีเอทีฟ นักแต่งเพลง ทำนอง ผู้เรียบเรียงเสียงประสาน ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในวงการเพลงเป็นระยะเวลานาน และสามารถผลิตงานเพลงที่มีคุณภาพได้หลากหลายทุกแนวเพลง ค่ายเพลงจะทำหน้าที่ผลิตงานเพลงออกมาในรูปแบบของมาสเตอร์เพื่อส่งต่อไปที่สายงาน Music Distribution (บริษัท เค.มาสเตอร์ เดิม) ซึ่งเป็นสายงานย่อย ทำหน้าที่จัดหา Supplier เพื่อผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบของ CD VCD DVD และ Dual Disc และทำการจัดจำหน่ายถึงผู้บริโภคผ่านระบบผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และร้านค้าประเภท Modern Trade ต่อไป

ทีมงานการตลาด MCM (Music Content Management)

ทีมงานการตลาด MCM รับผิดชอบที่เป็นศูนย์กลางของธุรกิจเพลงในการดูแลการหารายได้ต่อยอดจากคอนเทนต์เพลงนอกเหนือจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เพลง โดยมุ่งเน้นการสร้างรายได้จากการตอบโจทย์การทำการตลาดของลูกค้าองค์กรที่ใช้ Music Marketing เป็นเครื่องมือในการทำการตลาดผ่านการเชื่อมโยงระหว่างตราสินค้าและศิลปินในกิจกรรมรูปแบบต่างๆ โดยการพัฒนารายได้จากกิจกรรมที่เป็นช่องทางสำคัญในการโปรโมทอัลบั้ม และศิลปิน ซึ่งวิธีการนี้นอกจากจะเป็นการเพิ่มช่องทางในการหารายได้ให้กับธุรกิจเพลงแล้ว ยังเป็นการเพิ่มช่องทางในการโปรโมทอัลบั้มต่างๆ ของธุรกิจเพลงผ่านทางกลุ่มเป้าหมายของตราสินค้าอีกด้วย

รายได้หลักของ MCM มาจากช่องทางดังต่อไปนี้ :-

- 1) สปอนเซอร์อัลบั้ม โดยเป็นการสร้างรายได้จากการจัด package การขายพื้นที่โฆษณาให้กับสินค้าอื่นๆ ในปก CD, VCD, DVD, Dual Disc, ท้ายสปอตมิวสิก วิดีโอ และสปอตโฆษณาอัลบั้ม รวมไปถึงการปรากฏสินค้าในมิวสิกวิดีโอของศิลปิน (Product Placement) หรือทำกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้าเพิ่มเติม โดยโปรโมทไปกับสื่อต่าง ๆ ในเครือไม่ว่าจะเป็น TV, Radio, Publishing เพื่อเพิ่มการมองเห็นสินค้าในจุดต่างๆ ให้กับสินค้าของลูกค้า (Media Exposure)
- 2) สปอนเซอร์คอนเสิร์ตใหญ่ ที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อช่วยในการโปรโมทอัลบั้มใหม่ของศิลปินหลัก เช่น फिल्म แดน-บีม โปงลางสะออน โดยจะมีการจัด Package ขายสิทธิในการเป็นผู้สนับสนุนคอนเสิร์ตให้กับสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการ โดยมีการขายในหลากหลายรูปแบบ ทั้ง Sole Sponsorship หรือ Co-Sponsorship ในขณะเดียวกันก็สามารถหารายได้เพิ่มเติมจากการขายตัวคอนเสิร์ต อาทิ คอนเสิร์ต Nice Club สมาคมคนน่ารัก by แดน-บีม, फिल्म ยากูซ่าทำดวงคอนเสิร์ต และคอนเสิร์ตคิดถึงแม่ ในปี 2549 ที่ผ่านมา
- 3) สปอนเซอร์กิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ ที่เป็นการสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมย่อยทางการตลาดเพื่อโปรโมทศิลปินต่างๆ โดยสามารถผสมความต้องการของลูกค้าเข้ามาในกิจกรรม อาทิเช่น School Tour, Mall Tour & Contest ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าองค์กรเป็นอย่างดี เนื่องจากการขยายตัวของการทำตลาดแบบ below-the-line และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกในปี 2550

ศิลปินนักร้องในสังกัด (Artist /Singer)

ปัจจุบันบริษัทฯ มีศิลปินนักร้องเพลงไทยสากลในสังกัดประมาณ 236 คน จาก 114 สัญญา ประกอบด้วยศิลปินเดี่ยวและศิลปินกลุ่ม ซึ่งสามารถผลิตงานเพลงในแนวที่หลากหลายต่างกัน ตัวอย่างศิลปินในค่ายอาร์เอส ได้แก่

ศิลปิน	ศิลปินเดี่ยว	ศิลปินกลุ่ม
ชาย	ฟิล์ม รัฐภูมิ, ดัง พันกร, อาหรั่ง, หวิว, นาทาน	แดน-บีม, ไอ้ไข่, HYPER, GEAR KNIGHT, เล้าโลม, JO-POP, BLACK VANILLA, Q, B-KING, ALL FOR MEN, JUICE, SMF
หญิง	ป่าน ธนพร, ตอง ภัครมัย, LYDIA, NOTTO, MAY, MINT, ฟน วิรุฬกานต์, JENNIE, AMARY	โพร์-มด, PINK, THE SIS, GIRLY BERRY, I-BABIE, NEKO JUMP, AM FINE, BADZ, พริกไทย

งานรวมฮิต

งานรวมฮิตเป็นอีกช่องทางหนึ่งของการหารายได้จากลิขสิทธิ์งานเพลงที่ออกเป็นอัลบั้มแล้วนำกลับมารวมฮิตใหม่เฉพาะเพลงที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟัง ผู้ซื้อบางกลุ่มนิยมซื้ออัลบั้มใหม่และเมื่อมีการนำเพลงที่ชอบมาทำการรวมฮิตอีกครั้ง ก็สามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้ซื้อบางกลุ่มที่นิยมฟังเฉพาะชุดรวมฮิต และเลือกซื้อเก็บไว้เป็นของสะสม (Collection) ทำให้ผลงานรวมฮิตมีตลาดรองรับและมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

การตลาดและการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

1) กลยุทธ์การนำเสนอผลงานคุณภาพ

อาร์เอส ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งคุณภาพศิลปินและคุณภาพงานเพลง ในการสร้างศิลปินคุณภาพ บริษัทฯมีกระบวนการสรรหาคัดเลือก และพัฒนาศิลปินในขั้นต้นที่มีประสิทธิภาพ และมีนโยบายพัฒนาความสามารถของศิลปินอย่างสม่ำเสมอในการผลิตงานเพลง รวมถึงงานแสดงต่างๆ ตามความสามารถของศิลปินแต่ละคน กลุ่มบริษัทฯมีทีมงานเพลงแยกเป็น 7 ค่าย ทุกค่ายล้วนเป็นบุคลากรผู้มีประสบการณ์ในวงการเพลงมานานกว่า 10-20 ปี เข้าใจตลาดเพลงไทยเป็นอย่างดี ผลงานที่ผลิตออกมาตามความถนัดของแต่ละค่ายทำให้ได้ผลงานเพลงที่มีคุณภาพ ความหลากหลาย และสามารถตอบสนองรสนิยมผู้ฟังได้หลายกลุ่ม

ภาวะการแข่งขัน

ในตลาดเพลงไทยมีผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 รายคือ บริษัทฯและค่ายคู่แข่งรายใหญ่ ส่วนที่เหลือเป็นผู้ประกอบการรายเล็กที่มีส่วนแบ่งการตลาดในแง่ของยอดขายน้อย และมีกลุ่มคนฟังเฉพาะกลุ่ม โดยในปี 2549 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งทางการตลาดในแง่ของยอดขาย CD VCD อยู่ที่ประมาณ 28 % ของตลาด และมีส่วนแบ่งทางการตลาดของตลาด Digital Content อยู่ที่ประมาณ 40 % ของตลาด

แนวโน้มตลาดธุรกิจเพลงสตริงของกลุ่มบริษัทฯ ในปี 2550 คาดว่าจะมีการเติบโตจากการขยายช่องทางการจำหน่ายใหม่อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะช่องทางร้านขายเพลงออนไลน์ หรือการฟังเพลงผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ซึ่งบริษัทฯเป็นผู้นำในการจัดจำหน่ายช่องทางดังกล่าวในปี 2549 เน้นการจัดทำกิจกรรมประเภท Below-the-line เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการโปรโมทสนับสนุนผลงานเพลงของอาร์เอส

ภาวะการแข่งขันของธุรกิจเพลงไทยในประเทศ ยังคงเป็นการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์และการตลาด เพื่อส่งเสริมการขายมากกว่าการแข่งขันด้านราคา โดยแต่ละค่ายในกลุ่มบริษัทฯมีแนวโน้มที่จะนำเสนอผลงานเพลงที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะแข่งขันกันที่คุณภาพงานเป็นหลัก และบริษัทฯจะเน้นความร่วมมือ (Partnership) กับบริษัทอื่นมากขึ้นเพื่อส่งเสริมการทำธุรกิจอย่างเข้มแข็ง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจเพลงลูกทุ่ง

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ท่ามกลางกระแสความนิยมในเพลงประเภทไทยสากล หรือเพลงสตริงของสังคมไทยในปัจจุบัน บริษัทฯได้เล็งเห็นคุณค่าของเพลงไทยพื้นบ้านประเภทเพลงไทยลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิต ซึ่งมีกลุ่มแฟนเพลงที่มีใจรักการฟังอย่างเหนียวแน่นและมีปริมาณคนฟังเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ไม่เฉพาะกลุ่มแฟนเพลงในต่างจังหวัดเท่านั้น หากแต่มีการขยายวงกว้างไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั้งในกรุงเทพฯและปริมณฑล ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้เพลงไทยลูกทุ่ง และเพลงเพื่อชีวิตดำรงอยู่คู่กับสังคมไทย “บริษัท อาร์ สยาม จำกัด” จึงได้ถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ.2544

ในการดำเนินงานของ อาร์ สยามนั้น มีภาระหน้าที่ที่สำคัญในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงไทยลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตอย่างต่อเนื่องและครบวงจร นับตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การคัดสรรศิลปินและบทเพลงไทยลูกทุ่งที่เน้นด้วยคุณภาพ การดูแลภาพลักษณ์ของศิลปิน รวมทั้งการผลิตสื่อที่ใช้ในกิจกรรมการส่งเสริมทางการตลาดเพลงไทยลูกทุ่ง อาทิ มิวสิควิดีโอ คาราโอเกะ สปอตโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ และผลิตรายการวิทยุ-โทรทัศน์ที่นำเสนอเพลงไทยลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตในรูปแบบที่ทันสมัย เพื่อความบันเทิงอย่างสูงสุดของผู้บริโภคทั่วประเทศ

องค์ประกอบการผลิตงานเพลง

ทีมงานสรรหา คัดเลือก และพัฒนาศิลปิน (Pre-Production Unit)

อาร์ สยาม เป็นศูนย์รวมของกลุ่มโปรดิวเซอร์ นักแต่งเพลง/ท่วงทำนอง ผู้เรียบเรียงเสียงประสานที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญสูง เพื่อทำหน้าที่ดูแลการสร้างสรรค์ผลงานอย่างครอบคลุม และมีความหลากหลายของแนวเพลง ทั้งลูกทุ่งอีสาน ลูกทุ่งภาคกลาง ลูกทุ่งเพื่อชีวิต และลูกทุ่งหมอลำ

ค่ายเพลง (Music Label)

ปัจจุบันมีค่ายเพลงที่ทำหน้าที่ผลิตเพลงไทยลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตจำนวนทั้งสิ้น 4 ยูนิต โดยแต่ละค่ายจะดูแลการผลิตงานเพลงที่แตกต่างกันไป ดังนี้

- 1) ยูนิต มีดี เร็คคอร์ด เน้นผลิตงานเพลงลูกทุ่งเพื่อชีวิต
- 2) ยูนิต เพลงไชโย เน้นผลิตงานเพลงลูกทุ่งภาคกลาง
- 3) ยูนิต แคน เร็คคอร์ด เน้นผลิตงานเพลงลูกทุ่งหมอลำ
- 4) ยูนิต รักษ์ไท เน้นผลิตงานเพลงลูกทุ่งแนวหวาน

ซึ่งแต่ละยูนิตจะทำหน้าที่ผลิตงานเพลงออกมาในรูปแบบของมาสเตอร์ และส่งต่อให้กับสายงาน Music Distribution เช่นเดียวกับธุรกิจเพลงสตริง เพื่อจัดหา Supplier ในการผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบของ CD VCD และDVD และจัดจำหน่ายถึงผู้บริโภคผ่านระบบผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และร้านค้าประเภท Modern Trade

ศิลปินนักร้องในสังกัด (Artist /Singer)

ภารกิจที่สำคัญของธุรกิจเพลงลูกทุ่ง คือ ความมุ่งมั่นที่จะผลิตศิลปินคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากผลงานในปัจจุบัน ซึ่งมีศิลปินทั้งชาย / หญิง และศิลปินกลุ่มในสังกัดกว่า 40 คน ได้แก่

ศิลปินชาย	ศิลปินหญิง	ศิลปินกลุ่ม
หนู มิเตอร์, สันติ ดวงสว่าง, หลวงไก่, บ่าววี, ต้อย หมวกแดง, สังคม ยอดนิยม, วิว ชัชวาล, เอ ทอกร, บั้มพ์ ณรงค์กลด, นพรัตน์ ไม้หอม, ไทด์ ธนาพล, อานนท์ หมั่นนา, วิทย์ มหาชน, อาเล็ก, รักแท้ ไทยนิยม, เมฆา, มอร์แกน, อู๋ พันทาง, นิเว นาวิน, แมน มอเตอร์ไซด์, ชัย ศิริชัย, สนั่น สิงห์มาตร, ยิว คนเขียนเพลง	หญิง ธิดิกานต์, บิว กัลยาณี, อันดา, แคท รัตกาล, การะเกด, เจียบ เบญจพร, เจียบ กนกพร, ใหม่ เสาวภา, นุ่น รมิดา, เขียว, กระแต 4 ทิน	โปงลางสะออน, ป๊อด & เปรียว, พุดปาธแฟมิลี่, คู่แฝดเล็ก&ใหญ่, ระกะแหลม, คู่คู่อ้อหมอลำ, อี้เก้ง

รายการโทรทัศน์

ปัจจุบันธุรกิจเพลงลูกทุ่งดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อนำเสนอผลงานเพลงลูกทุ่งอย่างแพร่หลายทางสถานีโทรทัศน์ ทั้งที่เรียกว่า ฟรีทีวี และ เคเบิลทีวี ดังนี้

รายการเพลง	วัน	เวลา		สถานี
ดาวรุ่งลูกทุ่งสยาม	จันทร์ - ศุกร์	11.30	11.55	5
สดชื่น	จันทร์ - ศุกร์	16.30	16.55	5
DJ Center	เสาร์ - อาทิตย์	1.30	2.00	5
สาวคุณสอง	จันทร์ - พุธ	1.30	2.00	7
	อาทิตย์	1.00	1.30	7
คู่ป่วนกวนเพลง	เสาร์	2.30	3.00	9
เมืองไทยใช้เลย	อาทิตย์	0.30	1.00	9
ลูกทุ่งฮิตสนั่นเมือง	จันทร์ - อาทิตย์	13.00	15.00	TTV2
		1.00	6.00	TTV2

รายการวิทยุทีวี (Multi Radio)

อาร์ สยาม ได้สร้างปรากฏการณ์สำคัญที่นำความเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่มาสู่วงการวิทยุของประเทศไทย โดยการผลิต “TTV Radio” (Multi Radio) ที่สามารถรับฟังและชมได้เป็นแห่งแรกของประเทศไทย ซึ่งสามารถติดตามรับฟังได้ทุกวัน 24 ชั่วโมง และส่งสัญญาณไปทั่วประเทศ

เว็บไซต์

นอกจากนี้ยังมีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความคืบหน้าของอัลบั้มเพลงลูกทุ่งและศิลปินในสังกัด รวมถึงเป็นศูนย์รวมการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของกลุ่มแฟนคลับเพลงลูกทุ่งทั่วไทย ซึ่งสามารถเข้าชมได้ที่ <http://www.r-siam.com/>

การตลาดและการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

- 1) กลยุทธ์การนำเสนองานคุณภาพ

ธุรกิจเพลงลูกทุ่งของอาร์เอสได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้ฟังเพลงลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิต ดังนั้น อาร์ สยาม จึงเน้นให้ความสำคัญกับการผลิตผลงานเพลงและศิลปินที่มีคุณภาพ โดยมีนโยบายในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงผ่านนักแต่งเพลงและโปรดิวเซอร์ที่มีประสบการณ์ และอยู่ในวงการเพลงลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตมาเป็นเวลานาน รวมถึงการสรรหาและพัฒนาศิลปินไปพร้อมกัน เพื่อให้ผลงานเพลงที่ออกมาสู่ผู้บริโภคเป็นที่ยอมรับและสนองตอบความต้องการของลูกค้ายิ่งขึ้น

ภาวะการแข่งขัน

ตลาดเพลงลูกทุ่งมีผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 ค่าย คือ บริษัทและค่ายคู่แข่งรายใหญ่ ส่วนที่เหลือเป็นผู้ประกอบการรายเล็กที่มีส่วนแบ่งการตลาดในแง่ของยอดขายน้อย และมีกลุ่มคนฟังเฉพาะกลุ่ม โดยในปี 2549 ธุรกิจเพลงลูกทุ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดในแง่ของยอดขายอยู่ที่ประมาณ 52%

สำหรับตลาดธุรกิจเพลงลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิต ในปี 2550 มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นจากการวางแผนกลยุทธ์ของแต่ละอัลบั้ม รวมทั้งมีการลงทุนใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นทั้งในส่วนของสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ นอกจากนี้ยังเน้นเรื่องการหารายได้จากช่องทางอื่นๆเพิ่มเติม โดยนำคอนเทนต์เพลงมาเพิ่มมูลค่า เช่น ดาวนโหลดริงโทน และการจัดกิจกรรมการตลาด เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

อาร์ สยาม ยังมีการวางแผนงานครั้งยิ่งใหญ่ประจำปี 2550 ซึ่งจะนำศิลปินในบริษัทมาจัดทำอัลบั้มร่วมกัน และจัดคอนเสิร์ตใหญ่ เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและพัฒนาการของธุรกิจเพลงลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตของอาร์เอส โดยคอนเสิร์ตแรกที่จะเกิดขึ้นจะเป็นคอนเสิร์ตทัวร์ภาคใต้ เพื่อแสดงศักยภาพว่าอาร์ สยาม ประสบความสำเร็จสำหรับตลาดเพลงลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตในภาคใต้

ภาวะการแข่งขันของธุรกิจเพลงไทยลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตในประเทศ ยังคงเป็นการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์และการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายมากกว่าการแข่งขันด้านราคาเช่นเดียวกับธุรกิจเพลงสตริง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจจัดจำหน่าย

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

RS Music Distribution (เดิม คือ บริษัท เค.มาสเตอร์ จำกัด) ทำหน้าที่จัดจำหน่ายซอฟต์แวร์บันเทิงต่างๆของอาร์เอส (สินค้าในรูปแบบของ CD VCD DVD และ Dual Disc) ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ โดยมีรายละเอียดในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

RS Music Distribution เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับดนตรีให้กับค่ายเพลงต่างๆและบริษัทอื่นๆในเครืออาร์เอสเป็นหลัก ทั้งยังมีการจำหน่ายสินค้านอกเครือในรูปแบบของ CD VCD DVD และ Dual Disc ด้วย เช่น เพลงสากล, เพลงลูกทุ่ง, เพลงไทยสากล นอกจากนี้ยังมีการจัดจำหน่ายเพิ่มเติมในส่วนของผลงานบันเทิงทางด้านดนตรีอื่นๆ เช่น Edutainment software, สินค้า merchandising ของศิลปิน อาทิ Stix - it, เสื้อ, หมวก, พวงกุญแจ เป็นต้น โดยผ่านช่องทางการจำหน่ายต่างๆที่มีอยู่ เช่น Traditional trade (ร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีก), Modern trade (Hypermarket, convenience store, music and movie shop) และช่องทางใหม่อื่นๆ โดยมีแนวทางการบริหารงาน ดังนี้

1) การวางโครงสร้างระบบการจัดจำหน่าย

เป็นการบริหารงานเพื่อให้สินค้าของอาร์เอส กระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

เนื่องจากสินค้าที่จัดจำหน่ายนั้นมีหลากหลายประเภท ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นระบบการจัดจำหน่ายถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมให้สินค้าต่างๆ เหล่านี้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่วางไว้ รวมถึงการเพิ่มจำนวนสาขาของร้านค้าที่ดูแลอยู่ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่งจะ เป็นปัจจัยเสริมในการผลักดันให้สินค้าของอาร์เอส เป็นที่รู้จักและกระจายตัวได้อย่างแพร่หลายยิ่งขึ้น

2) การเลือกใช้แหล่งผลิตสินค้าที่มีการควบคุมคุณภาพและมาตรฐาน

RS Music Distribution ได้วางนโยบายในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า โดยเริ่มต้นจากกระบวนการตรวจสอบมาตรฐานให้สมบูรณ์แบบ ก่อนจะนำไปผลิตเป็นซอฟต์แวร์บันทึก และจัดหาแหล่งผลิต ที่มีเครื่องจักรและอุปกรณ์ทันสมัย ผ่านการรับรองจากองค์กรมาตรฐานสากล มีกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพของการผลิต อาทิ ความสมบูรณ์ของภาพและเสียง, คุณภาพการพิมพ์ปก เป็นต้น มีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและการผลิตชิ้นส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผ่นและกล่องซีดี เพื่อให้ได้รับสินค้าที่มีคุณภาพสูงออกมาสู่กลุ่มลูกค้า

3) การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ

การนำเสนอผลงานเพลงให้กับกลุ่มคนฟังที่หลากหลายประเภทนั้น RS Music Distribution ในฐานะที่เป็นตัวแทนจำหน่ายผลงานเพลงของอาร์เอส ซึ่งเป็นหน่วยงานที่พบปะลูกค้าในตลาดอยู่ตลอดเวลา ทำให้สามารถสำรวจความต้องการของลูกค้าได้สม่ำเสมอทุกเดือน จะทำการประเมินผลการสำรวจเพื่อสรุป และประมวลผล จากนั้นก็จะประสานงานไปยังค่ายเพลงต้นสังกัดของอาร์เอส เพื่อนำเสนอผลการตอบรับของลูกค้าในตลาด ทำให้แต่ละค่ายเพลงได้รับภาพสะท้อนจากลูกค้าได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถนำไปปรับปรุงการผลิตผลงานเพลงออกมาให้ตรงกับความต้องการของตลาดและกลุ่มลูกค้ามากที่สุด นอกจากนี้เมื่อสามารถทำให้แต่ละค่ายเพลงของอาร์เอสสามารถผลิตผลงานเพลงได้ตรงกับความต้องการของตลาดแล้ว RS Music Distribution ยังมีมาตรการในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในเครือเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าต่างๆ ด้วย อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

4) การควบคุมต้นทุนการผลิตและจัดจำหน่าย

เนื่องด้วย RS Music Distribution เป็นหน่วยงานหนึ่งที่จะต้องดูแลและบริหารงานด้านการผลิต และจัดจำหน่ายสินค้าของอาร์เอส ทั้งหมด ทำให้ต้องวางแผนการทำงานด้านการผลิตให้สอดคล้องกับค่ายเพลงต่างๆ ทั้งนี้ได้มีการประสานงานและวางแผนการจัดจำหน่ายร่วมกับค่ายเพลงต่างๆ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าในจำนวนที่เหมาะสมกับจำนวนขายจริงที่ประมาณการไว้

โดยหลังจากที่ธุรกิจเพลงของอาร์เอสมีการปรับแผนกลยุทธ์ในการออกอัลบั้ม คือ ไม่เน้นปริมาณของอัลบั้มที่ออก แต่จะโฟกัสผลงานเพื่อความชัดเจนในการเจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ด้วยเหตุนี้เองในเดือน กันยายน พ.ศ.2549 ได้มีการขายเครื่องจักรในการผลิตทั้งหมด เพื่อให้การทำงานของ RS Music Distribution สอดคล้องกับธุรกิจเพลงของอาร์เอส นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการบริหารต้นทุนในการผลิตอีกด้วย

หน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งของ RS Music Distribution คือ การบริหารสินค้าคงคลังของอาร์เอส ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เนื่องจากสินค้าของธุรกิจเพลงมีอัตราการหมุนเวียนสินค้าค่อนข้างสูง ทำให้ RS Music Distribution ต้องวางนโยบายการบริหารและการทำงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งแม้ว่าจะมีการวางแผนการจัดจำหน่ายตั้งแต่ต้นทางร่วมกับธุรกิจเพลงแล้ว ก็ตาม แต่ก็ยังต้องมีการปรับแผนการทำงานให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อป้องกันปัญหาเรื่องสินค้าล้าสมัย อันเป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบต่อการบริหารสินค้าคงคลังของอาร์เอส

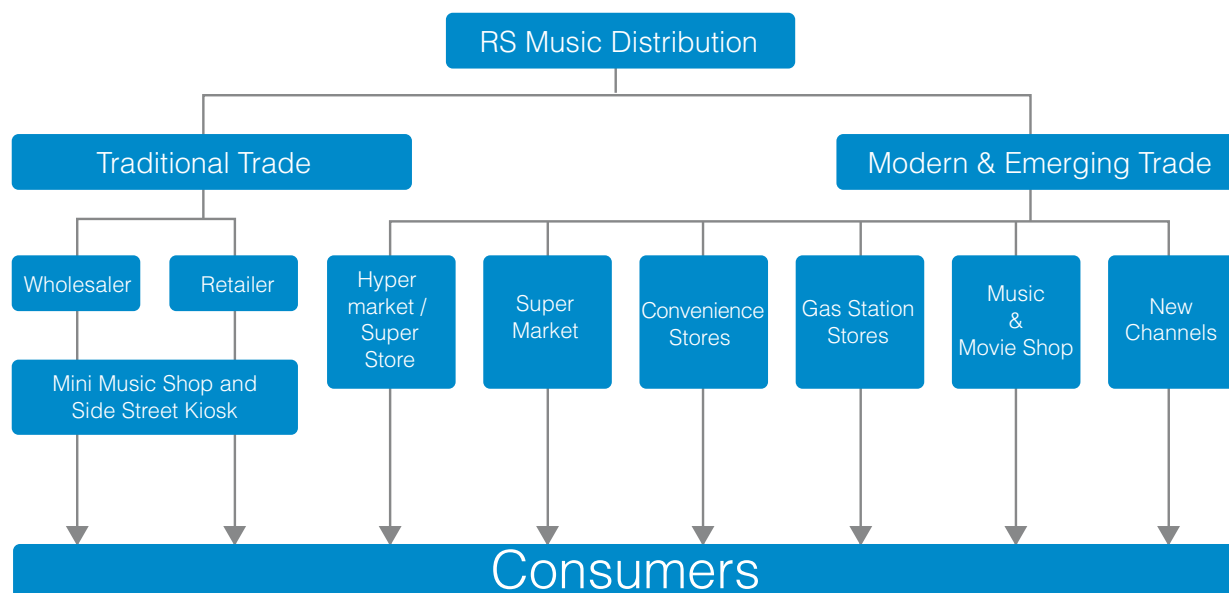
การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด

1) กลยุทธ์การจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพ

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดจำหน่ายสินค้าของอาร์เอส RS Music Distribution ได้มีการกำหนดแผนงานก่อนที่จะจัดจำหน่ายสินค้าแต่ละรายการ ในจำนวนสินค้าที่เพียงพอ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ภายในช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้ง Traditional trade และ Modern trade คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 65% และ 35% ตามลำดับ โดยมีโครงสร้างดังนี้



2) กลยุทธ์การวางแผนกิจกรรมทางตลาด

ฝ่ายการตลาดได้วางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย (Below the line activity) ในรูปแบบต่างๆ ตลอดปี ทั้งเพลงไทยสากลและเพลงลูกทุ่ง เพื่อผลักดันและหมุนเวียนไปยังบริเวณจุดขายต่างๆที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งสามารถส่งเสริมยอดขายของธุรกิจเพลงได้ อาทิ การแจกของ premium กับอัลบั้ม, ศิลปินไปแจกจ่ายเซ็น หรือ โซวมินิคอนเสิร์ต รวมถึงการใช้สื่อ ณ จุดขาย (Point of sale) อาทิ โปสเตอร์, Banner, Standee ที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ในระดับหนึ่ง และได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ทั้งยังสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ

3) ระบบการวิเคราะห์ข้อมูลการขายที่ถูกต้องและแม่นยำ

จากการที่บริษัทฯนำเอาระบบคอมพิวเตอร์เพื่อการบริหารฐานข้อมูล เข้ามาใช้กับธุรกิจการจัดจำหน่าย ทำให้บริษัทฯสามารถตรวจสอบยอดขายและวางแผนการจัดจำหน่ายของร้านค้าได้อย่างแม่นยำ ซึ่งส่งผลให้ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการขายและการตลาดได้รวดเร็วและทันกับสถานการณ์ในช่วงเวลานั้นๆ ตามข้อมูลที่ได้รับมาจากการวิเคราะห์ฐานข้อมูลผ่านระบบดังกล่าว

4) ระบบการขนส่ง (Logistic) ที่มีประสิทธิภาพ

สำหรับการบริหารและจัดการระบบการขนส่ง ทางอาร์เอส ได้ใช้บริการการจัดเก็บสินค้าคงคลังและจัดส่งสินค้าโดยบริษัทขนส่งที่มีความน่าเชื่อถือในอันดับต้นๆของประเทศไทย ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยสามารถจะตอบสนองความต้องการสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนดไว้

ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากปัจจุบันมีบริษัทเพลงต่างๆมากมายทั้งขนาดใหญ่และเล็กที่ผลิตผลงานเพลงออกสู่ตลาดในหลากหลายแนวเพลง ทำให้การแข่งขันรุนแรงมากยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของปริมาณ และแนวเพลงที่นำเสนอต่อผู้บริโภค และผู้บริโภคเองก็มีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าให้ตรงตามความพึงพอใจและความต้องการมากยิ่งขึ้น ประกอบกับปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้การละเมิดลิขสิทธิ์ทำได้ง่ายและกระจายเป็นวงกว้างในกลุ่มผู้บริโภค อาทิ MP3, download เพลง หรือ CDที่ละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งจะส่งผลให้ความนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ปัจจุบันธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์นั้นต้องพิจารณาให้ถูกช่องทาง เวลา และสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ดังนั้นการประกอบธุรกิจการจัดจำหน่ายนี้ จึงต้องสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดในการนำเสนอสินค้าได้ตลอดเวลา

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจจัดเก็บลิขสิทธิ์

บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด (THAI CORYRIGHT COLLECTION CO., LTD.) หรือในชื่อย่อว่า TCC เป็นองค์กรผู้บริหารสิทธิต่างๆให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ โดยในปี 2546 TCC มุ่งมั่นจะพัฒนาระบบการอนุญาต และจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์จนประสบความสำเร็จ นับว่าเป็นต้นแบบในการพัฒนาองค์กรการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพ ซึ่งทำหน้าที่ในการบริหารลิขสิทธิ์ให้กับบริษัทและค่ายเพลงกับครูเพลงอื่นๆในสิทธิเผยแพร่ต่อสาธารณชนกว่า 15,000 เพลง และนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ที่ผ่านมา TCC ได้พัฒนาและเพิ่มช่องทางการอนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถใช้งานลิขสิทธิ์ในสิทธิทำซ้ำประเภทงานดนตรีกรรมในรูปแบบมีดีฟาย, MD (MINI DISK) วีซีดี คาราโอเกะ CD AUDIO เป็นต้น

สำหรับปี 2548 TCC ได้พัฒนาระบบการอนุญาตให้กับผู้ประกอบการที่จะนำงานลิขสิทธิ์ไปเผยแพร่ต่อสาธารณชนตามสถานวิทยุ สถานที่จัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์ การจัดงานในรูปแบบของมหกรรม เทศกาล นิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งได้รับการตอบรับและยินยอมเข้าสู่ระบบการขออนุญาตเพื่อใช้ประโยชน์จากงานลิขสิทธิ์ของผู้ประกอบการที่ใช้งานลิขสิทธิ์มากขึ้นเป็นลำดับอย่างต่อเนื่อง ในปี 2549 TCC วางนโยบายให้เปิดช่องการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์และการอนุญาตให้ครอบคลุมทุกประเภทของการใช้งานลิขสิทธิ์ อาทิ การใช้งานลิขสิทธิ์เพื่อการเผยแพร่ต่อสาธารณชนในห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ หรือประกอบการแสดงหรือละคร ภาพยนตร์หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่ประสงค์จะใช้งานลิขสิทธิ์หรือเพื่อประโยชน์แห่งการใช้งานลิขสิทธิ์หรือสิทธิทำซ้ำรูปแบบใหม่ๆ เช่น รูปแบบ WMA

สำหรับปี 2550 TCC ได้มีการปรับระบบฐานข้อมูลลูกค้าใหม่ทั้งหมด เพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการภายใน และประสิทธิภาพในการจัดเก็บลิขสิทธิ์จากภายนอก โดย TCC มีความมั่นใจว่าจะทำให้เจ้าของลิขสิทธิ์ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่ ทำให้สาธารณชนได้ใช้ผลงานเพลงอันมีลิขสิทธิ์อย่างสะดวกยิ่งขึ้น และก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

TCC ได้จำแนกลูกค้าลิขสิทธิ์งานเพลงและภาพศิลป์เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่ได้สิทธิในการทำซ้ำ เช่น ผู้ประกอบการ website ผู้ให้บริการดาวน์โหลดเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์มือถือ ปัจจุบันลูกค้ากลุ่มนี้มีจำนวนทั้งหมด 41 ราย กลุ่มที่สองเป็นกลุ่มที่ได้สิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชนของผู้ประกอบการ ได้แก่ ร้านคาราโอเกะ บูธ (หยอดเหรียญ) ห้องโถงและห้องวีไอพี Jukebox งานดนตรีกรรม อาทิ การแสดงสด เสียงตามสาย และช่องทางการจัดเก็บอื่นๆที่เพิ่มขึ้น และสิทธิทำซ้ำงานดนตรีกรรมและโสตทัศนวัสดุ ประเภทมีดีฟาย ฮาร์ดดิสก์ต่อเครื่องและฮาร์ดดิสก์ต่อระบบ หรือสิทธิทำซ้ำรูปแบบใหม่ ทำให้ ณ ปัจจุบัน TCC มีสมาชิกรวมทั้งสิ้น 21,510 ราย และคิดเป็น 76,409 หน่วย

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจดิจิทัล

ธุรกิจโมบายดิสทริบิวชัน (Mobile Distribution)

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาธุรกิจการให้บริการเนื้อหาผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับบริการเสียงรอสาย จึงทำให้รายได้จากการให้บริการผ่านทางเครือข่ายของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เริ่มเข้ามาทดแทนรายได้ที่หายไปจากการขายเพลงและซีดี โดยบริการที่กลุ่มธุรกิจโมบายนั้นเปิดให้บริการ ได้แก่ Ringtone, Wallpaper, Full Song, Ring Back Tone, Back Ground Music, VDO Clip, VDO Ringtone, Flash on Mobile และ อื่น ๆ ซึ่งจะมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็น นักเรียน นักศึกษา รวมไปถึงกลุ่มคนที่เริ่มทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าที่บริโภคเพลงของทาง RS เป็นหลัก แต่ทว่าในปี 2549 นั้น ทางสายงานได้มีการขยายกลุ่มเป้าหมายออกไปยังกลุ่มคนในต่างจังหวัด และกลุ่มคนทำงานโรงงาน โดยได้มีการนำเอาเพลงลูกทุ่งจากค่าย R-Siam เข้ามาพัฒนาเป็นบริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี จากการที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพลงจากค่าย R-Siam ไม่ว่าจะเป็น เสียงเรียกเข้า เสียงเพลงรอสาย รวมไปถึงการซื้อเพลงแบบเต็มเพลงผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

ในปี พ.ศ.2549 บริการที่สร้างความโดดเด่นให้กับธุรกิจโมบายดิสทริบิวชัน ได้แก่ การซื้อเพลงแบบเต็มเพลงผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือการดาวน์โหลดวีดีโอคลิปต่างๆ ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยมีการนำเอาโทรศัพท์มาใช้เป็นอุปกรณ์ในการฟังเพลง ประกอบกับเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการเปลี่ยนแปลง ทำให้ใช้งานได้สะดวกขึ้น พร้อมทั้งราคาที่ถูกลงไม่ว่าจะเป็นตัวโทรศัพท์ หรือเมมโมรี่การ์ด ด้วยปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ จึงทำให้ลูกค้าหันมาบริโภคเพลงผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น ซึ่งในอนาคตอันใกล้หากมีการนำเอาเครือข่าย 3G เข้ามาใช้ ก็จะทำให้ RS Digital สามารถให้บริการมัลติมีเดียได้อย่างเต็มรูปแบบมากยิ่งขึ้น

การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การตลาด

ปัจจุบันการตลาดของกลุ่มธุรกิจโมบายนั้น จะเน้นการทำการตลาดเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การเข้าถึงผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยตรง โดยการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ทิว วิทยุ เพื่อเป็นการแนะนำบริการและเนื้อหาใหม่ ๆ ซึ่งสื่อเหล่านี้จะมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ในส่วนที่สองนั้นจะทำการตลาดผ่านทางเจ้าของโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น AIS, DTAC, True Move และ Hutch ซึ่งการทำการตลาดแบบนี้จะมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า เนื่องจากจะใช้สื่อและช่องทางที่เจ้าของโครงข่ายมีอยู่แล้ว เช่น SMS Broadcast, IVR Call Out และสื่อสิ่งพิมพ์ที่ไปกับใบแจ้งค่าใช้จ่าย เป็นต้น โดยในปี 2549 นั้น รูปแบบของการทำการตลาดจะมุ่งเน้นในการกระตุ้นให้มีการใช้งานที่มากขึ้น โดยการทำ Cross Sale กับบริการต่าง ๆ ที่มีอยู่ เช่น เปิดให้

บริการ Tutor on Mobile ซึ่งเป็นบริการในด้านการศึกษา ทำให้เกิดการ Cross Sale ระหว่างบริการด้านการศึกษากับบริการดาวน์โหลดริงโทน ซึ่งในปีพ.ศ.2550 จะยังคงเน้นการทำการตลาดในลักษณะนี้ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในด้านบริการและกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจการให้บริการเนื้อหาบนโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา รูปแบบการให้บริการ และการทำการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค เจ้าของเนื้อหาทั้งหลายเริ่มเล็งเห็นถึงแหล่งรายได้ใหม่ผ่านช่องทางนี้มากขึ้น จะเห็นได้ว่ามีบริการเกิดใหม่มากมาย เช่น การให้บริการส่งข่าวผ่านทาง SMS จากสำนักข่าวต่าง ๆ รวมถึงการทำลด แลก แจก แถม ให้กับผู้ใช้บริการ ด้วยเหตุนี้เองผู้บริโภคจึงมีทางเลือกที่จะใช้บริการมากขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องใช้บริการเพียงแค่เสียงเรียกเข้าอีกต่อไป จากเหตุผลนี้เองทางสายงาน RS Digital จึงมีความต้องการที่จะให้มีบริการที่หลากหลายและครอบคลุม โดยไม่จำกัดว่าจะต้องมีเพียงเนื้อหาเฉพาะในส่วนของ RS เพียงแหล่งเดียวเท่านั้น ซึ่งในปีพ.ศ.2549 ทางสายงานได้เริ่มเปิดให้บริการเนื้อหาที่เรียกว่า Non RS ให้กับผู้บริโภค เช่น การให้ดาวน์โหลดภาพ Ultraman จาก TIGA, บริการมวยจากสมิงขาว, การให้บริการดูดวงจากอาจารย์ลักษณะ และสายด่วนผลฟุตบอล เป็นต้น จากการมีเนื้อหาที่หลากหลาย ผสมกับความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี และความชำนาญในการทำการตลาดกับกลุ่มผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้ RS Digital ก้าวเข้าสู่การเป็น Mobile Entertainment อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งยากที่คู่แข่งจะไล่ตามได้ทัน

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การที่จะพัฒนาบริการใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดนั้น มีปัจจัยหลายประการที่จะทำให้บริการนั้น ๆ ประสบความสำเร็จ ปัจจัยหลักมาจากทำ R&D เพื่อให้เข้าใจถึงเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงที่เร็วมาก ดังนั้นการเข้าใจถึงเทคโนโลยี และการนำมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดเป็นบริการใหม่ ๆ นั้น จึงเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ RS Digital เป็นผู้นำทางด้าน Innovation มาตลอด โดยที่ RS Digital เป็นคนแรกที่เปิดให้บริการเสียงเรียกเข้าแบบ True Tone ตามมาด้วยการให้บริการดาวน์โหลด Full song และ Flash on Mobile เป็นคนแรกในประเทศไทย ไม่เพียงแต่จะมี Innovation เท่านั้น ทาง RS Digital ยังคงพัฒนาเนื้อหาอื่น ๆ ให้อยู่ในรูปแบบ Digital เพื่อทำการเผยแพร่และให้บริการผ่านทางเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น การร่วมมือกับวิทยุในเครือ Sky High คือ MAX 88.5 ในการให้บริการ Max Haunted ซึ่งผู้ที่ฟังคลื่นวิทยุ MAX 88.5 สามารถที่จะดาวน์โหลด เรื่องเล่าสยองขวัญจากทาง MAX 88.5 ไปฟังได้ โดยผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมไปถึงการพัฒนา Wireless Application Protocol (WAP) ซึ่งเป็นเว็บไซต์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้กับกลุ่มธุรกิจภาพยนตร์ เช่น รักจัง เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ และให้บริการดาวน์โหลดเนื้อหาของภาพยนตร์ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกด้วย

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจดิจิทัลดิสทริบิวชัน (Digital Distribution)

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจดิจิทัลดิสทริบิวชันประกอบด้วย

- 1) ธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตคอนเทนต์ (Internet Content)
- 2) ธุรกิจให้บริการดิจิทัลคอนเทนต์ฟ่วงผลิตภัณฑ์ (Digital Content)
- 3) ธุรกิจให้บริการดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) และมาร์เก็ตติ้งโซลูชัน (Marketing Solution)

ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลักแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

- 1) กลุ่มลูกค้าปลีกทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา รวมไปถึงกลุ่มคนทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าที่ติดตามผลงานเพลงต่างๆของอาร์เอสเป็นหลัก
- 2) กลุ่มลูกค้าองค์กร ซึ่งประกอบด้วย
 - เว็บไซต์ที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตคอนเทนต์
 - บริษัทหรือผู้ประกอบการต่างๆที่ให้บริการคอนเทนต์ผ่านระบบบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
 - องค์กรภาครัฐที่ดำเนินงานโครงการให้บริการอินเทอร์เน็ตคอนเทนต์
 - บริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์มือถือและเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ
 - บริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆทั่วไป

การตลาดและการแข่งขัน

ผลพวงจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี ทำให้ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านการบริโภคคอนเทนต์ต่างๆมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอันมาก แผนการตลาดสำหรับผู้ให้บริการคอนเทนต์ต้องมีการปรับปรุงรูปแบบและวิธีการใหม่ๆอยู่เสมอ โดยเฉพาะธุรกิจการให้บริการดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งมักแปรผันตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตลอดเวลา

ในแง่ของธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตคอนเทนต์นั้น สถานะการแข่งขันทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เหตุผลหลักมาจากการเติบโตของจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ส่งผลให้ความต้องการในการบริโภคคอนเทนต์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีแรงสนับสนุนอื่นๆ อาทิ ความพยายามของบริษัทและองค์กรต่างๆในการสร้างการเรียนรู้และทดลองใช้งานด้านธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ตต่างๆและการชำระค่าบริการผ่านอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ทั้งหมดล้วนส่งผลให้ทั้งอุปทาน และอุปสงค์ด้านธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตเติบโต และทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังมีแนวโน้มการเติบโตในลักษณะก้าวกระโดดต่อไป

สำหรับธุรกิจให้บริการดิจิทัลคอนเทนต์ฟ่วงผลิตภัณฑ์ และธุรกิจให้บริการดิจิทัลคอนเทนต์ และมาร์เก็ตติ้งโซลูชัน นั้นก็มีสถานะการแข่งขันและการเติบโตของตลาดที่สูงขึ้นเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากปัจจุบันบริษัทและองค์กรเอกชนต่างๆ รวมถึงองค์กรภาครัฐต่างๆมีการกำหนดนโยบาย และแผนการตลาดที่ใช้

เทคโนโลยีเป็นกลยุทธ์สำคัญ ดังนั้นดิจิทัลคอนเทนต์จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่สามารถสร้างทั้งความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มที่มีประสิทธิภาพให้กับสินค้าและบริการต่างๆ เป็นอย่างดี เช่น การให้สิทธิพิเศษกับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการ สามารถรับดิจิทัลคอนเทนต์ต่างๆ มากมาย อาทิ การโหลดริงโทน การโหลดภาพต่างๆ การฟังเพลง การดาวน์โหลดต่างๆ รวมถึง คู่มือส่วนลดอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เนื่องจากการบริโภคคอนเทนต์ต่างๆ ผ่านช่องทางดิจิทัลนั้น ผู้บริโภคสามารถเป็นผู้เลือกและเปลี่ยนแปลงลักษณะการบริโภคได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย ดังนั้นผลิตภัณฑ์หรือบริการจึงต้องมีความหลากหลาย และไม่จำเป็นต้องอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ทันกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ หากกล่าวเพียงการให้บริการคอนเทนต์อาร์เอส นั้น คงไม่เพียงพอในการให้บริการอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ได้ ดังนั้นจึงต้องมีการเพิ่มการให้บริการในส่วนของคอนเทนต์จากพันธมิตรภายนอกในทุกรูปแบบ อาทิ บริษัทค่ายเพลงต่างๆ บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ต่างๆ บริษัทผู้ผลิตเอ็นิเมชันกราฟฟิกส์ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะต้องมีการวางแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องและเหมาะสมกับกระแสความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเหมาะสม

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจโซ่วิช

ในการประกอบธุรกิจโซ่วิช ประกอบด้วยรายได้จาก 4 ธุรกิจหลัก ได้แก่ การจัดคอนเสิร์ต, การจัดอีเว้นท์, งานโครงการราชการ และ การบริหารศิลปิน

คอนเสิร์ต

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์งานคอนเสิร์ตของศิลปินทั้งในและต่างประเทศมาเป็นระยะเวลานาน จนเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจด้วยดีเสมอมา ซึ่งคอนเสิร์ตที่จัดขึ้นส่วนใหญ่แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1.) คอนเสิร์ตที่อยู่ในแผนการโปรโมทศิลปิน
- 2.) คอนเสิร์ตที่มีการคิด Concept ขึ้นมาใหม่ หรือมีการวางรูปแบบให้ตรงกับตามความต้องการของลูกค้า เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับธุรกิจ

นอกจากคอนเสิร์ตทั้งสองลักษณะดังกล่าวแล้ว บริษัทยังให้ความสนใจกับการนำศิลปินจากต่างประเทศเข้ามาจัดคอนเสิร์ตในประเทศไทยอีกด้วย โดยในปีพ.ศ.2550 บริษัท อาร์เอสโอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ซึ่งประกอบไปด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์ในการนำศิลปินระดับโลกเข้ามาจัดแสดงในประเทศไทย

มาแล้วนั้น จะเข้ามาดูแล้วรับผิดชอบการจัดแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินต่างประเทศให้กับอาร์เอสโดยตรง ซึ่งจะช่วยเพิ่มความโดดเด่นให้กับธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตของอาร์เอสได้มากยิ่งขึ้น

การตลาดและการแข่งขัน

การตลาด

ทีมงานการตลาด MCM (Music Content Management) รับหน้าที่เป็นศูนย์กลางของธุรกิจเพลง ในการดูแลการหารายได้ต่อยอดจากคอนเทนต์เพลง โดยมุ่งเน้นการสร้างรายได้ที่สามารถตอบโจทย์การทำการตลาดของลูกค้าองค์กรที่ใช้ Music Marketing เป็นเครื่องมือในการทำการตลาดผ่านการเชื่อมโยงระหว่างตราสินค้าและศิลปินในกิจกรรมรูปแบบต่างๆ โดยการพัฒนารายได้จากกิจกรรมที่เป็นช่องทางสำคัญในการโปรโมทอัลบั้ม และศิลปิน ซึ่งหนึ่งในวิธีการดังกล่าว คือ การหาสปอนเซอร์คอนเสิร์ตใหญ่ที่ถูกจัดขึ้นเพื่อการโปรโมทอัลบั้มใหม่ของศิลปินหลัก เช่น พิล์ม แดน-บีม โปงลางสะออน โดยจะมีการจัด Package ขายสิทธิในการเป็นผู้สนับสนุนคอนเสิร์ตให้กับสินค้าที่ต้องการ ซึ่งมีการขายในหลากหลายรูปแบบ ทั้ง Sole Sponsorship หรือ Co-Sponsorship ในขณะเดียวกันก็สามารถหารายได้เพิ่มเติมจากการขายตัวคอนเสิร์ต อาทิ คอนเสิร์ต Nice Club สมาคมคนน่ารัก by แดน-บีม, พิล์มยาภูเขาทำดวงลคอนเสิร์ต และคอนเสิร์ตคิดถึงแม่ ในปี 2549 ที่ผ่านมา

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังใช้กลยุทธ์การตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยการสร้างสรรค์งานคอนเสิร์ตที่มีรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า หรือโฟกัสกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งในปี 2549 ได้แก่คอนเสิร์ต “Student Rock Party Concert” ซึ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนในชั้นมัธยมศึกษา เป็นต้น

ภาวะการแข่งขัน

สำหรับธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตในปี 2549 นั้นมีการแข่งขันค่อนข้างสูง สังเกตได้จากคอนเสิร์ตที่เกิดขึ้นมากมายตลอดทั้งปี โดยเฉพาะคอนเสิร์ตประเภท Retro ที่จัดขึ้นเพื่อเอาใจกลุ่มเป้าหมายผู้ใหญ่ที่กำลังซื้อค่อนข้างมาก ที่เป็นเช่นนี้เกิดจากในปัจจุบันผู้จัดงานคอนเสิร์ตไม่จำเป็นต้องเป็นบริษัทเจ้าของค่ายเพลงอีกต่อไป บริษัทที่มีศักยภาพเพียงพอก็สามารถเข้ามาบริหารงาน และหารายได้จากธุรกิจนี้ได้เช่นกัน ทำให้จำนวนผู้แข่งขันในตลาดเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้กระแสความนิยมของศิลปินเกาหลีและญี่ปุ่นในประเทศไทย หรือการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่อย่าง UBC Fantasia ที่มีศิลปิน AF1-2-3 ก็ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดนี้มีความเข้มข้นมากขึ้นเช่นกัน

แนวโน้มตลาดในปี 2550 การแข่งขันจะทวีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้แข่งขันในตลาดมีมาก ทำให้ผู้แข่งขันแต่ละรายจะต้องใช้กลยุทธ์ หรือจุดแข็งต่างๆ ที่ตนเองมีอยู่ ออกมาใช้ต่อสู้และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อสร้างความโดดเด่น และความพึงพอใจให้กับลูกค้าสูงสุด

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจการแสดง และอีเว้นท์

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ประเภทของธุรกิจการแสดง และอีเว้นท์ เป็นอีกรูปแบบหนึ่งประเทศไทยที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากสินค้า บริการ และเอเจนซีโฆษณา หันมาจัดสรรงบประมาณในแง่ของ Below the line มากขึ้น ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา สืบเนื่องมาจากเวลาค่าโฆษณาสื่อทางโทรทัศน์ จะมีราคาสูงมากขึ้น ประกอบสินค้าในประเภทเดียวกันมีคู่แข่งทางการค้ามากขึ้นด้วย

อาร์เอส เป็นกลุ่มบริษัทยักษ์ใหญ่ทางด้านเอ็นเตอร์เทนเมนต์ในเมืองไทย ที่ผลิตผลงาน และทำตลาดอย่างต่อเนื่องมาตลอด 25 ปี และในปีนี้เอง 2549 อาร์เอสได้ขยายตัวทางธุรกิจเพื่อรองรับกับการเติบโต เพื่อให้สอดคล้องกับแผนตลาดของสินค้า บริการและเอเจนซี ที่หันมาลงทุนในสื่อกิจกรรม หรือ Below the line ประเภทการแสดง และอีเว้นท์มากขึ้น โดยการร่วมทุนกับบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดการแสดง และจัดอีเว้นท์ต่างประเทศที่มีลักษณะการนำเข้าคอนเสิร์ต และโชว์จากต่างประเทศ รวมทั้งได้วางแผนระยะยาวให้รูปแบบสื่อกิจกรรมบนเท็งดังกล่าว สามารถมีความต่อเนื่องและส่งผลธุรกิจในระยะยาวได้

บริษัท อาร์เอสไอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เป็นบริษัทลูกรายใหม่ที่มีประเภทธุรกิจสื่อ กิจกรรม ที่มีการนำเอารูปแบบการจัดงาน ความคิดสร้างสรรค์ และแผนการตลาดแบบครบวงจร แบบสากล เพื่อตอบสนองถึงความต้องการของสินค้า บริการ และเอเจนซีโฆษณา รวมถึงผู้บริโภคที่ต้องการประสบการณ์ใหม่ๆจากต่างประเทศ นอกจากนี้ทางบริษัทยังได้จัดซื้อ และสร้างสรรค์เพื่อเป็นเจ้าของสิทธิ รวมทั้งวางแผนดำเนินแผนการตลาดแบบระยะยาว และครบวงจร

ตัวอย่างรูปแบบงานที่ บริษัท อาร์เอสไอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้วางแผนไว้ อาทิ มหกรรมรวมพลังพิทักษ์โลก ISUZU ALL STAR HERO FESTIVAL 2007 เป็นอีเว้นท์ที่รวบรวมเอา ลิขสิทธิ์ Character จากทั่วโลกเพื่อจัดแสดงในรูปแบบต่างๆโดยทางบริษัทฯได้จดทะเบียนเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อีเว้นท์แต่เพียงผู้เดียว, PROJECT ULTRAMAN เป็นลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์ที่สามารถสร้างธุรกิจแบบต่อยอดในรูปแบบต่างๆ อาทิ Merchandising, Digital Media, Event, Promotion Activity รวมถึงคอนเสิร์ตต่างประเทศ

การตลาดและการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

1. จัดทำ Content ที่มีคุณภาพ และตลาดต้องการ
 - เนื่องจากตลาดในเมืองไทยมีความต้องการ Content ที่มีลักษณะแปลกใหม่ และมีคุณภาพสูง จึงได้มีการคัดสรร Content ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในเมืองไทย
2. นำรูปแบบการจัด Event แบบสากล และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้
 - การนำเอารูปแบบการจัดงานแบบสากล และเทคโนโลยีมาประยุกต์ มีประโยชน์ในการสร้าง

มาตรฐานที่ดีในการจัดงาน และคุณภาพของการเข้าถึงเนื้อหา Content

3. นำเสนอวิธี Implement เชิงลึกระหว่างสินค้า กับ Content เพื่อเป็นการสร้างกระแสตลาด
- เนื่องจากผู้สนับสนุน เป็นกลไกหลักของรายได้ที่จะเสริมคุณภาพของงานให้มีความเชื่อถือ พร้อมสร้างกระแสตลาดโดยทางอ้อม

ลักษณะลูกค้า และกลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มผู้สนับสนุนด้านการเงิน
2. กลุ่มผู้สนับสนุนด้านสื่อ และอื่นๆ
3. กลุ่มผู้ซื้อสินค้าลิขสิทธิ์
4. กลุ่มผู้จัดงาน Event และกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป

ช่องทางการจำหน่าย

เนื่องจากแผนการตลาดที่วางไว้เป็นรูปแบบที่หลากหลายและครบวงจร รวมถึงแหล่งรายได้มีหลายช่องทาง ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายจึงได้ถูกแบ่งเป็นกลุ่มๆดังต่อไปนี้

1. ผู้สนับสนุน ในแต่ละ Event
2. ผู้จัดงาน Event
3. ผู้ประกอบการฟรีทีวี และเคเบิลทีวี
4. ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมเอ็นเตอร์เทนเมนต์
5. ผู้ซื้อลิขสิทธิ์ทั้งใน และต่างประเทศ
6. ผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านดิจิทัล และอินเทอร์เน็ต

ภาวะการแข่งขัน

สำหรับธุรกิจ Event ในประเทศไทยจะจัดแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. กลุ่มบริษัทประเภท จัดทำ Presentation และ Event Organizer ที่ให้บริการรับจัด Event ทั่วไปให้กับสินค้า และบริการ
2. กลุ่มบริษัทประเภท Local Event Promoter ที่ให้บริการจัดการแสดง โชว์ คอนเสิร์ต โดยเป็นผู้ลงทุนในการทำตลาด จัดงานเอง และ / หรือ ร่วมกับบริษัทอื่นๆ ในประเทศ
3. กลุ่มบริษัทประเภท International Event Promoter ที่ให้บริการจัดการแสดง โชว์ คอนเสิร์ต โดยผู้ลงทุน และให้บริการในการทำแผนตลาด จัดงานเอง และ / หรือ ร่วมกับบริษัทอื่น โดยเป็นผู้คิดสรร Content เพื่อมาทำตลาดในประเทศ

ในกลุ่ม ที่ 1 และ 2 จะการแข่งขันสูง ทั้งบริษัทที่มีขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ เนื่องจากมีโอกาสทางด้านธุรกิจสูง โดยแผนการตลาดส่วนใหญ่จะจัดสรรงบประมาณของ Blow the line เพิ่มขึ้น ซึ่งในกลุ่มดังกล่าวยังได้มีการรวมตัวจัดเป็นสมาคมขึ้นชื่อ Event Club เพื่อควบคุมมาตรฐาน และราคาในตลาด พร้อมทั้งยังสร้างโอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้นด้วย แต่ก็จะมีการแข่งขันสูง

สำหรับ บริษัท อาร์เอสไอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จัดเป็นกลุ่มบริษัทประเภทที่ 3 ซึ่งมีคู่แข่งทางการตลาดน้อยรายเนื่องจากต้องลงทุนสูง และต้องมี Connection ในต่างประเทศ อย่างลึกซึ้ง พร้อมทั้งต้องการงบประมาณในการสนับสนุนทางการเงินจากผู้สนับสนุนสูง ซึ่งต้องจัดทำแผนการตลาดไปพร้อมๆ กับผู้สนับสนุน ซึ่งผู้ที่มีประสบการณ์ในกลุ่มนี้ยังมีน้อยราย เนื่องจากโอกาสในการประสบความสำเร็จมีความเสี่ยงสูง แต่หากมีประสบการณ์และมีการวางแผนที่ดีแล้ว โอกาสที่จะประสบความสำเร็จทางด้านธุรกิจก็จะมีค่อนข้างมาก

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท อาร์เอสไอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ถือว่าเป็นบริษัทหนึ่งที่ต้องพึ่งการจัดหาจัดซื้อ Content มาจาก แหล่งต่างๆ ไม่ว่าในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากรูปแบบธุรกิจที่เรียกว่า Event Promoter จะต้องนำ Content มาประกอบกับแผนการตลาดเพื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการจัดซื้อจัดหา Content ที่มีรูปแบบต่างๆไม่ว่าจะเป็น โชว์ คอนเสิร์ต สวนสนุกเคลื่อนที่ ลิขสิทธิ์ และอื่นๆ จึงเป็นส่วนสำคัญหรืออาจเรียกได้ว่าเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจก็ได้ ผลสืบเนื่องของการลงทุนจะเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ใช้ในการประกอบการพิจารณาว่าจะตัดสินใจลงทุนใน Content นั้นหรือไม่

การจัดซื้อจัดหา Content ของบริษัทฯ จะไม่เหมือนการจัดซื้อจัดหาสินค้าและบริการทั่วไป เนื่องจาก Content ดังกล่าวต้องใช้ประสบการณ์ ความเชื่อถือ ประวัติ และความเชี่ยวชาญในการพิจารณาตัดสินใจซื้อ ไม่ใช่เพียงการแข่งขันทางการนำเสนองบประมาณเพื่อประมูลซื้ออย่างเดียว ดังนั้นการจัดซื้อจัดหาดังกล่าวอาจใช้ระยะเวลานานเป็นพิเศษ อาทิ บาง Content อาจต้องใช้ระยะเวลาถึง 3 ปี จึงจะได้ Content นั้นมา

ทั้งนี้ความคุ้มค่าของการลงทุนขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจที่ต้องใช้เวลาพิจารณาค่อนข้างมาก แต่จะได้รับผลตอบแทนทั้งเม็ดเงินและชื่อเสียงในระยะยาว

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

งานโครงการราชการ

งานบริหารจัดการโครงการราชการ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่มีบทบาทในการสร้างรายได้ให้กับอาร์เอส ด้วยความเหนือกว่าคู่แข่งในด้านของผลงานและประสบการณ์ที่มีมายาวนาน อีกทั้งยังมีสื่อครบวงจร และมีศิลปินนักร้องที่ได้รับความนิยมสูงสุด ทำให้บริษัท อาร์เอส จำกัด(มหาชน) ได้รับความไว้วางใจจากภาครัฐให้เข้ามาบริหารงานกิจกรรมโครงการต่างๆเพิ่มมากขึ้นในทุกๆปี

ดังนั้นเพื่อความชัดเจนและมีประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด ในปี 2548 บริษัทฯได้จัดตั้งสายงานพัฒนาธุรกิจ (Business Development) ขึ้น เพื่อเข้ามาดูแลรับผิดชอบงานโครงการราชการโดยตรง ซึ่งในปีที่ผ่านมา มีโปรเจกต์ขนาดใหญ่ที่บริษัทฯเข้าไปบริหารจัดการมากมาย อาทิ งานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ(กรุงเทพฯ), งาน Pattaya Music Festival 2006, งานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์(ททท.), ISUZU Thailand Adventure Race (ททท.), งานดนตรีในสวน(กทม.) เป็นต้น

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ลักษณะการประกอบธุรกิจของงานบริหารจัดการโครงการราชการ มีลักษณะเด่นซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) รับดำเนินงานให้กับลูกค้าจากหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรอิสระ นำมาซึ่งรายได้และภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร
- 2) งานจากลูกค้า เป็นแผนงานที่เกิดจากนโยบายของรัฐบาล จึงเป็นงานที่มีความสำคัญต่อส่วนรวมทั้งในส่วนของประชาชน หรือความมั่นคงของประเทศ เช่น งานด้านสุขภาพ, ด้านการศึกษา, ด้านกีฬา, ด้านการท่องเที่ยว ,ด้านความปลอดภัย และ ด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์พลังงาน
- 3) งานที่รับดำเนินงาน มีลักษณะเป็นโครงการที่มีการกำหนดขอบเขตการดำเนินงาน ระยะเวลา และงบประมาณชัดเจน ส่วนมากเป็นงานด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การวางแผนสื่อ และการจัดกิจกรรม ซึ่งเป็นงานที่เหมาะสมกับศักยภาพของบริษัท
- 4) การนำเสนองานให้ลูกค้าพิจารณาเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการที่บริษัทจะได้รับการคัดเลือกจากลูกค้า ทั้งตัวงาน Proposal และ Presentation เนื่องจากเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้ามองเห็นความพร้อมและเกิดความเชื่อมั่นในศักยภาพของบริษัท

จะเห็นได้ว่าบริษัทมีความพร้อมในการรับดำเนินงานให้กับลูกค้า ทั้งด้านการนำเสนอแนวคิดกลยุทธ์ที่โดดเด่น การจัดทำ Proposal และ Presentation ที่สร้างความน่าสนใจ เกิดความน่าเชื่อถือ อีกทั้งผลงานที่ผ่านมาก็เป็น Profile ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ รวมถึงชื่อเสียงของบริษัท และการรักษาความสัมพันธ์อันดี กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ก็เป็นแนวโน้มที่เห็นได้ชัดว่า บริษัทจะสามารถเป็นผู้นำในธุรกิจด้านนี้ได้อย่างไม่ยากนัก

การตลาดและการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์ด้านการตลาด

1.) กลยุทธ์การนำเสนองานโครงการ

- แนวคิดในการนำเสนอกลยุทธ์ โดยการคิด Concept งานที่ทันสมัย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายและตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ข้อความที่ใช้ในการสื่อสาร เน้นความกระชับ ชัดเจน ได้ใจความ ง่ายต่อการจดจำ
- การออกแบบและผลิตสื่อทุกชนิด เป็นไปตาม Concept ที่วางไว้ และมีดีไซน์ที่โดดเด่นด้วยสีสันทําให้เกิด Single Mind และสามารถดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจมากขึ้น
- กลยุทธ์ในการทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือสื่ออื่นๆ บริษัทสามารถวางแผนการใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในเรื่องคุณภาพ ปริมาณ และราคา เพราะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทที่เป็นเจ้าของสื่อ

- การทำงานเพื่อนำเสนอลูกค้า ไม่เพียงแต่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้ากำหนดไว้ แต่จะนำเสนอไอเดียที่บริษัทมีมาใช้เป็นกลยุทธ์นำเสนอเพิ่มเติมเพื่อให้งานโดดเด่นกว่าคู่แข่ง เช่น การแต่งเพลง การใช้ศิลปินเป็น presenter เพื่อสร้างกระแส และสร้างสีสันต่างๆ ตลอดระยะเวลาของโครงการ
- การนำเสนอทั้งในรูปแบบ Proposal และ Presentation ที่มีความละเอียดของเนื้อหาที่ครบถ้วน พร้อมโซวภาพงานทุกชิ้นที่นำเสนอ เช่น story board, ภาพเวที, ภาพบอร์ดนิทรรศการ, ภาพ Cut Out ฯลฯ เป็นการแสดงศักยภาพและความพร้อมของทีมงาน สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ามาก เพราะลูกค้าสามารถเห็นในสิ่งที่นำเสนอได้ชัด และเกิดความมั่นใจว่าบริษัทจะสามารถดำเนินงานให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

2.) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และการติดตามข่าวสารความต้องการจากลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่เป็นสิ่งที่บริษัทคำนึงถึงเสมอ เพราะจะทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าในการจัดทำโครงการตามแผนงานได้ หรืออาจมีโครงการพิเศษที่ไม่อยู่ในแผนงานที่วางไว้ตามปีงบประมาณ ซึ่งเป็นโครงการที่ลูกค้าต้องรีบดำเนินการให้ทันตามสถานการณ์ บริษัทก็สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้าจากหน่วยราชการอิสระ 57 หน่วยงาน และกระทรวง 20 กระทรวง ซึ่งมีหน่วยงานและรัฐวิสาหกิจอยู่ในสังกัด มีแผนงานตามนโยบายของรัฐบาลตามปีงบประมาณ โดยลูกค้ามีขอบเขตการดำเนินงานที่ชัดเจน กำหนดออกมาเป็น TOR (Term of Reference)

ภาวะการแข่งขัน

มูลค่าตลาดและแนวโน้มการเติบโต

มูลค่าตลาดสำหรับงานโครงการราชการนั้น จะขึ้นไปตามยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายของรัฐบาลในแต่ละปี ซึ่งมีแนวโน้มจะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากภาครัฐหันมาให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมหรือการประชาสัมพันธ์โครงการที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากในแต่ละปีที่ผ่านมา มีงานโครงการและกิจกรรมต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผู้แข่งขันในตลาด

- คู่แข่งทางตรง ได้แก่ บริษัทที่ทำธุรกิจในรูปแบบเอนเตอร์เทนเมนต์ ดำเนินงานด้านการจัดกิจกรรม การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และ หนังสือพิมพ์ เช่น บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), บริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท เจ เอส แอล จำกัด

- คู่แข่งทางอ้อม บริษัทที่ดำเนินงานด้านการจัดกิจกรรม การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ที่อยู่ในรูปบริษัทเอกชน เช่น บริษัท แมสซีฟ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด, บริษัท ภูมิ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด, บริษัท โนวา อินเตอร์ แอ็ด จำกัด, บริษัท โปร อิมเมจ จำกัด เป็นต้น

แนวโน้มภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากงานโครงการราชการมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จึงมีแนวโน้มที่บริษัทที่ทำธุรกิจในรูปแบบเอนเตอร์เทนเมนต์ และบริษัทเอกชนอื่นๆ สนใจเข้ามาแข่งขันในธุรกิจนี้มากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งนอกจากการนำเสนอผลงานภายใต้ข้อกำหนด(Term of Reference)ให้ได้มากที่สุด ในราคาที่เหมาะสมที่สุดแล้ว ยังจะต้องเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เข้าไปในงาน และคุณภาพงานที่น่าเสนอก็จะต้องมากขึ้น เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะงานส่วนใหญ่ที่ลูกค้าต้องการ จะเป็นงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การจัดคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมต่างๆ ซึ่งบริษัทสามารถดำเนินการได้เองทั้งหมด เนื่องจากมีความพร้อมในทุกๆ ด้าน ได้แก่ ทีมงานคุณภาพ, ศิลปินนักร้องที่มีชื่อเสียง และสื่อครบวงจร ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

การบริหารศิลปิน

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เนื่องจากอาร์เอสดำเนินธุรกิจบันเทิงแบบครบวงจรมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน พบว่ามีศิลปิน นักแสดงในสังกัดมากมาย ซึ่งศิลปินและนักแสดงเหล่านี้ถือเป็นสินทรัพย์ของอาร์เอส ที่สร้างมูลค่าและเป็นตัวแทนของบริษัทในการเข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรอื่นๆ รวมทั้งการรับงานหลังจากออกอัลบั้มและโปรโมทผลงานเพลงจนเป็นที่นิยมแล้ว

ด้วยเหตุนี้ สายงานบริหารภาพลักษณ์และสินทรัพย์องค์กรจึงเข้ามามีบทบาทหน้าที่สำคัญ 2 ประการ คือ

- 1) บริหารภาพลักษณ์องค์กร ผู้บริหาร และศิลปิน
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กร ผู้บริหาร และศิลปินในสังกัดต่อสาธารณชนและภายในองค์กรอาร์เอสเอง
- 2) บริหารจัดการเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ตัวศิลปิน
มุ่งเน้นในการสร้างงานเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับศิลปินในสังกัด นอกเหนือจากการออกผลงานเพลงหรือผลงานแสดงตามปกติ โดยผลงานเหล่านี้จะต้องสอดคล้องและเกื้อหนุนให้ภาพลักษณ์ของศิลปินดีขึ้นหรือชัดเจนขึ้น ซึ่งงานที่กล่าวมาข้างต้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- งานโชว์บิช ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น
 - a. การจัดแสดงคอนเสิร์ตทั้งในประเทศและต่างประเทศ
 - b. งานโชว์ตัว ไม่ว่าจะเป็นการร้องเพลง เดินแบบ สัมภาษณ์ เล่นกีฬา ฯลฯ
 - c. งานจ้างแสดงเพื่อเก็บบัตรเข้าชมในลักษณะล่อมั่ว
 - d. การรับจ้างผลิตงานตามความต้องการของลูกค้า
- งานโลเชนส์ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น
 - a. งานฟรีเซเตอร์ โลเชนส์
 - b. งานเมอร์ชันทไดซ์ โลเชนส์
 - c. งานโปรโมชั่น โลเชนส์

ปัจจุบันมีศิลปินในสังกัดจำนวนมากเป็นฟรีเซเตอร์ ให้กับสินค้าชั้นนำหลายผลิตภัณฑ์ อันเป็นการเสริมภาพลักษณ์ให้กับตัวศิลปิน ซึ่งสินค้าเหล่านั้นมีการทำกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาพและข่าวความเคลื่อนไหวของศิลปินมีการเผยแพร่สู่สาธารณชนโดยตลอด

นอกจากนี้อาร์เอส นับว่าเป็นผู้บุกเบิกงานด้านสินค้าลิขสิทธิ์ให้กับศิลปินในประเทศไทยเช่นเดียวกับศิลปินระดับโลกในต่างประเทศ สายงานบริหารภาพลักษณ์และสินทรัพย์องค์กรได้พัฒนาสินค้าลิขสิทธิ์สำหรับศิลปินชั้นนำของบริษัทฯ อาทิ แดน – บีม, फिल्म รัฐภูมิ ซึ่งมีผู้ผลิตสินค้าลิขสิทธิ์ชั้นนำหลายรายซื้อสิทธิ์จากศิลปินดังกล่าว เพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าจำหน่ายให้กับผู้สนใจและแฟนคลับทั่วประเทศ

การตลาดและการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

สายงาน IAM ใช้ทั้ง Mass Customization Strategy และ Customization Strategy เป็นกลยุทธ์หลักในการทำงาน (ขึ้นอยู่กับประเภทของการผลิตและการบริการ) โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าโดยตรง (Direct Customer) เป็นหลัก แต่ก็ไม่ละเลยลูกค้าในกลุ่มตัวแทน (Advertising Agency) ทั้งนี้ทั้งนั้นในการนำเสนองานให้กับลูกค้านั้นทาง IAM มุ่งเน้นที่จะให้ลูกค้าได้มองเห็นว่างานที่ IAM เสนอนั้นเป็นเครื่องมือทางการตลาด (Marketing Tool) ในการที่จะทำให้ลูกค้าแต่ละรายประสบความสำเร็จในวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ตั้งไว้ของลูกค้าทุกรายโดยอาศัยหลักการของ Entertainment Marketing ในการเข้าถึงผู้บริโภค (Consumer)

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

มุ่งเน้นที่การทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในวงกว้าง (Mass Communication) เป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็น

เป็น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, วิทยุ หรือนิตยสาร เป็นต้น โดยใช้รูปแบบของการจัดการแสดงข่าว, การให้สัมภาษณ์, การส่งข่าว, การจัดทำสัปดาห์ ฯลฯ เนื่องจากลักษณะของผลิตภัณฑ์และการให้บริการของ IAM นั้นหวังผลต่อผู้บริโภคในระดับกว้าง ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของการใช้ Entertainment Marketing เพราะสามารถแทรกซึมเข้าไปในจิตใจของผู้บริโภคในทุกระดับได้ง่ายดายกว่า

ภาวะการแข่งขัน

ในงานประเภทโทรทัศน์นั้น การแข่งขันในปีที่ผ่านมาถือว่ามีความเข้มข้นขึ้นมากเนื่องจากมีคู่แข่งรายใหม่อย่าง UBC Fantasia เข้ามาเป็นตัวเลือกใหม่ ประกอบรายการที่ไม่ค่อย Active นักก็กลับมา Active ขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เช่น Love Is เป็นต้น โดยที่คู่แข่งโดยตรงอย่าง GMM ก็รู้สึกมากขึ้นเพราะเริ่มมองเห็นโอกาสทางการตลาดที่เปิดกว้างมากขึ้น

สำหรับตลาดของงาน Licensing ของศิลปิน หากมองเรื่องฟรีเซนเตอร์ก็ต้องนับว่าเป็นตลาดที่มีคู่แข่งอยู่ค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นตลาดที่ Supply มีความหลากหลายอยู่พอสมควร แต่อย่างไรก็ดีหากมองที่กลุ่มฟรีเซนเตอร์ที่มีความเป็น Superstar โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นแล้ว นับว่าเรามีคู่แข่งน้อยมาก

ส่วนทางด้านตลาด Merchandise และ Promotion License นั้นเนื่องจากตลาดมีการตอบรับที่ดีขึ้นเรื่อยๆ จึงเริ่มมีความเคลื่อนไหวในกลุ่มผู้เล่นใหม่ๆ อย่างเช่น BEC(ช่อง3) ที่ส่ง 4 Angies (Graphic Animation ของ 4 สาวผู้หญิงถึงผู้หญิง) ลงมาทำตลาดอย่างคึกคัก และ UBC Fantasia ก็ส่ง AF1-2-3 ลงมาในตลาดนี้ด้วยเหมือนกัน ถึงแม้ว่ายังไม่จริงจังนัก แต่ก็เห็นเค้าโครงของการแข่งขันที่เริ่มดุเดือดขึ้นเรื่อยๆ

แนวโน้มการตลาดในอนาคต

เนื่องจาก Entertainment Marketing เป็น Marketing Tool ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย จึงมีแนวโน้มที่เจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ จะหันมาให้ความสนใจในวิธีการนี้กันมากขึ้น จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้การแข่งขันจะต้องสูงขึ้น ซึ่งการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้นี้จะไม่อยู่ในสภาพที่คุ้นเคยอีกต่อไป กล่าวคือ ไม่ได้แข่งอยู่เพียงคู่แข่งโดยตรงอย่าง GMM เพียงเจ้าเดียวแล้ว แต่จะมีคู่แข่งใหม่ๆ เข้ามาในตลาดนี้อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบที่เป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่มีผลงานอย่างต่อเนื่อง หรือเป็นคู่แข่งที่เข้ามาในลักษณะขจร (ตัวอย่างเช่น คอนเสิร์ตประเภท Retro ทั้งหมด) ก็จะมีให้เห็นอย่างมากมายในอนาคตอันใกล้

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจภาพยนตร์

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การประกอบธุรกิจภาพยนตร์มีลักษณะเด่นของธุรกิจ พอสรุปได้ 5 ประการดังนี้

1. ต้นทุนการสร้างและค่าใช้จ่ายในการโปรโมทภาพยนตร์แต่ละเรื่องไม่เท่ากัน จะแปรผันตามประเภทและขนาดของภาพยนตร์ โดยเฉลี่ยอยู่ที่ระดับเรื่องละ 15-20 ล้านบาท สำหรับต้นทุนผลิต และอีกประมาณ 15-20 ล้านบาทโดยเฉลี่ยสำหรับค่าใช้จ่ายในการโปรโมท
2. ต้นทุนผลิตส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 60-70 เป็นค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำซึ่งใช้เวลาประมาณ 3-4 เดือน และขั้นตอนในท้องถ่ายใช้เวลาประมาณ 2 เดือน
3. การขายงานภาพยนตร์ จะเริ่มจากการขาย Pre-Sale คือ การขายสิทธิ์ให้แก่สายหนังต่างจังหวัด, VCD, DVD, การขายสิทธิ์ในการแพร่ภาพทางเคเบิลทีวี, สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี และการขายสิทธิ์ให้ต่างประเทศ
4. รายได้จากการเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ในระบบส่วนแบ่ง (Sharing) จากค่าบัตรเข้าชมภาพยนตร์ในเขตกทม. และปริมณฑลปัจจุบันอัตราส่วนแบ่งอยู่ที่ร้อยละ 50
5. รายได้จากการนำภาพยนตร์ที่ออกจากรองภาพยนตร์ไปบรรจุลงแผ่น VCD และ DVD ซึ่งถ้าหากภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ได้รับความนิยมมากตอนที่ฉายในโรงภาพยนตร์ ยอดขาย VCD และDVD ก็จะสูงตามไปด้วย

ที่ผ่านมากลุ่มอาร์เอสมีเป้าหมายในการเป็นผู้นำในธุรกิจภาพยนตร์ โดยมีแผนที่จะผลิตภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง ด้วยความพร้อมในทุกด้านทั้งเงินทุน นักแสดง และทีมงานผลิตที่มีความชำนาญในการผลิตงานภาพยนตร์และประสบการณ์ในการประเมินตลาดภาพยนตร์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลงานภาพยนตร์ของกลุ่มฯ ได้รับความนิยมตลอดมา

การตลาดและการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

- 1) กลยุทธ์การนำเสนอผลงานคุณภาพและตรงตามรสนิยมของตลาด

ในการผลิตงานภาพยนตร์ และงานละคร กลุ่มอาร์เอสให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของการผลิต เริ่มจากทีมงานทำการศึกษาประเมินเหตุการณ์สภาพตลาดและรสนิยมของตลาดผู้ชมในขณะนั้น และเมื่อได้โครงเรื่องที่เหมาะสมจะเป็นขั้นตอนการเขียนบท กำหนดตัวนักแสดงและกระบวนการถ่ายทำ การตัดต่อและการบันทึกเสียงด้วยความพิถีพิถันทำให้ผลงานที่ออกมามีคุณภาพและตรงกับความนิยมของผู้ชม

- 2) กลยุทธ์ความต่อเนื่อง

ด้วยประสบการณ์ในธุรกิจอันยาวนานกว่า 25 ปี ทำให้กลุ่มอาร์เอสตระหนักดีว่า ความต่อเนื่องเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะทำให้เกิดความมั่นใจและความไว้วางใจจากบริษัทคู่ค้าอันได้แก่ เจ้าของสถานี

โทรทัศน์ เจ้าของโรงภาพยนตร์ ผู้ประกอบการสายหนัง ผู้ประกอบการ Home Entertainment และจากผู้ชม นอกจากนี้การทำธุรกิจที่ต่อเนื่องทำให้กลุ่มอาร์เอสสามารถขยายการลงทุนในส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างต่อเนื่อง เช่น การเพิ่มจำนวนทีมงานผลิต การลงทุนในอุปกรณ์ถ่ายทำที่ทันสมัย และการทำการตลาดที่ต่อเนื่อง

3) กลยุทธ์การนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้เพื่อพัฒนางาน

เช่น การนำระบบถ่ายทำใหม่ล่าสุดในระบบดิจิทัลมาใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์เป็นครั้งแรกและเป็นรายแรกในประเทศไทย ช่วยพัฒนาคุณภาพงานให้สูงขึ้นในขณะที่ประหยัดต้นทุนการถ่ายทำ และลดต้นทุนค่าฟิล์มซึ่งเป็นวิธีการถ่ายทำแบบเดิม

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) กลุ่มลูกค้าภาพยนตร์

ลูกค้าหลัก ได้แก่ โรงภาพยนตร์ สายหนังต่างจังหวัด สถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวี เคเบิลทีวี ผู้ประกอบการ Home Entertainment และผู้ซื้อสิทธิในตลาดต่างประเทศ

ช่องทางการจำหน่าย

1) ช่องทางการจำหน่ายภาพยนตร์มี 5 ช่องทางดังนี้

1. สายหนังต่างจังหวัด
2. ผู้ประกอบการโทรทัศน์ทั้งเคเบิลทีวี และฟรีทีวี
3. ผู้ชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
4. ผู้ประกอบการธุรกิจ Home Entertainment ในรูปแบบของ Video, VCD และ DVD
5. ผู้ซื้อสิทธิในตลาดต่างประเทศ

ภาวะการแข่งขัน

มูลค่าตลาดภาพยนตร์และแนวโน้มการเติบโต

ตลาดภาพยนตร์ในปี 2549 ที่ผ่านมามีมูลค่าประมาณ 3,308 ล้านบาท โดยลดลงจากปี 2548 ประมาณ 208 ล้านบาท สำหรับภาพยนตร์ไทยมีมูลค่าประมาณ 1,112 ล้านบาทจากภาพยนตร์ที่ออกฉาย 44 เรื่อง เติบโตกว่าปีก่อน 12 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.2 และมีจำนวนภาพยนตร์ที่เข้ามากกว่า 9 เรื่อง

ในส่วนของอาร์เอสมีภาพยนตร์ออกฉายทั้งสิ้น 5 เรื่องในปี 2549 และมีอัตรารายได้เพิ่มขึ้นกว่าปีก่อน ร้อยละ 22

ตารางมูลค่าตลาดภาพยนตร์

(ล้านบาท)

	2547	2548	2549
ภาพยนตร์ไทย	840	1,100	1,112
ภาพยนตร์ Hollywood	2,400	1,880	1,772
ภาพยนตร์ต่างประเทศอื่นๆ	176	120	257
รวม	3,416	3,100	3,308

ที่มา : บริษัทฯ และบริษัทตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์

ผู้ประกอบการภาพยนตร์

ผู้ประกอบการภาพยนตร์ไทยรายใหญ่ที่มีผลงานสร้างอย่างต่อเนื่องในปัจจุบันมีจำนวน 5 รายหลัก ได้แก่ กลุ่มอาร์เอส สหมงคลฟิล์ม ไพร่สตาร์ พระนครฟิล์มและ จีทีเอช โดยหากพิจารณาจากยอดขายได้เครือโรง บริษัทฯ คาดว่า น่าจะมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ประมาณอันดับสาม

แนวโน้มภาวะการแข่งขัน

บริษัทฯ ประเมินภาวะการแข่งขันของธุรกิจภาพยนตร์ไทยในปี 2550 จะมีการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้น แต่จำนวนผู้แข่งขันลดน้อยลง เนื่องจากในปัจจุบันผู้ชมมีความพิถีพิถันในการเลือกชมภาพยนตร์มากขึ้น โดยหากภาพยนตร์ไทยเข้าฉายพร้อมกัน 2 หรือ 3 เรื่อง ผู้ชมภาพยนตร์มักจะเลือกชมเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น นอกจากนี้หากมีภาพยนตร์ฉายในสัปดาห์ถัดไปหลายเรื่อง จะส่งผลให้รอบฉายลดลงอย่างรวดเร็ว ถ้าหากภาพยนตร์เรื่องนั้นๆไม่ทำรายได้

ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงได้มีการปรับโมเดลของธุรกิจภาพยนตร์ขึ้นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด โดยที่การผลิตภาพยนตร์ 1 เรื่อง จะใช้งบประมาณในการสร้างไม่เกิน 20 ล้านบาท และจะต้องหารายได้จากการขาย Sponsor หรือการ tie-in ผลิตภัณฑ์เข้าไปในบทภาพยนตร์ ให้ครอบคลุมต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยกำหนดให้ตัวใบแรก คือ กำไร

นอกจากนี้ เชื่อว่าผู้ผลิตจะพยายามขยายช่องทางการจำหน่ายออกสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้นอันสืบเนื่องมาจากการประสบความสำเร็จของภาพยนตร์ไทยหลายๆ เรื่องในตลาดต่างประเทศ ประกอบกับปัญหาจากตลาดภายในประเทศดิ่งได้กล่าวแล้วข้างต้น

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ด้วยโครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ที่วางไว้ของกลุ่มอาร์เอสทำให้การประกอบธุรกิจภาพยนตร์ดำเนินไปอย่างมีศักยภาพ กลุ่มอาร์เอสการสร้างภาพยนตร์ดำเนินการโดยทีมงานของบริษัทย่อยของกลุ่ม และได้รับการสนับสนุนด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ในการถ่ายทำจากบริษัท อาร์เอส สตูดิโอ จำกัด ทำให้แผนงานการผลิตภาพยนตร์ของกลุ่มดำเนินไปอย่างราบรื่น

ในด้านการสรรหานักแสดงนั้น บริษัทฯ มีนโยบายการสรรหาที่เป็นอิสระ สามารถวางตัวนักแสดงจากนอกสังกัดอาร์เอสได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของ Character ของนักแสดงกับบทภาพยนตร์แต่ละเรื่อง สำหรับการสรรหาผู้กำกับภาพยนตร์ที่ผ่านมานอกจากการร่วมงานกับผู้กำกับภาพยนตร์มืออาชีพที่มีชื่อเสียง กลุ่มอาร์เอสได้ผลิตผู้กำกับใหม่จากบุคลากรภายในที่มีแนวคิดสร้างสรรค์เพื่อเสนองานภาพยนตร์ที่มีรูปแบบใหม่ๆ ไม่ซ้ำแนวตลาดเดิม ทำให้งานภาพยนตร์ของกลุ่มอาร์เอสเป็นที่น่าติดตามของผู้ชมภาพยนตร์ตลอดมา และเนื่องด้วยการดำเนินแผนงานผลิตภาพยนตร์ที่ต่อเนื่องทำให้บุคลากรด้านต่างๆ อันได้แก่ ผู้เขียนบทภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพยนตร์ นักแสดง และทีมงานผลิตให้ความสำคัญติดตามและสนใจเข้าร่วมงานกับกลุ่มฯ อย่างต่อเนื่อง

การผลิตแต่ละเรื่องนั้น จะใช้เวลาในการลงทุนสร้างรวมประมาณ 8-10 เดือน ประกอบด้วยช่วงแรกประมาณ 3-4 เดือน เป็นขั้นตอนของการเตรียมงานเริ่มตั้งแต่การคัดเลือก พัฒนาบท และเขียนบทภาพยนตร์ เมื่อบทเรียบร้อย ขั้นตอนต่อไปเป็นการคัดเลือกนักแสดง เตรียมคิวถ่ายทำ และวางแผนด้านสถานที่และอุปกรณ์การถ่ายทำทั้งหมด เมื่อทุกอย่างพร้อมจะเริ่มเปิดกล้องทันทีและใช้ระยะเวลาโดยประมาณ 3-4 เดือนจนงานถ่ายทำแล้วเสร็จ จากนั้นเป็นขั้นตอนในห้วงตัดต่อ ซึ่งใช้เวลาโดยประมาณ 2 เดือน ก่อนจะกำหนดวันเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ บริษัทฯ จะวางแผนการตลาดสินค้าโดยการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าประมาณ 2 เดือนเพื่อให้ลูกค้าผู้ชมรับทราบข่าวสาร

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

ธุรกิจกีฬา

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) บริหารจัดการธุรกิจกีฬาแบบครบวงจร ตั้งแต่การจัดตั้งศูนย์ไอทีเพื่อบริหารข้อมูลของการแข่งขันกีฬา (จะแล้วเสร็จปลายปีพ.ศ.2550) การจัดการแข่งขันกีฬาทุกประเภท การบริหารสัญญาการถ่ายทอดสด ตลอดจนการทำงานด้านการตลาดให้กับการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ และเพื่อรองรับการบริหารจัดการที่สมบูรณ์แบบ อาร์เอสจึงได้จัดตั้ง บริษัท อาร์เอส อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง แอนด์สปอร์ต แมเนจเม้นท์ จำกัด (RS International Broadcasting & Sports Management Co.,Ltd) หรือ RSbs เพื่อดำเนินงานบริหารจัดการธุรกิจทางด้านกีฬาทุกประเภทแบบครบวงจร ภายใต้คอนเซ็ปต์ Know the Games โดยโครงการสำคัญโครงการแรกของ RSbs คือ การเป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์บริหารจัดการ การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลก 2 สมัยซ้อน คือ ในปี 2553 และ 2557

ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะของบริการจะเป็นการขายเวลาโฆษณาในรายการของกลุ่ม อาร์เอส ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ได้แก่ ช่อง 3, 5, 7, 9 และ ITV โดยประเภทรายการแบ่งออกเป็น

รายการประเภทละคร	2 รายการ
รายการประเภทวัยรุ่น	3 รายการ
รายการประเภทสาระบันเทิง	7 รายการ
รายการประเภทรายการเพลง	14 รายการ
รวมทั้งสิ้น	26 รายการ

โดยมีรายละเอียดของแต่ละรายการ ดังแสดงในตารางข้างล่างนี้

รายการเพลง	วัน	เวลา	สถานี
ดาวรุ่งลูกทุ่งสยาม*	จันทร์ - ศุกร์	11.30 - 11.55	5
Max Channel	จันทร์ - ศุกร์	12.43 - 13.08	5
สดชื่น*	จันทร์ - ศุกร์	16.30 - 16.55	5
TV Relax	อังคาร	14.05 - 14.30	5
Pop up Live	เสาร์ - อาทิตย์	00.15 - 01.30	5
DJ Center*	เสาร์ - อาทิตย์	01.30 - 02.00	5
ห้องชน / ภาษาปาร์ตี้	จันทร์	00.25 - 01.20	7
2 Nite Live	พุธ - พฤหัส	00.25 - 01.20	7
สาวคุณสอง*	จันทร์ - พุธ	01.30 - 02.00	7
	อาทิตย์	01.00 - 01.30	7
เมนูวันหยุด	วันหยุดนักขัตฤกษ์	12.00 - 13.00	7
สยามพาซ่า	จันทร์	01.00 - 02.00	9
หัวใจสะพายเป้	ศุกร์	00.30 - 01.30	9
คู่ป่วนกวนเพลง*	เสาร์	02.30 - 03.00	9
เมืองไทยใช่เลย*	อาทิตย์	00.30 - 01.00	9

*รายการเพื่อการโปรโมทศิลปินและเพลงของธุรกิจเพลงลูกทุ่ง

รายการ	ประเภท	วัน	เวลา	สถานี
ธรรมะ (ทำไม)	ละคร	เสาร์ - อาทิตย์	11.00 - 11.45	3
รายวันบันเทิง	สารบันเทิง	จันทร์ - ศุกร์	11.05 - 11.25	5
เมืองไทยวไรดี	สารบันเทิง	จันทร์ - ศุกร์	21.20 - 22.00	5
FRONT@FIVE	สารบันเทิง	เสาร์	8:05 - 8:30	5
ละไมไดอารี	สารบันเทิง	เสาร์	10.30 - 11.25	5
อัศจรรย์ชีวี / คู่คนละขั้ว	สารบันเทิง	เสาร์	16.05 - 17.00	5
Modern Day	สารบันเทิง	อาทิตย์	8:05 - 8:30	5
ฟ้าเมืองไทย	สารบันเทิง	อาทิตย์	12.55 - 13.50	5
Super T	วัยรุ่น	อาทิตย์	12.20 - 12.45	5
Teen Club	วัยรุ่น	อาทิตย์	15.30 - 15.55	5
ดีศรีบ	วัยรุ่น	อาทิตย์	18.05 - 19.00	5
รวมพลคนแจ๋ว	ละคร	อาทิตย์	16.05 - 17.00	9

นอกจากจะผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อขายเวลาโฆษณาในรายการแล้ว บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ยังได้รับความไว้วางใจจากสถานีโทรทัศน์ และบริษัทผู้ว่าจ้างอื่นๆ ให้ทำการผลิตผลงานละครส่งสถานีเพื่อออกอากาศในช่วงเวลา Prime time ได้แก่ ละครก่อนข่าว และละครหลังข่าวภาคค่ำผ่านสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 7 และช่อง 9 โดยมีรายได้เป็นค่าจ้างผลิตละครในลักษณะเหมาจ่ายต่อเรื่อง จำนวนละครที่รับจ้างผลิตให้สถานีและออกอากาศเฉพาะในปี 2549 ที่ผ่านมารวมทั้งสิ้น 7 เรื่อง ได้แก่

สถานี	ชื่อเรื่อง	นักแสดงนำ
ช่อง 3	มนต์รักเลือดเตอรี้	วรเวช ดานุวงศ์, ทักษอร ภักดิ์สุขเจริญ
ช่อง 3	มังกรซ่อนพยัคฆ์	กวี ดันจรรักษ์, ภัครมัย โปตรระนันท์, ธนากร โปษยานนท์
ช่อง 3	หิมะใต้พระจันทร์	รัฐภูมิ โตคงทรัพย์, ณปภา ตันตระกูล, ศรธรรม เทพพิทักษ์
ช่อง 3	คุณชายร้ายเล่มเกวียน	รัฐภูมิ โตคงทรัพย์, เจนี่ เทียนโพธิ์สุวรรณ, ภรณ์ยู โรจนวุฒิธรรม
ช่อง 3	ยิ่งเกลียดเธอ ยิ่งเจอรัก	ศิริพันธ์ วัฒนจินดา, วริษฐ์ ทิพโกมุท
ช่อง 7	ดวงใจปาฏิหาริย์	ศรธรรม เทพพิทักษ์, สุนันท์ คงยิ่ง
ช่อง 7	เพื่อนรักนักล่าฝัน	คิลปิน Academy Fantasia # 2

การตลาดและการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

1) กลยุทธ์การกำหนด Positioning ของรายการ

การวางแผนและออกแบบรูปแบบรายการตลอดจนการเลือกพิธีกร ตัวละคร หรือบทละคร ทีมงานธุรกิจสื่อโทรทัศน์จะทำการศึกษาและกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน และจะพิจารณากระแสความนิยมพฤติกรรมของผู้ชมรวมถึงผังรายการในเวลาใกล้เคียงและผังรายการของสถานีอื่นที่ออกอากาศในเวลาเดียวกัน เป็นส่วนประกอบในการออกแบบและผลิตรายการคุณภาพ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในเวลาออกอากาศ ดังเช่นที่กล่าวข้างต้นการผลิตละครช่วงเช้าจะเน้นที่ผู้ชมกลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา ซึ่งบริษัทมีศิลปินวัยรุ่นที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้เอื้อต่อการผลิตผลงาน และทำให้ผลงานของบริษัทเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้ละครมีเรตติ้งในระดับที่ดี ทำให้สามารถขายเวลาโฆษณาได้ในอัตราที่ดีและขายได้ครบทุกนาทิต

2) กลยุทธ์การมุ่งเน้นศักยภาพในการผลิตรายการที่มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ

นอกจากกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ชัดเจน การออกแบบและผลิตรายการให้มีคุณภาพนั้น ทีมงานยังพิจารณาจากปัจจัยภายใน กลุ่มบริษัท อาร์เอส นั้นมีทรัพยากรที่มีความเข้มแข็งในเชิงการแข่งขันในหลายสาขา อาทิ นักร้อง นักแสดง พิธีกร นักจัดรายการวิทยุ บทประพันธ์ บทเพลง บทคอลัมน์นิสต์ ฯลฯ ดังนั้นการผลิตรายการจึงเลือกใช้ทรัพยากรภายในก่อนเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นการสนับสนุนและศักยภาพแบบครบวงจร ปัจจุบันการผลิตรายการของแต่ละทีมงานจาก 7 บริษัท ที่มีประสบการณ์ในวงการที่ยาวนานและมีความชำนาญที่หลากหลาย ทำให้การผลิตรายการและละครของบริษัทฯ ออกมาอย่างมีคุณภาพและมีผลตอบรับที่ดี

3) กลยุทธ์การกำหนดรูปแบบการขายเวลาโฆษณา

การขายเวลาโฆษณาในรายการประเภทละคร และวาไรตี้ ที่ดำเนินงานโดยฝ่ายขายในกลุ่มธุรกิจสื่อ นั้น จะใช้ลักษณะการขายแบบ Loose Spot และ Package ของการลงโฆษณา ในรายการ และมีกลยุทธ์เสริมด้วยการขายโฆษณาประเภท Tie-in สินค้าร่วมในละครหรือรายการ ส่วนการขายเวลาโฆษณาในรายการเพลงจะเป็นลักษณะการขายแบบ Package ซึ่งบริษัทฯ จะจัดโฆษณาสินค้าลงในหลายรายการ

4) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรธุรกิจ

พันธมิตรธุรกิจหลักของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ และกลุ่มลูกค้าโฆษณา บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรธุรกิจหลักทั้งสอง เนื่องด้วยสถานีโทรทัศน์เป็นทั้งผู้ให้เวลาออกอากาศรายการและเป็นลูกค้าว่าจ้างผลิตละครให้แก่สถานีฯ ความสัมพันธ์ที่ดีประกอบกับความชำนาญในการผลิตงานที่มีคุณภาพมีผลทำให้โอกาสการทางการค้าของบริษัทฯ มีเพิ่มมากขึ้น สำหรับลูกค้าโฆษณามีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการค้าของบริษัทฯ ความร่วมมือของลูกค้าโฆษณามีส่วนอย่างมากต่อการเติบโตของกิจการ

5) กลยุทธ์การนำเสนอผลงานคุณภาพและตรงตามรสนิยมของตลาด

ในส่วนของการผลิตงานละคร กลุ่มอาร์เอสให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของการผลิต เริ่มจากทีมงานทำการศึกษาประเมินเหตุการณ์สภาพตลาดและรสนิยมของตลาดผู้ชมในขณะนั้น และเมื่อได้โครงเรื่องที่เหมาะสมจะเป็นขั้นตอนการเขียนบท กำหนดตัวนักแสดงและกระบวนการถ่ายทำ การตัดต่อและการบันทึกเสียงด้วยความพิถีพิถันทำให้ผลงานที่ออกมามีคุณภาพและตรงกับความนิยมของผู้ชม

ลักษณะลูกค้าและช่องทางการจำหน่าย

1) กลุ่มลูกค้าโฆษณา

- บริษัทโฆษณา (Agency)
- บริษัทเจ้าของสินค้า (Direct Customer)

การขายเวลาโฆษณาของกลุ่มอาร์เอสผ่าน Agency และ Direct Customer ในสัดส่วนร้อยละ 75 และ 25 ของยอดขายโฆษณาสื่อโทรทัศน์รวม

2) กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

กลุ่มผู้ชมเป้าหมายจะแยกออกตามประเภทรายการและช่วงเวลาออกอากาศ จึงทำให้มีกลุ่มผู้ชมแตกต่างกันไปในแต่ละรายการ

3) กลุ่มลูกค้าว่าจ้างผลิตละคร

ปัจจุบันได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ภาวะการแข่งขัน

มูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อโทรทัศน์และการเติบโต

จากข้อมูลของบริษัท เอซี นีลเส็น (ประเทศไทย) จำกัด มูลค่าโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ในปี 2549 เท่ากับ 53,296 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 50,016 ล้านบาท ในอัตราร้อยละ 6.15 และเป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมและได้รับจัดสรรงบประมาณสูงสุดเมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 59.6 ของมูลค่าตลาดโฆษณารวมซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 89,374 ล้านบาท

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการในธุรกิจสื่อโทรทัศน์เริ่มเร่งหาจุดแตกต่าง และเน้นความสามารถของตนในการผลิต โดยส่วนใหญ่จะมีदारในสังกัดของตนเอง ต่างกันที่จำนวนมากหรือน้อย และระดับความนิยมของดาราแสดงนำแต่ละคน ค่ายผู้ผลิตรายการ ละคร ที่มีผลงานออกอากาศสม่ำเสมอได้แก่ กลุ่มอาร์เอส, ค่ายจี เอ็ม เอ็ม, ค่ายโพลีพลัส, ค่ายบีอีซี เทโร, ค่ายกันตนา, ค่าย เจ เอส แอล, ค่ายเวิร์ก พ้อยท์ และค่ายบอร์น เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีค่ายเล็กเกิดใหม่ที่เร่งพัฒนาเฉพาะประเภทรายการเป็นสำคัญ อาทิ บางกอกการละคร และ ไร่ส้ม ผู้ผลิตรายการประเภทวิเคราะห์ข่าว ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการที่สามารถแยกกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ชัดเจน ออกจากกลุ่มคนดูส่วนใหญ่ของรายการสำคัญอื่นๆ ที่ออกอากาศในเวลาเดียวกัน ทำให้ลูกค้าโฆษณาต้องพิจารณามากยิ่งขึ้นว่าจะเลือกหรือจัดสรรงบประมาณลงในรายการตามกลุ่มผู้ชมเป้าหมายใดบ้าง

แนวโน้มภาวะการแข่งขัน

เนื่องด้วยการพิจารณาจัดสรรงบประมาณลงรายการโทรทัศน์ ลูกค้าโฆษณาส่วนหนึ่งยังคงดูที่ความนิยมหรือเรตติ้งของรายการเป็นประเด็นสำคัญ รายการโทรทัศน์ใดที่มีเรตติ้งสูงแสดงว่ามีผู้นิยมชมรายการจำนวนมาก แต่ยังมีลูกค้าโฆษณาบางส่วนที่สนใจกระแสการเจาะกลุ่มผู้ชมที่ชัดเจนจากการทำรายการเฉพาะประเภท ทำให้ผู้ลงโฆษณาเริ่มตัดสินใจจากกลุ่มผู้ชมเป้าหมายของรายการ ว่าตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสินค้าที่จะโฆษณาด้วย จากข้อพิจารณา 2 ประเด็นหลักดังกล่าว ทำให้รูปแบบการแข่งขันมีทั้งในลักษณะการพัฒนารายการให้ออกมามีคุณภาพและตรงกับรสนิยมของผู้ชม เพื่อผลักดันให้รายการมีเรตติ้งในอันดับที่ดี และการทำรายการให้ตอบสนองความต้องการของสินค้า โดยเลือกที่จะสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสินค้าที่จะโฆษณาด้วยเป็นสำคัญ

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ในการผลิตรายการและละครโทรทัศน์ ของกลุ่มอาร์เอสโดยส่วนใหญ่เป็นการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ในบริษัท และบริษัทย่อย ทั้งในด้านของบุคลากรได้แก่ ดารา นักแสดง ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร) ในสังกัดของบริษัท และทีมงานผลิตรายการ ผลิตละคร ซึ่งเป็นบุคลากรของ 7 บริษัทย่อย และในด้านของเครื่องมือและอุปกรณ์ ได้แก่ สตูดิโอ (โรงถ่ายทำ) กล้อง อุปกรณ์ในการถ่ายทำ ห้องตัดต่อภาพและเสียง เป็นการเช่าจาก บริษัท อาร์.เอส. สตูดิโอ จำกัด อีกบริษัทย่อยหนึ่งในกลุ่มอาร์เอส ทั้งนี้มีบางกรณีที่อาจจะมีการใช้บุคลากรภายนอก เช่น ดารา นักแสดง ที่ไม่อยู่ในสังกัด ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสมของเนื้อหา ในส่วนของเวลาออกอากาศนั้น บริษัท มีทีมงานสร้างสรรค์ที่จะคิดหารูปแบบรายการใหม่ๆ ที่น่าสนใจเพื่อไปนำเสนอให้กับสถานี เพื่อการตัดสินใจอย่างสม่ำเสมอ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจสื่อวิทยุ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในปี 2549 บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด ดำเนินการผลิตรายการวิทยุเพื่อธุรกิจสื่อวิทยุ จำนวน 3 สถานีได้แก่ คลื่น F.M. 88.5 MHz. คลื่น F.M. 93.0 MHz และคลื่น F.M. 106.0 MHz โดยทั้ง 3 คลื่น เน้นการหารายได้จากการขายเวลาโฆษณา โดยมีกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันตามรูปแบบรายการที่ชัดเจน ดังนี้

สถานีวิทยุ	F.M. 88.5 MHz. MAX 88.5 	F.M. 93.0 MHz. COOL93 Fahrenheit 	F.M. 106.0 MHz. LATTE 106 FM 
ผู้ให้สัมปทานคลื่นวิทยุ	สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ	สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ	สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ
วันและเวลาออกอากาศ	24 ชั่วโมง	24 ชั่วโมง	24 ชั่วโมง
สัญญาณส่งคลื่นวิทยุครอบคลุมพื้นที่	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	กรุงเทพฯ และปริมณฑล
คอนเซ็ปต์รายการ	MAXIMUM OF HITS	50 MINUTES MUSIC LONG PLAY	ALL MOODS ALL GOOD
กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย	นักเรียน นักศึกษา อายุ 12-24 ปี	นักศึกษา คนทำงาน อายุ 20-34 ปี	คนทำงาน อายุ 25-44 ปี

ทั้ง 3 คลื่นดำเนินการตามนโยบายของบริษัทฯ ในการประกอบกิจการวิทยุเชิงพาณิชย์เต็มรูปแบบ หมายถึง สถานีวิทยุมีความเป็นอิสระในการเปิดเพลงของทุกค่ายเพลงที่มีในตลาด เร่งสร้างความนิยมให้แก่สถานี และดำเนินการบริหารสถานีวิทยุในเชิงธุรกิจ ในปัจจุบันสถานีมีฐานผู้ฟังที่ชัดเจนและมีความนิยมในการรับฟังรายการของสถานีเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จนสามารถครองความนิยมในอันดับสูงสุดของแต่ละกลุ่มเป้าหมายจากการสำรวจ ของ AC Nielsen อย่างเป็นเอกฉันท์ ส่งผลให้ลูกค้าบริษัทโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้ามีความเชื่อมั่นในการดำเนินกิจการและความนิยมของสถานีและเริ่มจัดสรรงบประมาณให้กับสถานีเพิ่มมากขึ้น

รูปแบบของรายการวิทยุ

สถานีวิทยุ : F.M. 88.5 MHz. (MAX88.5 ... MAXIMUM OF HITS) สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ

MAX 88.5 รายการวิทยุแนว CONTEMPORARY HITZ สำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่ และกลุ่มวัยรุ่นที่นำเสนอเพลงฮิตทั้งไทย และเพลงสากล จากผลการสำรวจความนิยมของกลุ่มผู้ฟัง ผ่านการนำเสนอของ ทีม Presenter รุ่นใหม่ที่ได้รับการยอมรับ และเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้ฟังที่จะทำหน้าที่สื่อสารความ **“ฮิตที่สุด มากที่สุด”** ไปถึงกลุ่มผู้ฟัง ภายใต้ Concept “Maximum of hits” พร้อมทั้งกิจกรรมที่เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังและตอบสนองทุกกระแสฮิต รวมถึงไลฟ์สไตล์ใหม่ๆ ของวัยรุ่นอย่าง FM MAX Member on mobile ครั้งแรกของระบบสมาชิกบนหน้าจอมือถือที่มากด้วยสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ฟัง และเข้าถึงความต้องการของผู้ฟังอย่างแท้จริง นอกจากนี้ 88.5 FM MAX ยังเป็นสื่อกลางในการสนับสนุนกิจกรรมที่สร้างสรรค์ของเยาวชนทุกๆ สถาบันการศึกษา เพื่อสร้างความใกล้ชิดกับกลุ่มผู้ฟังด้วย

F.M. 88.5 MHz. "MAX88.5"			
จันทร์-ศุกร์	PJ	เสาร์-อาทิตย์	PJ
08.00 – 10.00	หนุ่ม นวิน ขึ้นจ่านง เสริฐ ประเสริฐ ดันติชะวีระ	08.30 – 12.30	ติะ รัชต เอี่ยมวรกุล
10.00 – 12.30	เอ็ม ธเนศ เหลืองวรชาติกุล		
13.00 – 16.00	ตัน ธนาวุฒิ จันจิระ	13.00 – 16.00	บี ปพนพัชร มีเที่ยง
16.00 – 19.00	โบ สหรัถ โตกะหุด	16.00 – 19.00	(Sat) ดัน ธนาวุฒิ จันจิระ (Sun) หนุ่ม นวิน ขึ้นจ่านง
20.30 – 23.00	แนน กัญดา ศรีธรรมปัทม์ จิต อิมะ กาญจนไพริน	20.30 – 23.00	เสริฐ ประเสริฐ ดันติชะวีระ ไอ จิรภา สิตาบุตร
23.00 – 02.00	เซ็น ฅานวิทย์ ไชยศิริวงศ์	23.00 – 02.00	แคท แคทริยา นิภามณี
02.00 – 05.30	Maximum of Non-Stop Music	02.00 – 05.30	Maximum of Non-Stop Music

กิจกรรมที่นำเสนอจะเน้นความฮิต ทันสมัย แปลกใหม่ โดนใจกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในวัยสนุกสนาน ชอบความท้าทาย โดยรายการจะเน้นความเป็นกันเอง ทำให้ผู้ฟังที่เป็นวัยรุ่นกล้าที่จะแสดงออก เสนอความคิดเห็นและร่วมสนุกกับกิจกรรมพิเศษที่โดดเด่นในรายการที่กลุ่มวัยรุ่นไม่ยอมพลาด โดยมีกิจกรรมที่โดดเด่นในปี 2549 คือ

1) Max 100 Ghostbuster

เป็นกิจกรรมสุดมันส์ ที่ได้รวมพลชาว Max ไปหลอนสยองในคืนวันฮาโลวีน ที่รัชดา หอย 4 พร้อมสุดยอดคอนเสิร์ตที่มีศิลปินมากมายที่สุดตลอดทั้งปีก็ได้

2) Max มั่นส์ ชิด

กิจกรรมสุดมันส์ที่เปิดโอกาสให้คุณผู้ฟังได้ใกล้ชิด “ชิด” ศิลปินแบบตัวต่อตัว และพาคุณไปเที่ยวต่างจังหวัด พร้อมมีในแต่ละเดือนเพื่อเพิ่มสีสันให้สนุกมากยิ่งขึ้น เช่น Seaderella พาคุณไปเที่ยวที่ภูเก็ต, แฮ้ยฉั่นรักแกว่า พาคุณไปเที่ยวที่หัวหิน

3) Big Max Movie

กิจกรรมที่ MAX 88.5 ชวนคุณไปดูหนัง แต่ไม่ใช่แค่เรื่องเดียว แต่สามารถให้คุณเลือกดูหนังได้ถึง 2 เรื่อง พร้อมมินิคอนเสิร์ต จากศิลปินสุด hip ที่สลับสับเปลี่ยนมาอบความสุขให้คุณถึงหน้าโรงหนัง

4) Max Cup

การค้นหา คน “มือบอล” ตัวจริงที่สามารถชนะการแข่งขัน The Table Soccer Championship และพาเตะลุยประเทศเยอรมนี พร้อมชมฟุตบอลเมทซ์ระดับโลก และใกล้ชิดกับศิลปินสุด MAX

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น กิจกรรม MAX JACKPOT ปอดแตก หากใครทำเสียง FM MAXXXXXXX ได้ยาวเกิน 50 วินาที จะได้รับเงินรางวัล 50,000 บาท เป็นต้น

จากกิจกรรมต่างๆ ข้างต้น รวมทั้งแนวทางการเปิดเพลงฮิตที่มาจากการสำรวจความคิดเห็นของคนฟังอย่างแท้จริง ทำให้คลื่นนี้ได้รับความนิยมเป็นคลื่น HITS ติดอันดับ TOP 10 ของกลุ่มอายุ 12+ ในการสำรวจของ AC Nielsen Research จากคลื่นวิทยุบนหน้าปัด 40 คลื่น ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (เดือนธันวาคม 2549) และได้รับความนิยม Top 3 ในกลุ่มรายการวิทยุวัยรุ่น TEEN (12 - 24 ปี) (จำนวนผู้ฟังเดือนธันวาคม 578,000 คน)

สถานีวิทยุ : F.M. 93.0 MHz. (COOL93 Fahrenheit) สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ

F.M. 93.0 MHz. COOL93 Fahrenheit	
จันทร์ – ศุกร์	PJ
06.00-10.00 น.	รังรอง วัฒนธรร
10.00-12.30 น.	ดนุ สิงห์เสนี
13.00-16.00 น.	วงศ์พร วิชัยดิษฐ์
16.00-19.00 น.	ฉัตรชัย เจริญสุขณะ
20.30-23.00 น.	บุญญิตา งามศัพทศิลป์
23.00-02.00 น.	อดิรุจน์ ประกิตสุวรรณ
02.00-06.00 น.	SWEEP MUSIC

COOL93 Fahrenheit คลื่นที่นำเสนอเพลงไทยสากลในแนว EASY LISTENING ที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ฟังสูงสุดและเป็นรายการวิทยุคลื่นแรกที่สร้างปรากฏการณ์การนำเสนอเพลงเพราะต่อเนื่องมากที่สุด 50 นาที **“50 MINUTES MUSIC LONG PLAY”** โดยทุกชุดเพลงเพราะได้ผ่านการคัดสรรจากผลสำรวจความนิยมของผู้ฟังอย่างแท้จริง พร้อมด้วยทีมพีเจมีอาชีพที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มคนฟังและการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์และเปิดโลกทัศน์ของกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ COOL93 Fahrenheit สามารถเติบโตเป็นคลื่นอันดับ 1 บนหน้าปัดวิทยุอย่างรวดเร็ว และเป็นเอกลักษณ์จากการสำรวจของ AC Nielsen

นอกจากรูปแบบรายการที่เป็นที่ยอมรับแล้ว รูปแบบกิจกรรมในรายการยังเป็นกิจกรรมที่ต่อยอดความเป็นคลื่นวิทยุ EASY LISTENING ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ควบคู่ไปกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนฟังและรายการด้วยกิจกรรมเชิง CRM เช่น

1) กิจกรรม Romantic Dream-Hunting

กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้คู่รักได้ร่วมล่าฝันเพื่อเดินทางไปยัง 3 จุดหมายสุดโรแมนติก พร้อมกับ 3 คู่รัก Celeb สุดฮอต ได้แก่ Treasure Dream in Sipadan มาเลเซีย กับชินดี้ และไบรอน บิชอป,

Fantastic Dream in Korea กับลูกเกด เมทินี กิ่งโพยม และเอ็กซ์ ระพีพันธุ์ บุตรทอง และ Exotic Dream in Nepal กับ บุ่ม ปนัดดา และวี วีรพงศ์ พิพิชสุขสันต์

2) กิจกรรม One Life Vol.1 “Bird’s Eye View of New York”

ประสบการณ์เหนือน่านฟ้าของมหานครที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก New York ที่ COOL 93 Fahrenheit นำผู้ฟังไปสัมผัสกับประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิตกับการขึ้นเฮลิคอปเตอร์ชมทัศนียภาพเหนือ Manhattan พร้อมกับ Celeb ร่วมทริป พลอย เฌอมาลย์ บุญยศักดิ์

3) กิจกรรม Boyd Kosiyapong For the Love of Fans Concert

คอนเสิร์ตในโอกาสครบรอบ 7 ปีของศิลปินเพลงเพราะอันดับ 1 COOL 93 Fahrenheit และ 11 ปี ของคนเขียนเพลงเพราะอันดับ 1 บอย โกสิยพงษ์ ที่ร่วมกันจัดขึ้นเพื่อขอบคุณแฟนเพลง และผู้ฟังรายการ ที่รออัลบั้มพาราไดส์ สยามพารากอน

ด้วยเหตุนี้ COOL93 Fahrenheit จึงเป็นรายการวิทยุยอดนิยมจากการสำรวจความนิยมบนหน้าปัด 35 คลื่นของ AC Nielsen และได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ยาวนานกว่า 3 ปี ตั้งแต่ปี 2547 จนกระทั่งปัจจุบันนี้ (ข้อมูลเดือนธันวาคม 2549) ในกลุ่มรายการวิทยุประเภท Easy listening ของกลุ่มคนทำงาน (20 – 34 ปี) (จำนวนผู้ฟังเดือนธันวาคม 2549 จำนวน 624,000 คน)

สถานีวิทยุ : F.M. 106.0 MHz. (LATTE106 F.M.) สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ

Latte 106 F.M. 2 in 1 Radio คลื่นดนตรีมีรสนิยม ผสมผสานรสชาติ ของบทเพลงหลากหลายสไตล์ ทั้งไทย และสากล ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ที่มี Active Lifestyle มีรสนิยมในการดำเนินชีวิต กลุ่มอายุ 25 –44 ปี ตั้งแต่ระดับ senior worker ถึง ระดับผู้บริหาร ได้อย่างลงตัว

Latte’106 F.M. นำเสนอบทเพลง All Time Top 10 Hits แนว Easy Listening ฟังสบายหลากหลายสไตล์ จากยุค 80 ถึงปัจจุบัน ทั้งเพลงไทย และสากล ภายใต้แนวคิด “การันตีเพลงฮิต การันตีเพลงเพราะ”

F.M. 106.0 MHz. “LATTE106 F.M.”	
จันทร์-ศุกร์	PJ
09.00 – 10.00	PJ ยัย ปิยะฉัตร กรุณานนท์
09.00 – 11.00	PJ เจ เกรียงไกร อียานนท์
11.30 – 14.00	PJ หน้อย ภูมรา แก้วศรี
14.00 – 16.00	PJ โอ้ โอศุรีย์ วาทยานนท์
16.00 – 18.00	PJ อรรณพ กิตติกุล
18.00 – 19.00	PJ หญิง สุกัญญา ไรวินทร์
20.30 – 22.00	
22.00 – 01.00	PJ ยัย ปิยะฉัตร กรุณานนท์

โดยในปี 2549 กิจกรรมต่างๆ ของคลื่น LATTE 106 F.M. จะนำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่ท้าทายให้ความรู้ และความบันเทิง พร้อมกับการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับชีวิตของกลุ่มคนทำงานในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากกิจกรรมของคลื่นอื่นๆ เช่น

1) กิจกรรม Rally Rally : We Love The King

รวมพลัง “คนรักในหลวง” ร่วมกิจกรรมแรลลี่ ตามรอยเบื้องพระยุคลบาท เนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษา ๘๐ ปี มหามงคล พร้อมชมคอนเสิร์ตศิลปินกลุ่ม HM Blues เป็นการแข่งขันแรลลี่ทางเรียบ ซึ่งด้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี “รายได้จากการแข่งขันทั้งหมดจะนำขึ้นทูลเกล้าถวายแด่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เพื่อทรงใช้สอยตามพระราชอัธยาศัย”

2) One Putt to British Open

สัมผัสบรรยากาศการแข่งขันกอล์ฟระดับโลก กับสนามที่เก่าแก่ที่สุด และมีเงินรางวัลสูงที่สุด กระบะทบไพล์และร่วมเชียร์ นักกอล์ฟ ระดับ Tiger Woods, VJ Singh, Ernie Els จับจ้องทุกวงสวิงของบรรดาดารานักกอล์ฟบนกรีนสุดหรรษาในสก็อตแลนด์ พร้อมกิจกรรมแข่งขันพัตกอล์ฟ สุดท้าทาย เพื่อคัดเลือกผู้โชคดีร่วมเดินทางไปกับ Latte 106

3) Latte Mission to NASA

สุดยอดประสบการณ์ระดับโลกของคนไทยในการเยือน NASA ณ Kennedy Space Center ประเทศสหรัฐอเมริกา ระทึกใจกับประสบการณ์ระดับ ONCE IN A LIFETIME ด้วยการร่วมชม “SPACE SHUTTLE LAUNCHING” การปล่อยกระสวยอวกาศจริง พร้อมสัมผัสห้องไร้น้ำหนัก พุดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ กับนักบินอวกาศตัวจริง และร่วมเดินทางอย่างภาคภูมิใจกับนักวิทยาศาสตร์ NASA อัจฉริยะคนไทย ดร.อาจองด์ ชูมสาย ณ อยุธยา

4) Club Latte

กิจกรรมประจำเดือน สำหรับคนเมือง ในรูปแบบ Modern Lifestyle ไม่ว่าจะเป็นการพาผู้ฟัง ร่วมเดินทางไปพักผ่อน และใช้บริการ Spa บ่อหินสินแร่ร้อน จากภูเขาไฟประเทศญี่ปุ่น (บ่อละ 12 ล้านบาท) ที่ Rainbow Arokaya ชายฝั่งแม่น้ำบางปะกง หรือชมภาพยนตร์ที่โรง Enigma โรงภาพยนตร์ระดับ Exclusive Member เท่านั้นที่มีโอกาสจะได้สัมผัส รวมทั้ง Exclusive Office Party เพื่อให้คนทำงานได้ร่วมกระชับความสัมพันธ์กันอย่างเป็นกันเอง

การตลาดและการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน

1) กลยุทธ์นโยบายความคุ้มค่า (Value for money)

ในปี 2549 บริษัทยังคงใช้กลยุทธ์ด้านความคุ้มค่า เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับงบประมาณที่ลูกค้ามีอยู่เพื่อการโฆษณา ในลักษณะของการขายแบบแพ็คเกจ คือ การขายเวลา loose spot ร่วมกับการจัด

Activity In Program และ Event Marketing ซึ่งมีผลต่อการส่งเสริมการขายอย่างเป็นรูปธรรมและคุ้มค่าต่อการลงทุน เช่น กิจกรรม Max มัสน์ ชิด ตลอดปี 2549 ที่บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและผู้สนับสนุนให้จัดกิจกรรมภายใต้งบประมาณที่คุ้มค่า โดยการเซ็นสัญญาลงโฆษณาอย่างต่อเนื่อง

2) กลยุทธ์การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

จากสภาวะการแข่งขันอย่างเข้มข้นของธุรกิจวิทยุ ที่ต้องการสร้างความแตกต่างของรายการให้เกิดขึ้น เพื่อเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งต่อคลื่นวิทยุและต่อลูกค้าและสินค้าที่ร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ดังนั้นการขายเวลาโฆษณาอย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และต่อการสร้างแบรนด์ของบริษัทฯ และคลื่นวิทยุในเครือทั้ง 3 คลื่น ด้วยเหตุนี้ทางบริษัทฯ จึงมีการปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินการให้ความสำคัญสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยมีกลยุทธ์การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Synergy) กับพันธมิตรในด้านต่างๆ โดยการเข้าร่วมเป็น Media Partner ให้กับกิจกรรมหรือคอนเสิร์ตที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกัน

รวมถึงการเพิ่มมูลค่าของสินค้าโดยมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทำร่วมกันระหว่างรายการและผู้ฟัง เช่น การเล่นเกมในรายการ “FM MAX JACKPOT ปอดแตก”, “COOL Platinum Rewards” และ “CLUB LATTE” เป็นต้น

กิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งหมดนี้ บริษัทฯ จะเน้นกิจกรรมที่มีคุณภาพที่สามารถให้สาระและบันเทิงกับผู้ร่วมกิจกรรมและในขณะเดียวกันยังสามารถตอบสนองนโยบายการตลาดของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในส่วนนี้ทางบริษัทฯ มีหน่วยงาน Marketing Department ที่ดูแลรับผิดชอบกลยุทธ์ทางการตลาด และนำเสนองานกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าของแต่ละคลื่นโดยเฉพาะ ทำให้กิจกรรมที่จัดมีความชัดเจนและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้แล้วบริษัทฯ ยังใช้ศักยภาพของฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เพื่อเผยแพร่กิจกรรมของรายการวิทยุในสังกัด และกิจกรรมของลูกค้าให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักอย่างแพร่หลาย ทั้งในรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์และการโฆษณาในสื่ออื่นๆ เช่น รายการโทรทัศน์, นิตยสาร, สื่อกลางแจ้ง, สื่อเคลื่อนที่ ฯลฯ อีกด้วย

3) กลยุทธ์การให้บริการวางแผนโฆษณา

บุคลากรของบริษัทฯ เป็นผู้ที่อยู่ในสายงานวิทยุมาเป็นเวลานาน มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจสื่อวิทยุเป็นอย่างดี สามารถให้คำปรึกษากับลูกค้าในการวางแผนการบริหารสื่อให้มีคุณภาพมากที่สุด และการเลือกซื้อเวลาหรือแพ็คเกจโฆษณาที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของลูกค้าและกลุ่มผู้ฟังรายการ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องมือที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น บริษัทฯ ก็มีการวางแผนโฆษณาโดยสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษเฉพาะกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและข้อจำกัดของสินค้าแต่ละประเภท ซึ่งบริษัทฯ ได้ใช้นโยบายการเป็นคู่ค้าร่วมกับผลิตภัณฑ์

ในการวางแผนโฆษณาเช่นนี้กับสินค้าทุกรายที่สนับสนุนรายการ เพื่อสร้างแรงจูงใจและเกิดความคุ้มค่าสูงสุดในการเลือกใช้บริการสื่อของบริษัทฯ

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- บริษัทโฆษณา (Agency)
- บริษัทเจ้าของสินค้า (Direct Customer)

2) กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

88.5 MHz. MAX 88.5 : กลุ่มนักเรียนและนักศึกษาวัยรุ่นทั้งชายและหญิงอายุระหว่าง 12-24 ปี

93.0 MHz. COOL93 FAHRENHEIT: กลุ่มนักศึกษาและคนทำงานทั้งชายและหญิง

อายุระหว่าง 18-35 ปี

106.0 MHz. LATTE 106 F.M.: คนทำงานทั้งชายและหญิงอายุระหว่าง 25-44 ปี

ช่องทางการจำหน่าย

การขายเวลาของธุรกิจสื่อวิทยุจะขายให้บริษัทโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 70 และขายโดยตรงให้บริษัทเจ้าของสินค้าคิดเป็นร้อยละ 30 ของยอดขายทั้งหมด

ภาวะการแข่งขัน

มูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อวิทยุและการเติบโต

จากข้อมูลของบริษัท เอซี นีลเส็น (ประเทศไทย) จำกัด มูลค่าโฆษณาผ่านสื่อวิทยุในปี 2549 เท่ากับ 7,452 ล้านบาท เติบโตจากปี 2548 ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 7,055 ล้านบาท ในอัตราร้อยละ 5.63 และมีสัดส่วนร้อยละ 7.52 ของมูลค่าตลาดโฆษณา ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 99,108 ล้านบาท

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการสถานีวิทยุที่ดำเนินรายการเพลงไทยสากลเป็นหลัก และมีกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายใกล้เคียงกันมีอยู่ 13 รายการดังแสดงในตารางด้านล่าง

สถานีวิทยุ	วัยรุ่น 10-18 ปี	นักศึกษา 15-25 ปี	วัยทำงาน 18-35ปี	ผู้ใหญ่ 25-45 ปี
F.M. 88.5 MAX	สกาย-ไฮเนตเวิร์ค	สกาย-ไฮเนตเวิร์ค		
F.M. 89.0 Banana FM			คู่แข่ง	
F.M. 90.0 Virgin Soft			คู่แข่ง	
F.M. 91.5 Hot Wave	คู่แข่ง	คู่แข่ง		
F.M. 93.0 Cool Fahrenheit		สกาย-ไฮเนตเวิร์ค	สกาย-ไฮเนตเวิร์ค	
F.M. 94.0 E F.M.		คู่แข่ง	คู่แข่ง	
F.M. 95.5 Virgin Hits	คู่แข่ง	คู่แข่ง	คู่แข่ง	
F.M. 97.5 Seed F.M.	คู่แข่ง	คู่แข่ง	คู่แข่ง	
F.M. 103.5 FM ONE			คู่แข่ง	คู่แข่ง
F.M. 104.5 Fat Radio		คู่แข่ง		
F.M. 106 LATTE				สกาย-ไฮเนตเวิร์ค
F.M. 106.5 Green Wave			คู่แข่ง	คู่แข่ง

แนวโน้มภาวะการแข่งขัน

การแข่งขันของธุรกิจสื่อวิทยุเพิ่มความรุนแรงมากขึ้นเนื่องจากงบประมาณโฆษณาที่มีจำกัด ทำให้ลูกค้าจะเลือกซื้อเวลาโฆษณาจากรายการวิทยุที่ได้รับความนิยมสูงเป็นปัจจัยหลัก แต่ในขณะเดียวกัน กลยุทธ์ด้านราคาดังกล่าวก็มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อโฆษณาสูง เนื่องด้วยจะทำให้ลูกค้าสามารถได้เวลาโฆษณามากขึ้นหรือ ได้รูปแบบโฆษณาที่หลากหลายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การขายของแต่ละบริษัทที่จะตั้งใจให้ลูกค้าเห็นว่าคุ้มค่ากับเงินที่ใช้ไปสูงที่สุด

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

นักจัดรายการวิทยุ (พีเจ) และบุคลากรฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์

บริษัทฯ ได้สร้างนวัตกรรมใหม่ของวงการวิทยุโดยการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบใหม่ “PJ MARKETING” จากการประสบความสำเร็จในการผลิตรายการวิทยุของคลื่น COOL93 Fahrenheit และคลื่นอื่นๆ ในเครือ บริษัทฯ ที่มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการจัดรายการจากเดิมจาก DJ เข้าสู่ยุคของ PJ (Program Jockey) ที่นักจัดรายการวิทยุแต่ละคนจะต้องเพิ่มศักยภาพของตนเองให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะจะต้องมีความรู้เบื้องต้นทางการตลาด และรู้จักการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในปัจจุบันบริษัทฯ มีจำนวนนักจัดรายการวิทยุ (P.J.) ทั้งหมด 28 คน ซึ่งนักจัดรายการในยุค PJ MARKETING จะเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการสร้างความนิยมให้แก่สถานี ต้องเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการโต้ตอบกับผู้ฟังและมีความรู้เกี่ยวกับเพลงและหลักการทางการตลาดเบื้องต้นเป็นอย่างดี อีกทั้งยังต้องผ่านการฝึกอบรม พัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อสามารถใช้เครื่องมือและ Software ทันสมัยได้อย่างคล่องตัว สามารถดำเนินรายการตามรูปแบบของรายการที่วางไว้ให้สอดคล้องกับรสนิยมของกลุ่มฟังเป้าหมาย และปัจจุบันนักจัดรายการของบริษัทฯ

ยังต้องเป็นผู้มีทักษะในการเป็นผู้ดำเนินรายการภาคสนามในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อรองรับงานกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายอีกทางหนึ่งด้วย

ห้องส่งสัญญาณ

บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาห้องส่งสัญญาณให้เข้าสู่ระบบดิจิทัลสมบูรณ์แบบแห่งแรกในประเทศไทย มาตั้งแต่เดือนกรกฎาคมปี 2546 โดยติดตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ของกลุ่มบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ณ อาคารเชษฐโชติศักดิ์ 2 พร้อมด้วยอุปกรณ์เครื่องมือมีการนำ Software Radioman จากประเทศฟินแลนด์มาเป็นเครื่องมือเสริมในการผลิตรายการที่เป็นมาตรฐานโลกของสถานีวิทยุ BBC ของอังกฤษและ NHK ของญี่ปุ่นที่ทันสมัย โดยตลอดปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ทำการพัฒนาปรับปรุงอุปกรณ์ ซอฟต์แวร์ต่างๆ ให้ทันสมัยอยู่อย่างสม่ำเสมอ บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะทำให้การผลิตรายการและการกระจายเสียงมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้สามารถเพิ่มจำนวนผู้ฟังรายการได้มากขึ้น

ห้องส่งสัญญาณวิทยุ (Digital Studio) ประกอบด้วย

- ห้อง Studio ON-AIR จำนวน 4 ห้อง ดำเนินรายการโดยนำ software และ hardware ที่ทันสมัยเข้ามาช่วยจัดการเลือกสรรเพลง ควบคุมการเล่นเพลงตามรูปแบบรายการที่กำหนด เพิ่มสีสันและความคล่องตัว สร้างความน่าสนใจของรายการและ content ต่างๆ ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกันกับสถานีระดับโลกอย่าง สถานีวิทยุ BBC ของประเทศอังกฤษ และ NHK ของ ประเทศญี่ปุ่น
- ห้อง Studio Production จำนวน 2 ห้อง เป็น Studio ระบบ Digital ผลิตชิ้นงานด้วยคุณภาพมาตรฐานและมีลูกเล่นต่างๆ สร้างสีสันและเพิ่มความน่าสนใจน่าติดตามรายการ
- ห้อง Library 1 ห้องเพื่อเก็บรวบรวมและจัดระบบของเพลงตามรูปแบบรายการ
- ห้อง Transfer Room จำนวน 1 ห้อง ทำหน้าที่ Load ข้อมูลเพลง Jingle และ Spot ต่างๆ เพื่อเข้าสู่ Server กลาง สำหรับดีเจดึงไปใช้ในแต่ละโปรแกรม
- ห้อง Traffic Control มีหน้าที่ควบคุมระบบการออกอากาศ และคุณภาพเสียงด้วยระบบ Digital เพื่อส่งสัญญาณไปยังสถานีแม่ข่ายของแต่ละคลื่น
- ห้อง Master Control Room ห้องควบคุมการทำงานของดีเจและควบคุมระบบ Spot และ Billing สามารถตรวจสอบและรายงานผลการออกอากาศของ Spot โฆษณาในรายการของลูกค้าได้วินาทีต่อวินาที ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการลงโฆษณาได้เป็นอย่างดี

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มอาร์เอส ประกอบด้วยนิตยสารสำหรับผู้หญิง “front”, ‘fame’ และงานหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ในนามสำนักพิมพ์ “Poema Book” นอกจากนี้ อาร์เอส ยังวางแผนการขยายกลุ่มผู้อ่านให้ครอบคลุมยิ่งขึ้นในส่วนของหนังสือพิมพ์รายวัน “dara daily” และนิตยสารแท็บลอยด์รายสัปดาห์ “dara daily Weekend”

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เปิดตัวธุรกิจหนังสือสิ่งพิมพ์ด้วยนิตยสาร “front” ซึ่งเป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงระดับแนวหน้า วางแผงรายเดือน โดยแยกเป็นสองเล่มขายคู่กัน ได้แก่ front : mini มีเนื้อหาที่โดดเด่นนำเสนอไลฟ์สไตล์ของผู้หญิงทำงานทันสมัยในทุกๆ ด้าน ทั้งเรื่องของแฟชั่น การดูแลความงาม สังคม รวมถึงความสัมพันธ์กับผู้คนรอบตัว และ front :shopping เสมือนคู่มือช้อปปิ้งอันชาญฉลาด โดยวางจำหน่ายทั้งสองเล่มในราคาเดียว เพื่อเติมเต็มชีวิตของสาวทำงานยุคใหม่ทุกคน

นิตยสาร “fame” นิตยสารไลฟ์สไตล์เจาะกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง สำหรับทุกคนที่ต้องการสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิตด้วยรูปเล่มขนาดใหญ่พิเศษ และภาพลักษณ์ที่หรูหรา โดยจะวางแผนแบบรายสามเดือนในปี 2549 และแบบรายเดือนในปี 2550

นอกจากนิตยสารสำหรับผู้หญิงทั้ง 2 เล่ม ยังมีสำนักพิมพ์ “Poema Book” ทำหน้าที่ในการผลิตหนังสือขนาดพ็อกเก็ตบุ๊กส์ โดยเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นงานแปลวรรณกรรมร่วมสมัยที่ติดอันดับหนังสือขายดีจากทางทวีปยุโรปและอเมริกา อัดชีวิตประวัติศาสตร์ คนที่มีชื่อเสียงและกำลังอยู่ในกระแสนิยม ผลงานในรอบปีที่ผ่านมามีวรรณกรรมที่จับกลุ่มผู้อ่านสุภาพสตรี ซึ่งกำลังเป็นแนวที่ได้รับความนิยมอยู่ในขณะนี้ และในปี 2549 ที่ผ่านมามีสามารถออกจำหน่ายรวม 9 เล่มและคาดว่าจะวางจำหน่าย 24 เล่มในปี 2550

จากการที่บริษัทฯ อยู่ในธุรกิจบันเทิงที่มีความคุ้นเคยกับวงการสื่อภายในเป็นอย่างดี จึงต้องการเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข่าวสารของบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง ให้ประชาชนทั่วไปรับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ดังนั้นจึงเปิดดำเนินการหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน “dara daily” ซึ่งนับว่าเป็นหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวันฉบับแรกและฉบับเดียวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในการนำเสนอเนื้อหาในแวดวงบันเทิง ดารา นักร้อง ศิลปิน ทั้งเบื้องหน้า และเบื้องหลัง การนำเสนอข่าวในแวดวงไฮโซ ข่าวสังคม ข้อมูลในวงการละคร ภาพยนตร์ ดนตรีไทยสากล และลูกทุ่ง ความเป็นไปของธุรกิจบันเทิงในแขนงต่างๆ อีกทั้งยังมีการเปิดมุมมองใหม่ด้านความเคลื่อนไหวในแวดวงการตลาดจากบริษัทเอเจนซีโฆษณาชั้นนำ หนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน “dara daily” จึงมีจุดแข็งของการนำเสนอข่าวที่เข้มข้น เจาะลึก และรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ให้ทั้งสาระและความบันเทิงต่อผู้อ่านนำทีมโดย คุณต๋อย แอคเนียร์ และทีมบรรณาธิการที่มีประสบการณ์สูงในวงการบันเทิง

ต่อมาในปี 2549 บริษัทจึงได้ทำการขยายกลุ่มลูกค้าให้กว้างมากขึ้น ด้วยการเปิดนิตยสารสัปดาห์ปาร์ตี้ “dara daily weekend” ซึ่งเป็นนิตยสารแท็บลอยด์รายสัปดาห์ที่นำเสนอข่าวดารา-ไฮโซทั้งใน

และต่างประเทศแบบเข้มข้นเจาะลึกถึงแก่น จนกลายเป็นนิตยสารบันเทิงแนวปาร์ตี้ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเล่มหนึ่งในปี 2549 โดยเริ่มออกเล่มแรกในเดือนสิงหาคม

การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน

1) กลยุทธ์เน้นจุดขายที่ชัดเจน สร้างความต้องการให้กับผู้อ่าน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ครบถ้วน

การวางแผนเชิงรุกของนิตยสาร “front” ให้เป็นนิตยสารเพื่อผู้หญิงระดับแนวหน้าอย่างชัดเจน เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้หญิงทำงานรุ่นใหม่ จึงเน้นความโดดเด่นทั้งรูปเล่มและเนื้อหาโดยรวมเอาจุดเด่นของรูปแบบและวิธีการนำเสนอของนิตยสารต่างประเทศมาผสมผสานกับเนื้อหาที่ใกล้ตัวและตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้หญิง โดยสามารถนำมาถ่ายทอดเรื่องราวด้วยสำนวนภาษาเฉพาะตัวที่เป็นกันเองให้ความรู้สึกเสมือนเป็นเพื่อนผู้อ่านอย่างแท้จริง

สำหรับนิตยสาร ‘fame’ สามารถตอบโจทย์การเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่กำลังซื้อสูงสุด โดยการนำเสนอรูปแบบที่ฉีกแนวออกไปด้วยการสลับเปลี่ยนบรรณาธิการอยู่ตลอด ทั้งนี้จะมีการแนะนำบรรณาธิการรับเชิญคนดังประจำฉบับ และจัดงานแนะนำบรรณาธิการดังกล่าวทุกครั้งที่นิตยสารออกวางแผง ซึ่งคาดว่าจะได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้อ่านเป็นอย่างดี

ในส่วนของหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน “dara daily” จะเน้นกลยุทธ์เพื่อสร้างความต้องการให้กับผู้อ่านเนื่องจากเดิมในตลาดหนังสือพิมพ์ไม่เคยมีหนังสือพิมพ์บันเทิงที่เป็นรายวันมาก่อน ดังนั้นการสร้างความต้องการในอนาคตให้กับผู้อ่านถือเป็นเรื่องที่ใหม่ในสังคม แต่จากการทำวิจัยเพื่อสำรวจพฤติกรรมของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปพบว่าร้อยละ 60 ของผู้อ่านมีความต้องการอ่านข่าวบันเทิงมากกว่าข่าวอื่นๆ ประกอบกับทีมบรรณาธิการที่มีประสบการณ์สูงในวงการบันเทิงมาเป็นผู้กำหนดทิศทางข่าว ทำให้ภายหลังจากการเปิดตัวเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2548 นั้น หนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน “dara daily” ได้รับการตอบรับที่ดียิ่งจากผู้อ่าน

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการต่อยอดธุรกิจด้วยการออกนิตยสารแทบลอยด์รายสัปดาห์แนวปาร์ตี้ “dara daily weekend” โดยเน้นกลยุทธ์ตอบสนองความต้องการของผู้อ่านที่ต้องการอ่านข่าวบันเทิงที่มีเนื้อหาเข้มข้นเจาะลึกถึงแก่น ทั้งแวดวงดารา และ สังคมชั้นสูง

2) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมการตลาด

กลยุทธ์การขายโฆษณาในนิตยสาร ทางบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งทางสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ประกอบกับอาร์เอสมีสื่ออื่นๆ อีกมากมายหลายช่องทางที่สามารถช่วยโปรโมทผลงานของนิตยสารด้วย ทำให้นิตยสาร “front” ได้ผลตอบรับจากกลุ่มผู้อ่านเป็นอย่างดีในระยะเวลาอันรวดเร็ว จนกระทั่งมีผู้อ่านนิตยสาร “front” ประมาณ 675,000 คนต่อฉบับ และคาดว่าจะสำหรับนิตยสาร ‘fame’ จะวางแผนจัดจำหน่ายอยู่ที่ 450,000 คนต่อฉบับ

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังใช้สื่อในโรงภาพยนตร์เพิ่มเติม ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์ บันเทิงรายวัน “dara daily” ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายมากขึ้น รวมไปถึงการจัดโครงการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ เช่นเดียวกับนิตยสารต่างๆ อาทิ การจัดกิจกรรมลุ้นแพ็คเกจทัวร์เยอรมนี กับดาราคณิโปรต ในเดือนเมษายน ถึง พฤษภาคม 2549 , กิจกรรมซื้อ dara daily รับฟรี แลคตาซอย ที่ร้าน SEED ในเดือนมิถุนายน 2549, กิจกรรมสะสมหัวหนังสือพิมพ์ dara daily 2 หัว ดูหนังฟรี ที่ Century ในเดือนสิงหาคม 2549 หรือกิจกรรมชิงโชครางวัลรวมกว่า 2.4 ล้านบาท ในเดือน มกราคม 2549 เพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง

ลักษณะลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจำหน่าย

1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มผู้อ่านเป้าหมายหลักนิตยสาร “front” ได้แก่ ผู้หญิง อายุตั้งแต่ 18-35 ปี มีฐานรายได้ในระดับกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีฐานการบริโภคและอ่านนิตยสารผู้หญิงจำนวนมาก และมีอำนาจในการซื้อสูง

กลุ่มผู้อ่านเป้าหมายหลักนิตยสาร “fame” ได้แก่ ผู้หญิง อายุตั้งแต่ 25-39 ปี มีฐานรายได้ในระดับบน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีฐานการบริโภคและอ่านนิตยสารผู้หญิงจำนวนมาก และมีอำนาจในการซื้อสูง

กลุ่มผู้อ่านเป้าหมายหลักหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน “dara daily” ได้แก่ ผู้ชาย-ผู้หญิง อายุตั้งแต่ 18-45 ปี รายได้ครอบครัวระหว่าง 20,000 – 85,000 บาท/เดือน การศึกษาโดยเฉลี่ยระดับปริญญาตรี มีความสนใจในความเคลื่อนไหวของข่าวในวงการบันเทิงทั้งในส่วนของ ภาพยนตร์ ละคร เพลง ธุรกิจบันเทิง ข่าวสังคม ฯลฯ

กลุ่มผู้อ่านเป้าหมายหลักนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ “dara daily weekend” ได้แก่ ผู้ชาย-ผู้หญิง อายุตั้งแต่ 18-45 ปี รายได้ครอบครัวระหว่าง 25,000 – 90,000 บาท/เดือน การศึกษาโดยเฉลี่ยระดับปริญญาตรี มีความสนใจในความเคลื่อนไหวของข่าวในวงการบันเทิงที่มีเนื้อหาเจาะลึกในแนวปาปารัชชี เป็นรายสัปดาห์ และชอบรูปแบบหนังสือที่เป็น magazine format

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้อ่านสามารถหาซื้อนิตยสารและหนังสือพิมพ์รายวันบันเทิงได้ 2 วิธี คือ เป็นสมาชิกประจำ หรือ สามารถซื้อได้จากแผงหนังสือทั่วไป โดยผ่านระบบตัวแทนจำหน่าย

2) ตัวแทนจำหน่าย

บริษัทฯ วางแผนการจัดจำหน่ายนิตยสาร “front”, นิตยสาร “fame”, หนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน “dara daily” และนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ “dara daily weekend” ทั่วประเทศผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายชั้นนำ เพื่อเพิ่มความมั่นใจของลูกค้าในเรื่องความสะดวกในการจัดซื้อจัดหา โดยมีสัดส่วนของการจัดจำหน่ายในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลอยู่ที่ประมาณร้อยละ 70 และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 30 จะกระจายออกสู่ต่างจังหวัด

3) ลูกค้าโฆษณา ได้แก่

- บริษัทโฆษณา (Agency)
- บริษัทเจ้าของสินค้า (Direct Customer)

การขายโฆษณาในนิตยสาร “front” และนิตยสาร “fame” เป็นการขายผ่านบริษัทโฆษณาในสัดส่วนร้อยละ 70 และขายตรงกับบริษัทเจ้าของสินค้าในสัดส่วนร้อยละ 30

ในขณะที่การขายโฆษณาในหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน “dara daily” และนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ “dara daily weekend” เป็นการขายผ่านบริษัทโฆษณาในสัดส่วนร้อยละ 50 และเป็นการขายตรงบริษัทเจ้าของสินค้าในสัดส่วนร้อยละ 50

ภาวะการแข่งขัน

มูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์และแนวโน้มการเติบโต

จากข้อมูลของบริษัท เอซี นีลเส็น (ประเทศไทย) จำกัด มูลค่ารวมของตลาดโฆษณานิปี 2549 มีมูลค่าเท่ากับ 90,147 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.3% จากปี 2548 ที่มีมูลค่ารวมของตลาดเท่ากับ 85,602 ล้านบาท โดยตลาดโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 21,606 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.9% ของมูลค่ารวมของตลาดโฆษณานิปี 2549 ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 90,147 ล้านบาท

ในปีที่ผ่านมา ตลาดสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจะเห็นได้จากการมีหนังสือใหม่เปิดตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากเม็ดเงินโฆษณาในตลาดที่สูงเป็นอันดับ 4 (รองจากสื่อโทรทัศน์, วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ) ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องการเข้ามาในตลาดเพื่อชิงส่วนแบ่งดังกล่าว โดยแต่ละรายจะมีจุดขายและกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายของตนเอง ทำให้ผู้ประกอบการรายเดิมต้องพัฒนาคุณภาพของงาน และรักษฐานลูกค้าด้วยการนำเสนอเนื้อหาและปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ทันกับสถานการณ์ตลาด นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงการมีกิจกรรมในเล่มร่วมกับผู้อ่าน อาทิ การชิงรางวัล ของแถมของแจก ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทฯ ได้จัดขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างความใกล้ชิดกับผู้อ่านที่ผ่านมา มีทั้งการจัดทำ workshop, การออก road show ไปตามอาคารสำนักงานขนาดใหญ่ ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับผลการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี และการสร้างฐานลูกค้าใหม่นั้น จะต้องมีการปรับปรุงคุณภาพ รูปแบบของหนังสือให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน หรือการสร้างมูลค่าเพิ่มมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า อาทิ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การทำให้หนังสือพิมพ์หรือนิตยสารเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันที่ขาดไม่ได้ของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย โดยผ่านกระบวนการทางการโฆษณา และการตลาดอย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการและส่วนแบ่งตลาด

ผู้ประกอบการนิตยสารผู้หญิงมีจำนวนมากภายในปัจจุบัน ประกอบด้วยรายใหญ่ที่มีหนังสือในสังกัดจำนวนมาก มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง และรายอิสระอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก

แนวโน้มภาวะการแข่งขัน

จากผลการสำรวจของ บริษัท ซีอีดียูเคชั่น จำกัด ในระหว่างปี 2548 พบว่านิตยสารผู้หญิงของ

ต่างประเทศกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากการผ่านการทำตลาดมาแล้วจากต่างประเทศ และมีรูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ประสบความสำเร็จ จึงทำให้ใช้ระยะเวลาในการสร้างความนิยมสั้นกว่า นิตยสารเล่มอื่นๆ ทั้งนี้คาดว่าในปี 2550 จะมีนิตยสารออกใหม่โดยประมาณถึง 15 เล่ม

สำหรับตลาดหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวันมีการแข่งขันที่ไม่สูงมากนัก เนื่องจากการจัดทำหนังสือพิมพ์ บันเทิงนั้นต้องอาศัยความชำนาญและประสบการณ์ที่สูงในการทำข่าว การวางรูปแบบหนังสือรวมทั้งการนำเสนอข่าวที่ตรงกับความต้องการของผู้อ่าน นอกจากนี้ต้องใช้เงินลงทุนที่สูงกว่าธุรกิจของนิตยสาร ซึ่งยังมี แนวโน้มแข่งขันสูงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการซื้อนิตยสารหัวนอก และใช้รูปแบบความสำเร็จจากต่างประเทศมาปรับให้เข้ากับคนอ่านที่เป็นคนไทย

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ในการผลิตสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน และนิตยสารรายเดือนนั้น ประกอบด้วย หน่วยงานผู้รับผิดชอบใน 2 ขั้นตอนหลัก คือ ขั้นตอนการจัดหาคัดเลือกเนื้อหา เพื่อจัดเรียงลงในเล่ม และ ขั้นตอนการ พิมพ์เป็นรูปเล่ม สำหรับขั้นตอนการจัดหาคัดเลือกเนื้อหานั้น บริษัทฯมีทีมบรรณาธิการที่มี ประสบการณ์สูงเป็นผู้ทำการวางโครงเรื่อง หรือประเด็นที่น่าสนใจ และทันเหตุการณ์ คัดสรรเรื่องและวาง รูปแบบเล่ม รวมทั้งการคัดเลือกนักเขียนมีชื่อ ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอาชีพเฉพาะด้าน มาเขียน คอลัมน์ภายในเล่ม

ส่วนขั้นตอนการพิมพ์จะเป็นการส่งงานให้โรงพิมพ์ภายนอกรับเหมาจัดการ โดยผ่านการเสนอราคา จ้างเหมาคิดรวมต้นทุนค่ากระดาษ ค่าจ้างพิมพ์งาน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

ธุรกิจสนับสนุน

คอมพิวเตอร์ กราฟฟิก

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

จากอัตราการขยายตัวของธุรกิจสื่อโฆษณาภายในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง และลูกค้าส่วนใหญ่เริ่มหันมาให้ความสนใจในการใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ทำให้มีบริษัทต่างๆ มากมายเกิดขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ และสำหรับอาร์เอสที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในวงการอยู่แล้วได้เล็งเห็นโอกาสในการหารายได้จากตลาดนี้เช่นเดียวกัน โดยพยายามจะสร้างจุดแข็ง และเพิ่มทางเลือกใหม่ๆ ให้กับลูกค้า ประกอบกับตลาดโฆษณาที่ใช้ Computer Graphic (CG) และ Visual Effect ภายในประเทศยังมีน้อย แต่มีศักยภาพในการหารายได้ค่อนข้างสูง

ดังนั้นในปี 2547 ที่ผ่านมามี อาร์เอส จึงได้จัดตั้งบริษัท บลู แพรรี่ จำกัด ขึ้นมา นอกเหนือจากการเป็นบริษัทน้องใหม่ในวงการ Computer Graphic (CG) แล้ว บลู แพรรี่ยังสร้างสรรค์ผลงานทางด้าน Visual Effects, Computer Graphic (CG) Animation และ Motion Graphic ให้กับลูกค้าที่มีความต้องการด้วยประสบการณ์การทำงานที่สะสมมานานกว่า 10 ปีก่อนที่จะก่อตั้งเป็นบริษัท และได้สนองตอบความต้องการของลูกค้าแบบครบวงจรมากขึ้น ด้วยการเปิดตลาดภาพยนตร์ที่มี effect shot นับตั้งแต่การให้คำปรึกษาและแนะนำทางด้านการออกแบบ, บริการออกแบบ, ควบคุมการผลิต ตลอดจนถึงขั้นตอนการทำ Computer Graphic (CG) และ Visual Effect นอกจากนี้ยังพัฒนาศักยภาพของบริษัทเพิ่มเติมด้วยการรับผลิตงานเกี่ยวกับการ์ตูน Character และ Content สำหรับสินค้าประเภทภาพยนตร์ของอาร์เอสด้วย

ตัวอย่างผลงานที่ได้รับการตอบรับของบริษัท บลู แพรรี่ จำกัด อาทิ ภาพยนตร์ digital Sci-fi เรื่องแรกของประเทศไทย เรื่อง“ปักษาวายุ”, การ์ตูนรักษาลิงแวดล้อมเรื่อง “ต้นกล้า...ซูซ่าพลังเขียว”, ศิลปิน Cyber ตัวแรกของประเทศไทย “DDZ”, MK Man งานโฆษณา Animation ทั้งเรื่องของ MK Suki, Music Video ต่างๆ และตัวอย่างผลงานทางด้านการกำกับและผลิตหนังโฆษณา เช่นโฆษณาของบริษัทต่อไปนี้ อาทิ Sony, ISUZU, Nokia, Toyota, Pizza Hut, I-Mobile, Suzuki, Head & Shoulder, Dalie, Olay, Pampers, Double A, Visa, Bangkok Glass, Paragon Cineplex, TMB Bank, Bangkok Hospital, Wattanosok Hospital, Sukhothai Residences เป็นต้น

การตลาดและการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

หลังจากที่บริษัทเปิดดำเนินงานและเริ่มรับงานเข้ามา พบว่ามีได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าและตลาด ซึ่งในปี 2549 บริษัทพยายามสร้างแบรนด์ให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้นโดยการจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัท ซึ่งจะเน้นจุดยืนในทาง VFX และร่วมมือกับพันธมิตรรายใหญ่ในการหาคนทำงานฝ่ายรับจ้างผลิตเพิ่มเติม เพื่อรองรับงานที่มีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น และมีการติดตามผลในตลาดต่างประเทศที่ทางบริษัทได้ทำการติดต่อไว้ในงาน TAM 2006 และ Silk Avenue 2005 ซึ่งนับว่าเป็นงานระดับนานาชาติของประเทศ โดยบริษัทได้เข้าร่วมงานเพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัทที่ผ่านมา และเป็นการนำเสนอผลงานให้เข้าถึงตัวลูกค้ามากยิ่งขึ้นด้วย นอกจากนี้ยังจัดเตรียมงาน Content ของตนเองในปี 2548 เพื่อหาช่องทางการขายเพิ่มเติม โดยรับงานใน scope งานที่กว้างขึ้น อาทิ การเป็นพันธมิตรกับ Absolute Impact เพื่อสร้าง Content ในจอ X3D

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากผลงานด้าน Computer Graphic (CG) และ Visual Effect ยังเป็นการบริการในรูปแบบใหม่ในประเทศไทย ดังนั้นกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จึงยังจำกัดเพียง Production house และ Advertising agencies บางรายที่ต้องการสร้างผลงานโฆษณาที่มีความแตกต่างโดยเฉพาะ บริษัทจึงต้องหางาน เพิ่มเติม

จากต่างประเทศ ซึ่งค่อนข้างเป็นที่นิยมและคุ้นเคยกันเป็นอย่างดีอยู่แล้ว สำหรับผลงานทางด้าน Content บริษัทได้ร่วมมือกับพันธมิตรระหว่าง Co-Production (Financing) ในต่างประเทศ และ Buyer จากต่างประเทศ เพื่อหา line สำหรับการขาย Content ของตัวเอง นอกจากนี้ทางบริษัทยังมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทผลิตภาพยนตร์ ที่ผลิตผลงานทางด้าน Film Title และสร้างสรรค์ Computer Graphic (CG) และ Visual Effect Shot ให้กับภาพยนตร์ อาทิ อาร์เอส फिल्म, แกรมมี่ ไทย หับ (GTH), สหมงคลฟิล์ม, ภาพยนตร์ธรรมชาติ, ใจเอนท์พิกเจอร์ และฟิล์มบางกอก

ช่องทางการจำหน่าย

บริษัทพยายามเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลงานของบริษัท โดยใช้กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้าโดยตรงอยู่ตลอด เนื่องจากผลงานที่ผลิตออกมาถึงถือเป็นสินค้าใหม่ในตลาดโฆษณาและภาพยนตร์ ดังนั้นบริษัทจึงมีการออกบูธตามงาน Fair ต่างๆ เพื่อแสดงตัวอย่างผลงาน Content และมีทีมงานฝ่ายการตลาดเพื่อดำเนินงานด้านการตลาดให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น และติดต่อประสานงานโดยตรงกับลูกค้า

ภาวะการแข่งขัน

แม้ว่าตลาด Computer Graphic (CG) และ Visual Effect จะเป็นตลาดใหม่และยังไม่ใช่ที่รู้จักมากนักในระยะแรกๆ แต่หลังจากที่บริษัทได้เริ่มผลิตและสร้างสรรค์ผลงานมาระยะหนึ่งแล้ว พบว่าตลาดกลุ่มนี้มีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันกันสูงมาก ทั้งงานทางด้านการบริการและการขาย Content ให้กับลูกค้า และเนื่องจากยังมีบริษัทที่ทำเกี่ยวกับ Computer Graphic (CG) และ Visual Effect ค่อนข้างน้อยในประเทศ ทำให้มีโอกาสผลิตผลงานในตลาด Content โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศที่มีผลการตอบรับเป็นอย่างดี

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -



ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยง

การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในนามของกลุ่มอาร์เอส บริษัทฯ ประเมินว่ามีความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและอาจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจดังนี้

ความเสี่ยงทางเศรษฐกิจและกฎหมาย

- การเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ

บริษัทฯ ประเมินว่าการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจอาจมีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจเพลง ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัทฯ บ้าง เนื่องจากผลิตภัณฑ์เพลงถือเป็นสินค้าเพื่อความบันเทิงและไม่ถือเป็นสินค้าอันปัจจัยหลักที่มีความจำเป็นต่อการบริโภค อย่างไรก็ตาม ด้วยอรรถประโยชน์ของสินค้าที่ช่วยให้ความเพลิดเพลินและผ่อนคลายแก่ผู้บริโภคได้ในราคาที่ไม่น่าเป็นภาระและมีความคุ้มค่าของการบริโภค ทำให้สินค้าเพื่อความบันเทิงยังคงเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง สำหรับในส่วนของบริษัทฯ นั้น จะเป็นส่วนที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจค่อนข้างมาก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจจะส่งผลโดยตรงถึงภาวะการใช้จ่ายของผู้บริโภค ตลอดจนการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ ที่มีการจัดสรรงบประมาณในการใช้จ่ายด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีประสิทธิภาพต่อการดำเนินธุรกิจด้วย ซึ่งจะทำให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีความผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจสูง ปัจจุบันบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจสื่อทั้งทางด้านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์

- การแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และหน่วยงานกำกับดูแล

ธุรกิจวิทยุซึ่งเป็นธุรกิจสื่อประเภทหนึ่งของบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีของธุรกิจสื่อ อันเป็นผลจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพ.ศ.2540 มาตรา 40 ที่กำหนดให้มีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติหรือ กสช. ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โดยให้มีการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม การเปลี่ยนองค์กรกำกับธุรกิจสื่อพร้อมการเปิดเสรีธุรกิจสื่อ อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทางธุรกิจต่อผู้ประกอบกิจการสื่อรายปัจจุบัน ทั้งในด้านความเป็นไปได้ในการแก้ไขออกกฎระเบียบควบคุมใหม่ที่อาจมีผลเข้มงวดการประกอบธุรกิจสื่อมากขึ้นรวมถึงการทบทวนการจัดสรรสัมปทานคลื่นวิทยุใหม่ ทำให้อาจมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในธุรกิจหลังการเปิดเสรี ทั้งนี้ผู้ประกอบการรายใดที่มีศักยภาพทางธุรกิจย่อมที่จะได้เปรียบในเชิงธุรกิจ

บริษัทฯ ได้ประเมินความเสี่ยงดังกล่าวแล้วและมีความเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ มีศักยภาพและความพร้อมในทุกด้าน รวมทั้งประสบการณ์อันยาวนานในการประกอบธุรกิจและความพร้อมด้านฐานะการเงิน ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีความสามารถและมีความได้เปรียบในการแข่งขันและมีความพร้อมที่จะเข้าร่วมประมูลสัมปทานสถานีวิทยุเพื่อต่อเนื่องการประกอบกิจการสถานีวิทยุในปัจจุบัน

ความเสี่ยงทางอุตสาหกรรม

- การแพร่กระจายของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์

ปัญหาการแพร่กระจายของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เทปผี ซีดีเถื่อนเป็นปัญหาสำคัญที่บั่นทอนการเติบโตของธุรกิจเพลงมาโดยตลอด ผู้ผลิตผลงานเพลงไม่สามารถเก็บรายได้หรือค่าตอบแทนผลงานได้ครบตามปริมาณการบริโภคจริง ปัจจุบันทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งผู้ประกอบการ เจ้าของผลงาน ศิลปิน และภาครัฐบาล ได้ให้ความสำคัญและร่วมมือกันผลักดันกระตุ้นเชิญชวนให้ผู้บริโภค หันมานิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องและลดเลิกสนับสนุนสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ทางด้านผู้ประกอบการได้ดำเนินนโยบายปรับลดราคาสินค้าสื่อบันเทิงลง เพื่อลดความแตกต่างด้านราคาเมื่อเทียบกับราคาสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เป็นการลดแรงจูงใจได้ทางหนึ่ง ทางด้านภาครัฐได้เร่งแก้ปัญหาละเมิดลิขสิทธิ์ โดยเพิ่มความเข้มงวดในการจับกุมผู้ประพฤติดังกล่าวหมายลิขสิทธิ์มากยิ่งขึ้น เป็นผลให้สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มีแนวโน้มทรงตัว และอีกนโยบายที่เป็นรูปธรรมอย่างยิ่งคือการสนับสนุนของภาครัฐในการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น คาราโอเกะ ฯลฯ ซึ่งส่งผลในการลดผลกระทบของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ

- การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าในการประกอบธุรกิจเพลง ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ วิทย์ สิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ และคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาดนั้น บริษัทฯ ต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นแนวเพลงที่เปลี่ยนไปตามกระแสนิยมจากต่างประเทศ ความนิยมในศิลปิน นักร้อง นักแสดง พิธีกรรายการโทรทัศน์ ผู้จัดการรายการวิทยุหรือดีเจ และเนื้อเรื่องบทละคร แนวทางของภาพยนตร์

การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมความชอบในสื่อต่างๆ ล้วนก่อให้เกิดความไม่แน่นอนทางธุรกิจที่ยากจะควบคุมได้ทั้งหมด แต่ด้วยประสบการณ์ของผู้บริหารของบริษัทฯ ในการประเมินและคาดการณ์ตลาด ประกอบกับบริษัทฯ ได้ทำการสำรวจวิจัยตลาดเพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการประเมินสถานการณ์ตลาดซึ่งส่งผลให้การสร้างสรรค์การพัฒนาและผลิตผลงานเพลง ละคร รายการโทรทัศน์ คอนเสิร์ตและกิจกรรม รวมทั้งผลงานภาพยนตร์ จะได้รับความนิยมในระดับที่น่าพอใจ

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

- ความเสี่ยงจากปริมาณของสินค้าในตลาดกับความนิยมของผู้บริโภค

เนื่องจากสินค้าประเภทเพลง ภาพยนตร์ เป็นสินค้าประเภทที่จำเป็นที่จะต้องมีการกระจายสินค้าที่ทั่วถึงในระยะเวลาที่เหมาะสม เนื่องจากความนิยมสินค้ามีระยะเวลาจำกัดและการมีอยู่ของสินค้า ณ จุดขายจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก การวางตลาดของสินค้าไม่สอดคล้องกับจังหวะ

ความนิยมของผู้บริโภคต่อสินค้า พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ช่องทางจำหน่ายและระยะเวลาที่เหมาะสม ล้วนอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ ทั้งการได้รับผลกระทบจากสินค้ารับคืนและการเสียโอกาสในการขายสินค้าซึ่งอาจส่งผลไปสู่การเสียดุลเนื่องจากกระแสการกระจายของสินค้าจะเกิดลิสต์เข้ามทดแทนความต้องการส่วนที่บริษัทฯ ไม่สามารถตอบสนองได้ทันทั่วทั้งที่ ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้พยายามลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยการพิจารณาแผนการวางตลาดสินค้าครั้งแรกของสินค้าให้เหมาะสมยิ่งขึ้นโดยพิจารณาจากสถานการณ์ทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

- สัญญาเช่าเวลาออกอากาศสถานีวิทยุมีกำหนดหมดอายุ

ณ เดือน มกราคม 2550 บริษัทฯ ทำสัญญาเช่าเวลาออกอากาศกระจายเสียงสถานีวิทยุเพื่อประกอบรายการวิทยุทางสถานีวิทยุรวม 3 คลื่นคือคลื่น FM 88.5 MHz คลื่น FM 93.0 MHz และคลื่น FM 106.0 MHz มีลักษณะสัญญาเช่าดำเนินการระยะสั้นและต้องมีการต่ออายุทุกปี

หากบริษัทฯ ไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าเวลาออกอากาศจะทำให้ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของการออกอากาศรายการและรายได้ของบริษัทฯ นอกจากนี้ การแสวงหาเวลาออกอากาศในสถานีวิทยุใหม่เพื่อทดแทนอาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียประโยชน์จากความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการสร้างความนิยมให้เทียบเคียงกับรายการเดิมได้ อย่างไรก็ดี บริษัทฯ เชื่อว่า จากการที่บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจจนได้รับความนิยม และมีฐานผู้ฟังรายการประจำอย่างหนาแน่น อีกทั้งการที่บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการรายสำคัญในธุรกิจ และได้รักษาความสามารถในการชำระหนี้และปฏิบัติตามเงื่อนไขการเช่าเวลาอย่างเคร่งครัด จะทำให้สามารถได้รับความไว้วางใจในการต่ออายุสัญญาจากผู้ให้เช่าเวลา

- ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่ออายุสัญญาเช่าเวลาออกอากาศทางโทรทัศน์

โดยทั่วไป บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจสื่อโทรทัศน์โดยการเช่าเวลาจากสถานีโทรทัศน์เพื่อออกอากาศ ซึ่งอาจมีอายุของสัญญาแตกต่างกันไปโดยจะมีอายุไม่เกิน 1 ปี และมีการต่ออายุสัญญาเป็นระยะ โดยทั่วไปหลักเกณฑ์สำคัญๆ ที่สถานีโทรทัศน์จะใช้ในการพิจารณาต่ออายุสัญญา คือ นโยบายของสถานีโทรทัศน์ ความนิยมของรายการ ความสามารถในการชำระค่าเช่าเวลาของผู้เช่า หากบริษัทฯ ไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าเวลาออกอากาศจะทำให้ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของการออกอากาศรายการและรายได้ของบริษัทฯ นอกจากนี้ การแสวงหาเวลาใหม่เพื่อทดแทนอาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียประโยชน์จากความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการสร้างความนิยมให้เทียบเคียงกับรายการเดิมได้ ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการติดตามประเมินความนิยมและพัฒนาปรับเปลี่ยนรายการอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งได้รักษาความสามารถในการชำระหนี้และปฏิบัติตามเงื่อนไขการเช่าเวลาอย่างเคร่งครัด

- ความเสี่ยงจากการทำธุรกิจภาพยนตร์

ธุรกิจการผลิตภาพยนตร์เป็นธุรกิจใช้เงินลงทุนต่อเรื่องค่อนข้างสูง ในขณะที่แหล่งที่มาของรายได้มาจากหลายทางซึ่งมีความไม่แน่นอนสูงโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ อาทิเช่น กระแสความนิยมของผู้

บริโภคภาพยนตร์เรื่องนั้น กำหนดการเข้าฉาย ภาวะการแข่งขันจากภาพยนตร์เรื่องอื่นๆ ทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ และนโยบายการทำตลาดและความต้องการของผู้บริโภคในขณะนั้นๆ โดยผลการดำเนินงานของภาพยนตร์แต่ละเรื่องไม่อาจเป็นสิ่งบ่งบอกถึงผลการดำเนินงานของภาพยนตร์เรื่องอื่นๆ และบริษัทฯ อาจประสบภาวะขาดทุนหากภาพยนตร์ที่นำออกฉายไม่ประสบความสำเร็จ ในปี 2549 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้ทำการนำภาพยนตร์เข้าฉายในโรงภาพยนตร์รวมทั้งสิ้น 5 เรื่อง โดยมีผลการดำเนินงานที่ทั้งกำไรและขาดทุนแตกต่างกันในแต่ละเรื่อง

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้มีนโยบายที่จัดการความเสี่ยงทางธุรกิจให้มีความเหมาะสมโดยการควบคุมคุณภาพและต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดที่เหมาะสม รวมถึงการขาย Pre-Sale สิทธิการแพร่ภาพในช่องทางต่างๆ รวมถึงการนำผู้สนับสนุนทางการตลาดเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ด้วยการวางแผนอย่างรัดกุมตั้งแต่ต้น เพื่อจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากช่องทางขายแต่ละช่องทางให้มีความเหมาะสม

- การพึ่งพิงผู้บริหาร

เนื่องด้วยธุรกิจของกลุ่มอาร์เอส เดิมนั้นประสบความสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้ด้วยวิสัยทัศน์ของครอบครัวเชษฐโชติศักดิ์ โดยมีนายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์และนายสุรัชย์ เชษฐโชติศักดิ์ เป็นกำลังสำคัญ แต่ด้วยการเล็งเห็นความสำคัญของการเติบโตของกิจการและความคล่องตัวในการบริหารงาน กลุ่มอาร์เอสได้เปลี่ยนรูปแบบการบริหารเป็นการกระจายอำนาจออกจากส่วนกลาง (Decentralization) โดยปรับโครงสร้างองค์กรแยกกิจการออกเป็นบริษัทฯ และหน่วยธุรกิจ (Business Unit) และให้อำนาจกรรมการผู้จัดการและทีมงานบริหารของแต่ละบริษัทฯ ดำเนินงานอย่างเป็นอิสระ ทำให้ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงครอบครัวเชษฐโชติศักดิ์เริ่มลดลง

ในฐานะของกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่และกลุ่มผู้ก่อตั้งกิจการอาร์เอส ครอบครัวเชษฐโชติศักดิ์มีเป้าหมายและความมุ่งมั่นที่สร้างและขยายงานเข้าสู่ธุรกิจบันเทิงแขนงอื่นๆ เพื่อให้บริษัทฯ เติบโตและมีมูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องไปในอนาคตและมีความตั้งใจว่าจะยังคงเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในกิจการต่อไป

- ความเสี่ยงจากการย้ายค่ายของศิลปินและทีมงานผลิต

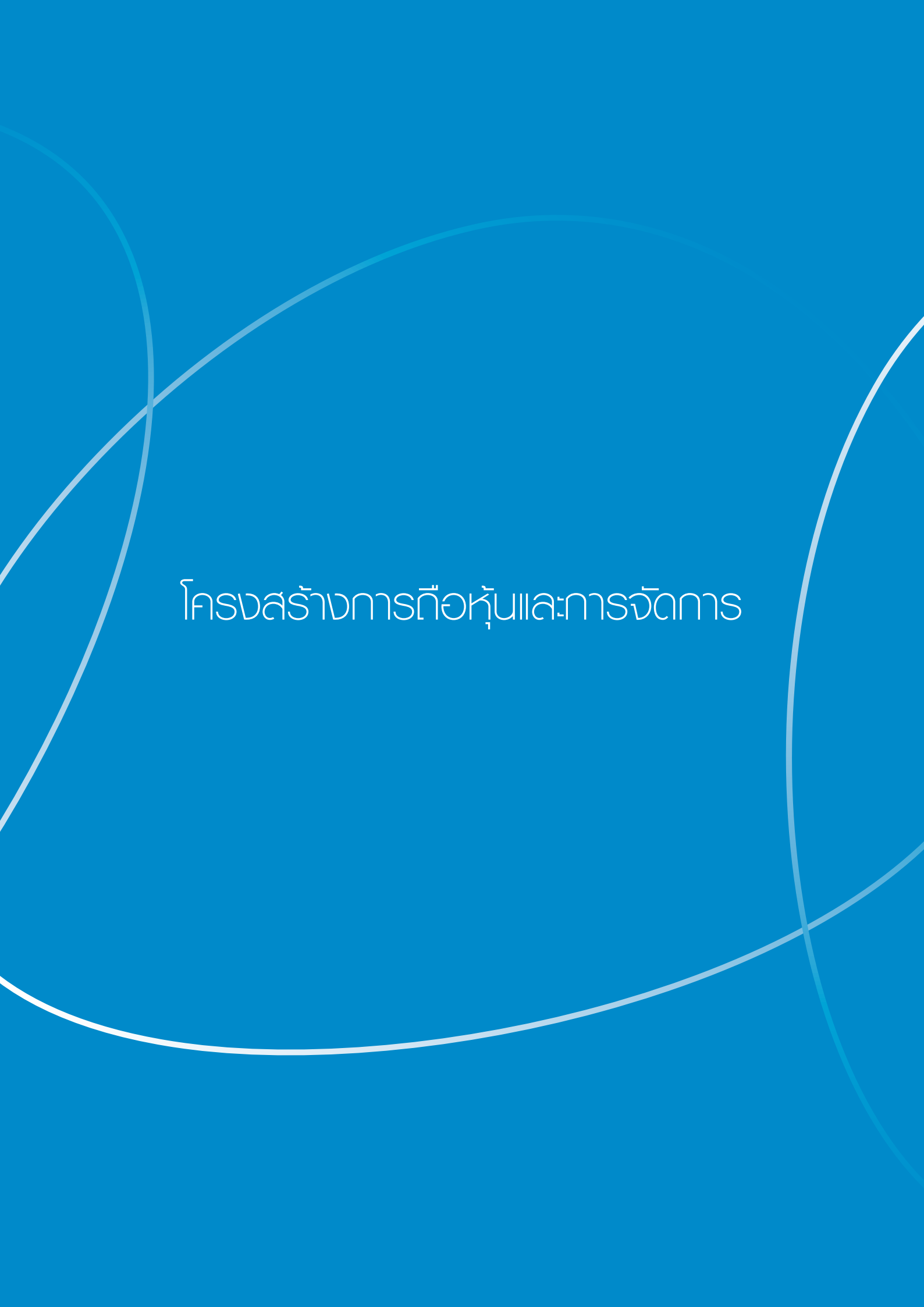
ตลอดการดำเนินธุรกิจด้วยระยะเวลากว่า 25 ปีของกลุ่มอาร์เอส บริษัทฯ และผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับเรื่องการดูแลบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากเรื่องดังกล่าวน้อยมาก ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทฯ และผู้บริหารระดับสูงตระหนักดีว่าในการดำเนินธุรกิจบันเทิงนั้น บุคลากรเป็นกำลังสำคัญที่จะผลักดันให้ธุรกิจเติบโตและก้าวหน้าอย่างมั่นคง การดูแลการเติบโตและผลตอบแทนของศิลปินและทีมงานเป็นเรื่องที่ผู้บริหารได้มีการวางแผนและทบทวนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทุกคนเกิดความพอใจรักที่จะเติบโตไปกับองค์กร รวมทั้งรูปแบบการทำงานที่ใกล้ชิด ก่อให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่อบอุ่นและเป็นกันเอง เหมาะสมและสอดคล้องกับทัศนคติของคนทำงานในวงการบันเทิง ที่พิจารณาความชอบพอและความสบายใจในการทำงานเป็นปัจจัยหลัก ด้วยความสำเร็จของการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในลักษณะนี้ ทำให้ศิลปินและทีมงานในแต่ละสายงานทุ่มเทในการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุขและมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์ผลงานให้กับบริษัทฯ ต่อไป

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถบริหารความเสี่ยงดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพและไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ

ความเสี่ยงกรณีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 กลุ่มเซฐโชติศักดิ์ ถือหุ้นในบริษัทฯ ประมาณร้อยละ 59.1 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ จึงทำให้กลุ่มเซฐโชติศักดิ์ สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุม ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาจากโครงสร้างจัดการของบริษัทฯ ประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ จะเห็นได้ว่าบริษัทฯ มีการวางโครงสร้างการบริหารงานโดยบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจและมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการชุดต่างๆ อย่างชัดเจนและโปร่งใส และในกรณีการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการ รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง บุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติรายการนั้นๆ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้นว่าบริษัทฯ จะบริหารงานด้วยความชัดเจนและความโปร่งใส



โครงสร้างการถือหุ้นและการจัดการ

โครงสร้างเงินทุน

หลักทรัพย์ของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 700,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 700,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท มีทุนชำระแล้วจำนวน 700,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 700,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท

บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 5 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 บาท ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2549 เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2549

ผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 รายแรก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 มีดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1	นาย สุรัชย์ เชษฐโชติศักดิ์ ¹	112,200,000	16.03
2	นาย สุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์ ¹	108,192,000	15.46
3	นาย เกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์	100,000,000	14.29
4	SIS-SEGAINTERSETTLE AG	40,320,000	5.76
5	นางสาว มาลี เชษฐโชติศักดิ์ ¹	38,640,000	5.52
6	นาย อรรถพล ลิ้มประเสริฐ	33,367,000	4.77
7	บริษัท เชษฐโชติศักดิ์ จำกัด ¹	24,500,000	3.50
8	นาย คมวิทย์ เชษฐโชติศักดิ์	16,930,000	2.42
9	นายชาญยุทธ์ เหล่ารัตเดชา	10,000,000	1.43
10	นายชาย สืบวัเลิศ	10,000,000	1.43

หมายเหตุ : ¹ ผู้ถือหุ้นลำดับที่ 7 เป็นบุคคลตามมาตรา 258 ของ ผู้ถือหุ้นลำดับที่ 1, 2 และ 5

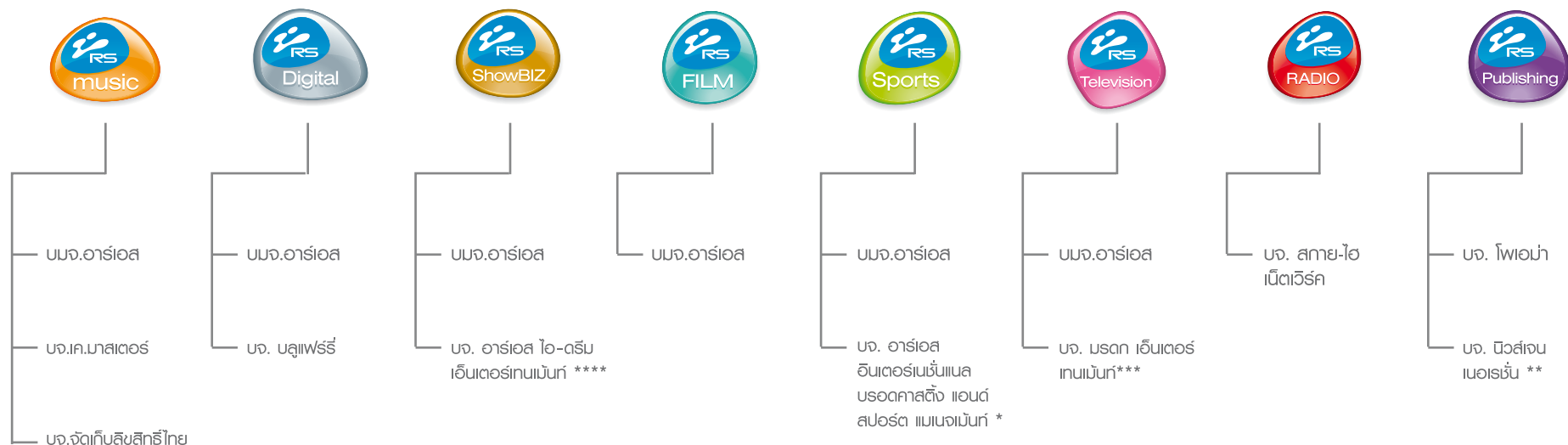
รายชื่อกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่โดยพฤตินัย มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการจัดการ หรือการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ (กลุ่มผู้ถือหุ้น หรือ ผู้ถือหุ้นที่ถือหุ้นเกินกว่า 10% และ ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทฯ หรือ ส่งตัวแทนเข้ามาเป็นกรรมการบริษัท) ได้แก่ นายสุรัชย์ เชษฐโชติศักดิ์ นายสุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์ นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์

นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีนโยบายจ่ายเงินปันผลในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิหลังจากหักภาษีและสำรองตามกฎหมายแล้ว ทั้งนี้ คณะกรรมการของบริษัทฯ มีอำนาจในการพิจารณาทุกเงื่อนไขไม่ดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว หรือเปลี่ยนแปลงนโยบายดังกล่าวได้เป็นครั้งคราว โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่การดำเนินการดังกล่าวจะต้องก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น



กลุ่มธุรกิจในเครืออาร์เอส



* ถือหุ้นร้อยละ 50 โดย บมจ. อาร์เอส

** ถือหุ้นร้อยละ 76 โดย บจ. โพพม่า

*** ถือหุ้นร้อยละ 76 โดย บมจ. อาร์เอส

**** ถือหุ้นร้อยละ 51 โดย บมจ. อาร์เอส
(หากคิดสัดส่วนจากจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ถือหุ้น
บมจ. อาร์เอส จะถือหุ้นร้อยละ 63)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549

* หยุดรุกรมชั่วคราว

- | | |
|--|--------------------------------|
| - บจ. แมจิก แอ็ดเวอร์เทนเม้นท์ | - บจ. อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ |
| - บจ. ชาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ | - บจ.อาร์.เอส.สตูดิโอ |
| - บจ. อาร์ เอส ฟิล์ม แอนด์ ดิสทริบิวชั่น | - บจ.บางกอก ออร์กาไนเซอร์ |
| - บจ. อวอง | - บจ. อาร์.เอส.เทเลวิชั่น |
| - บจ. ฟิสิกซ์ | - บจ.พี.โอ.วี.(พอยท์ ออฟ วิว) |
| - บจ. เรดดาต้า | - บจ.อะลาติน เฮาส์ |
| - บจ.อาร์ สยาม | - บจ. นาคาเซี่ย |

โครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ประกอบด้วยคณะกรรมการ และ คณะอนุกรรมการรวมทั้งหมด 5 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

คณะกรรมการ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 คณะกรรมการบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ ดังรายนามต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| 1. นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์ | ประธานกรรมการ |
| 2. นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์ | รองประธานกรรมการ |
| 3. นางสาวมาลี เชษฐโชติศักดิ์ | กรรมการ |
| 4. นายสุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์ | กรรมการ |
| 5. นางพรพรรณ เตชรุ่งชัยกุล | กรรมการ/ เลขานุการคณะกรรมการบริษัท |
| 6. นายฉัฐภูมิ ชันติวิริยะ | กรรมการ |
| 7. พล.ต.อ.สมชาย วาณิชเสนี | กรรมการอิสระ และ ประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 8. พลเอกธานี เสนีวงศ์ ณ อยุธยา | กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ |
| 9. นาย สมชาย ศุภจิตโกศล | กรรมการอิสระ และกรรมการตรวจสอบ |

ข้อมูลเพิ่มเติม

ในระหว่างปี 2549 ได้มีการเปลี่ยนแปลงกรรมการ ดังนี้

- เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2549 นายบรรณรงค์ พิษณุกร ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการ
 - เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2549 ได้แต่งตั้ง นายฉัฐภูมิ ชันติวิริยะ เป็นกรรมการ แทน นายบรรณรงค์ พิษณุกร
 - เมื่อ วันที่ 15 พฤษภาคม 2549 นายเกรียงไกร เศรษฐไกรกุล ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการ
 - เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2549 ได้แต่งตั้ง นาย สมชาย ศุภจิตโกศล เป็นกรรมการ แทน นายเกรียงไกร เศรษฐไกรกุล
 - เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2549 นางนาริรัตน์ ลิ้มประเสริฐ ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการ
- ในปี 2550 ได้มีการเปลี่ยนแปลงกรรมการ ดังนี้
- เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2550 นายฉัฐภูมิ ชันติวิริยะ ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการ
 - เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2550 พลตำรวจเอกสมชาย วาณิชเสนี ลาออกจากการเป็นกรรมการ
 - เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2550 พลเอกธานี เสนีวงศ์ ณ อยุธยา ลาออกจากการเป็นกรรมการ
 - เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2550 นาย สมชาย ศุภจิตโกศล ลาออกจากการเป็นกรรมการ

- เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2550 ได้แต่งตั้ง พลเอกอุ๊ด เบื้องบน เป็นกรรมการ แทน พลตำรวจเอกสมชาย วาณิชเสนี
- เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2550 ได้แต่งตั้ง พลเอกไพโรจน์ พานิชสมัย เป็นกรรมการ แทน พลเอกธานี เสนิงค์ ณ อยุธยา
- เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2550 ได้แต่งตั้งนาย พิเศษฐ์ ดัชนีกริมย์ เป็นกรรมการ แทน นาย สมชาย คุรุจิตโกศล
- เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2550 พลเอกอุ๊ด เบื้องบน ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการ

นิตยกรรมการอิสระ

กรรมการอิสระ หมายถึง กรรมการจากภายนอกที่ไม่ได้มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารหรือพนักงานประจำของบริษัทฯ ไม่ได้เป็นกรรมการบริหารหรือกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทฯ และเป็นอิสระจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถทำหน้าที่คุ้มครองผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน และสามารถช่วยดูแลไม่ให้เกิดรายการที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างบริษัทฯ กับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

- (1) ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 5 ของทุนชำระแล้วของบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม หรือบริษัทที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ให้นับรวมหุ้นที่ถือโดยผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย
- (2) เป็นกรรมการที่ไม่มีส่วนร่วมในการบริหารงานในบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม บริษัทที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท รวมทั้งไม่เป็น ลูกจ้าง พนักงาน หรือที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำจากบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม บริษัทที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท
- (3) เป็นกรรมการที่ไม่มีผลประโยชน์หรือส่วนได้เสียไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งในด้านการเงินและบริหารงานของบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม หรือ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท และรวมถึงไม่มีผลประโยชน์ หรือ ส่วนได้เสียในลักษณะดังกล่าวในเวลา 1 ปีก่อนได้รับการแต่งตั้ง ยกเว้นคณะกรรมการของบริษัทได้พิจารณาอย่างรอบคอบแล้วเห็นว่าการเคยมีผลประโยชน์หรือ ส่วนได้เสียนั้นจะไม่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติหน้าที่และการให้ความเห็นที่เป็นอิสระ
- (4) เป็นกรรมการที่ไม่ใช่เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องหรือญาติสนิทของผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท
- (5) เป็นกรรมการที่ไม่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเป็นตัวแทนเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกรรมการของบริษัทผู้ถือหุ้นรายใหญ่หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท
- (6) สามารถปฏิบัติหน้าที่และแสดงความเห็นหรือรายงานผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการของบริษัทได้โดยอิสระ โดยไม่อยู่ภายใต้การควบคุมของผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องหรือญาติสนิทของบุคคลดังกล่าว

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามแทนบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 กรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อผูกพันบริษัทฯ ประกอบด้วย นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์ นายสุรัชย์ เชษฐโชติศักดิ์ นางสาวมาลี เชษฐโชติศักดิ์ นายสุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์ นางพรพรรณ เตชรุ่งชัยกุล นายฉัฐภูมิ ชันติวิริยะ สองในหกท่านลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตรา ล้ำคัญของบริษัทฯ

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2546 เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2546 ได้มีมติกำหนดขอบเขต อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการไว้ ดังนี้ คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่จัดการบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ มติของที่ประชุมผู้ถือหุ้น และมีอำนาจมอบหมายแต่งตั้งกรรมการจำนวนหนึ่งให้เป็น กรรมการบริหารหรือมอบหมายให้บุคคลอื่นใด เพื่อดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายอย่างภายใต้การ ควบคุมคณะกรรมการได้ เว้นแต่อำนาจในการดำเนินการดังต่อไปนี้ จะกระทำได้อีกต่อเมื่อได้รับอนุมัติจากที่ ประชุมผู้ถือหุ้นก่อน ทั้งนี้กำหนดให้รายการที่กรรมการหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง มีส่วนได้เสีย หรือมี ความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดกับบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย ให้กรรมการซึ่งมีส่วนได้เสียในเรื่องใด ไม่มี สิทธิออกเสียงลงคะแนนในเรื่องนั้น

- (ก) เรื่องที่กฎหมายกำหนดให้ต้องได้มติที่ประชุมผู้ถือหุ้น
- (ข) การทำรายการที่กรรมการมีส่วนได้เสียและอยู่ในข่ายที่กฎหมาย หรือข้อกำหนดของ ตลาดหลักทรัพย์ระบุให้ต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น

และในกรณีดังต่อไปนี้จะต้องได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการ และที่ประชุมผู้ถือหุ้นด้วย คะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

- (ก) การขายหรือโอนกิจการของบริษัทฯ ทั้งหมดหรือบางส่วนที่สำคัญ
- (ข) การซื้อหรือรับโอนกิจการของบริษัทอื่นหรือบริษัทเอกชนมาเป็นของบริษัทฯ
- (ค) การทำ แก๊ซ หรือเลิกสัญญาเกี่ยวกับการให้เช่ากิจการของบริษัทฯ ทั้งหมดหรือบางส่วนที่ สำคัญ การมอบหมายให้บุคคลอื่นเข้าจัดการธุรกิจของบริษัทฯ หรือการรวมกิจการกับบุคคล อื่นโดยมีวัตถุประสงค์จะแบ่งกำไรขาดทุนกัน
- (ง) การแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิหรือข้อบังคับ
- (จ) การเพิ่มทุน การลดทุน การออกหุ้นกู้ การควบหรือเลิกบริษัท
- (ฉ) การใดที่พระราชบัญญัติหลักทรัพย์ หรือประกาศตลาดหลักทรัพย์กำหนดให้ต้องได้รับมติจาก

ที่ประชุมผู้ถือหุ้น เช่น การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน หรือรายการที่เกี่ยวข้องกัน

คณะกรรมการบริษัทฯ มีหน้าที่พิจารณารายชื่อกรรมการใหม่ซึ่งได้รับการพิจารณาลั่นกรองแล้ว และนำเสนอโดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน กรรมการที่ได้รับการเสนอชื่อจะต้องพร้อมที่

จะทุ่มเทเวลา ความรู้ ความสามารถที่มีให้แก่บริษัท และมีความเข้าใจหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการ สำหรับกรรมการใหม่ทางบริษัทมีกระบวนการให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจและการดำเนินงานของบริษัทเพื่อให้กรรมการใหม่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจของบริษัทได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทมีการประเมินผลการทำงานของคณะกรรมการบริษัทประจำปีตามแบบประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัท เพื่อเป็นการตรวจสอบการทำงานและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของคณะกรรมการบริษัท ให้ดียิ่งขึ้น

คณะกรรมการตรวจสอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ดังรายนามต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------------|----------------------|
| 1. พล.ต.อ. สมชาย วาณิชเสนี | ประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 2. พลเอกธานี เสนีวงศ์ ณ อยุธยา | กรรมการตรวจสอบ |
| 3. นายสมชาย ศุรุจิตโกศล | กรรมการตรวจสอบ |

ข้อมูลเพิ่มเติม

- เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2549 นายเกรียงไกร เศรษฐกุล ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการตรวจสอบ
- เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2550 พล.ต.อ. สมชาย วาณิชเสนี พลเอกธานี เสนีวงศ์ ณ อยุธยา และ นายสมชาย ศุรุจิตโกศล ได้หมดวาระการดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบ
- เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2550 ได้แต่งตั้ง พลเอกอู๊ด เบื้องบน เป็นกรรมการตรวจสอบ
- เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2550 ได้แต่งตั้ง พลเอกไพโรจน์ พานิชสมัย เป็นกรรมการตรวจสอบ
- เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2550 ได้แต่งตั้งนาย พิศิษฐ์ ดัชนีภรณ์ เป็นกรรมการตรวจสอบ
- เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2550 พลเอกอู๊ด เบื้องบน ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการตรวจสอบ

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- (ก) เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย การตัดสินใจทางธุรกิจ ตลอดจนการกำกับดูแลกิจการ
- (ข) พิจารณา คัดเลือก เสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชี และเสนอค่าสอบบัญชีบริษัทประจำปี
- (ค) พิจารณานโยบายและแนวทางปฏิบัติของสายงานตรวจสอบกลางให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

- (ง) พิจารณาบททวนแผนงานการตรวจสอบประจำปีของฝ่ายตรวจสอบกลาง
- (จ) สอบทานให้บริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายในที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิผล โดยสอบทานร่วมกับผู้สอบบัญชีภายในและภายนอก
- (ฉ) พิจารณารายงานผลการตรวจสอบรายไตรมาส และข้อเสนอแนะของผู้สอบบัญชีภายในและภายนอก รวมทั้งติดตามผลการดำเนินการตามข้อเสนอแนะดังกล่าว
- (ช) สอบทานรายการทางการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อยรายไตรมาส ให้มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และมีการเปิดเผยข้อมูลที่เพียงพอ ตามกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- (ซ) ดูแล และสอบทานให้บริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ หรือข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (ฌ) สอบทานรายการระหว่างกันของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ตลอดจนผู้อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้การทำรายการระหว่างกันอยู่ภายใต้เกณฑ์ที่เหมาะสมปราศจากการถ่ายเทผลประโยชน์ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นในระยะยาว
- (ญ) พิจารณาร่วมกับผู้สอบบัญชีถึงปัญหา หรือ ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากการตรวจสอบงบการเงิน
- (ฎ) จัดทำรายงานกิจกรรมของคณะกรรมการตรวจสอบโดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทฯ ซึ่งรายงานดังกล่าวลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบ
- (ฏ) คณะกรรมการตรวจสอบมีอำนาจเชิญกรรมการบริหาร ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูล หรือ เข้าร่วมประชุมได้
- (ฐ) การปฏิบัติการณ์ใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดังรายนามต่อไปนี้

ประธานกรรมการ	-	นายพิศิษฐ์ ดัชนีภิรมย์
กรรมการ	-	พลเอกไพโรจน์ พานิชสมัย
	-	นายสุรัชย์ เชษฐโชติศักดิ์

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

1. พิจารณาหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการ รวมทั้งคัดเลือกบุคคลตามกระบวนการสรรหาที่ได้กำหนดไว้ และเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัทซึ่งจะนำเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ
2. พิจารณาหลักเกณฑ์ในการจ่ายและรูปแบบค่าตอบแทนของกรรมการเพื่อเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการ ซึ่งจะนำเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้อนุมัติ

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2550 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2550 ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และอนุมัติขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

คณะกรรมการบริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 คณะกรรมการบริหารของบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 8 ท่าน ดังรายนามต่อไปนี้

ประธานกรรมการบริหาร	-	นายสุรชัย	เชษฐโชติศักดิ์
รองประธานกรรมการบริหาร	-	นายสุวัฒน์	เชษฐโชติศักดิ์
กรรมการ	-	นางพรพรรณ	เดชรุ่งชัยกุล
	-	นายฉัฐภูมิ	ขันติวิริยะ
	-	นายยรรยง	อัครจินดานนท์
	-	นายประสงค์	รุ่งสมัยทอง
	-	นางมณฑิรา	ลิมปนารมณ
	-	นายคมสันต์	เชษฐโชติศักดิ์

ข้อมูลเพิ่มเติม

- เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2550 นายฉัฐภูมิ ขันติวิริยะ ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการ

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2546 เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2546 และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2548 เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2548 ได้มีมติกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร โดยกำหนดให้คณะกรรมการบริหารมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

- มีอำนาจพิจารณาอนุมัติการกู้หรือให้กู้ยืมเงิน หรือการขอสินเชื่อใดๆ จากสถาบันการเงิน รวมตลอดถึงการเข้าเป็นผู้ค้ำประกัน หรือการชำระหรือใช้จ่ายเงินเพื่อ ธุรกรรมตามปกติ ธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ ภายในวงเงินสำหรับแต่ละรายการไม่เกินกว่า 50 ล้านบาท หรือ จำนวนเทียบเท่า
- มีอำนาจแต่งตั้ง ถอดถอนเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ ในตำแหน่งที่ไม่สูงกว่าตำแหน่งกรรมการ ผู้จัดการ
- มีอำนาจจัดทำ เสนอแนะและกำหนดนโยบายแนวทางธุรกิจ และกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทฯ ต่อคณะกรรมการ
- จัดตั้งโครงสร้างองค์กรและการบริหาร และกรรมการบริหาร โดยให้ครอบคลุมทุกละเอียดของการคัดเลือก การฝึกอบรม การว่าจ้าง และการเลิกจ้างของพนักงานของบริษัทฯ

- (จ) กำหนดแผนธุรกิจ อำนาจการบริหารงาน อนุมัติงบประมาณสำหรับประกอบธุรกิจประจำปี และงบประมาณรายจ่ายประจำปี และดำเนินการตามแผนทางธุรกิจและกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยสอดคล้องกับนโยบาย และแนวทางธุรกิจที่ได้แถลงต่อคณะกรรมการ
- (ฉ) ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายในแต่ละช่วงเวลาจากคณะกรรมการ

อนึ่ง การอนุมัติการเข้าทำรายการดังกล่าวข้างต้น จะต้องไม่มีลักษณะเป็นการอนุมัติการเข้าทำรายการที่ทำให้คณะกรรมการบริหารหรือผู้รับมอบอำนาจจากคณะกรรมการบริหาร สามารถอนุมัติการเข้าทำรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง หรือมีส่วนได้เสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใด (ตามข้อบังคับของบริษัทฯ และตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. ประกาศกำหนด) ทำกับบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย ยกเว้นเป็นการอนุมัติการเข้าทำรายการที่เป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการบริษัทฯ ได้พิจารณาอนุมัติไว้ ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการมีอำนาจในการแก้ไขเปลี่ยนแปลงขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารได้ตามที่จำเป็นหรือเห็นสมควร

คณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

คณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 4 ท่าน ดังรายนามต่อไปนี้

ประธานกรรมการ	-	นางพรพรรณ	เดชรุ่งชัยกุล
กรรมการ	-	นายรณรง	อัครจินดานนท์
	-	นางนภาพร	ตรีพยัคฆ์
เลขานุการ	-	นายนิเวส	บัวคอม

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

1. นำเสนอนโยบาย และ แนวทางการบริหารทรัพยากรบุคคล
2. พัฒนากลยุทธ์ และ เทคนิควิธีเพื่อการพัฒนาทรัพยากรบุคคล
3. กำกับ และ ดูแลการดำเนินงานด้านพัฒนาทรัพยากรบุคคล
4. พิจารณา และ ตัดสินใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องด้านพัฒนาทรัพยากรบุคคล ตามแนวทางที่ได้รับอนุมัติโดยคณะกรรมการบริหาร

คณะผู้บริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทฯ มีผู้บริหารทั้งหมดจำนวน 10 ท่าน ดังรายนามต่อไปนี้

1. นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์ ประธานกรรมการ
2. นายสุรัชย์ เชษฐโชติศักดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ

3.	นายสุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์	รองประธานกรรมการบริหาร
4.	นางสาวมาลี เชษฐโชติศักดิ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
5.	นางพรพรรณ เตชรุ่งชัยกุล	รองกรรมการผู้จัดการ-สำนักประธาน
6.	นายยรรยง อัครจินดานนท์	รองกรรมการผู้จัดการ-ธุรกิจดิจิทัล
7.	นายฉัฐภูมิ ชันติวิริยะ	รองกรรมการผู้จัดการ-การเงินและบัญชี
8.	นายประสงค์ รุ่งสมัยทอง	รองกรรมการผู้จัดการ-บริหารภาพลักษณ์และสินทรัพย์องค์กร
9.	นางมณฑิรา ลิมปนารมณ	รองกรรมการผู้จัดการ – ธุรกิจสื่อโทรทัศน์
10.	นายบุญเพิ่ม อินทนปสาธน์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

หมายเหตุ 1. “ผู้บริหาร” ในหัวข้อนี้ หมายถึง กรรมการ กรรมการผู้จัดการใหญ่ หรือผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารที่รายชื่อแรกนับต่อจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ลงมา และผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งเทียบเท่ากับผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารรายชื่อที่สี่ทุกราย

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของกรรมการผู้จัดการ

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2546 เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2546 และครั้งที่ 5/2548 เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2548 ได้มีมติกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของกรรมการผู้จัดการ โดยกำหนดให้กรรมการผู้จัดการมีอำนาจอนุมัติในการดำเนินการใดๆ ที่จำเป็นหรือเกี่ยวเนื่องกับการดำเนินงานตามธุรกิจปกติของบริษัท ภายในวงเงินสำหรับแต่ละรายการไม่เกินกว่า 25 ล้านบาท หรือจำนวนเทียบเท่า ทั้งนี้ การอนุมัติการทำรายการดังกล่าวข้างต้นกรรมการผู้จัดการไม่มีอำนาจในการดำเนินการใดๆ ในหรือเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกัน รายการการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัท และ/หรือ รายการหรือเรื่องที่กรรมการผู้จัดการหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง มีส่วนได้ส่วนเสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะอื่นใดที่จะทำขึ้นกับบริษัท และบริษัทย่อย ในกรณีดังกล่าว รายการหรือเรื่องดังกล่าวจะต้องนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และ/หรือ คณะกรรมการของบริษัท (แล้วแต่กรณี) เพื่อพิจารณาอนุมัติ

การสรรหากรรมการและผู้บริหาร

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2550 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2550 ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน และอนุมัติขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน ดังนั้น การคัดเลือกบุคคลที่จะเข้าดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการของบริษัท ต้องผ่านคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน วิธีการสรรหากรรมการจะกระทำโดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน ซึ่งจะเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกตามเกณฑ์คุณสมบัติตามมาตรา 68 แห่งพระราช

บัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 และตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงความหลากหลายของทักษะ ประสบการณ์ ความรู้ และความสามารถเฉพาะเพื่อประโยชน์และการพัฒนากิจการของบริษัท รวมทั้งการอุทิศเวลา และความพยายามในการปฏิบัติหน้าที่ จากนั้นจึงนำรายชื่อเสนอคณะกรรมการบริษัทฯ และที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาแต่งตั้ง

ในการเลือกตั้งคณะกรรมการของบริษัทฯ ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ โดยใช้เสียงข้างมากตามหลักเกณฑ์และวิธีการดังต่อไปนี้

- (ก) ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับหนึ่งหุ้นต่อเสียงหนึ่ง
- (ข) ให้ผู้ถือหุ้นออกเสียงลงคะแนนเลือกตั้งกรรมการเป็นรายบุคคลไป
- (ค) บุคคลซึ่งได้รับคะแนนเสียงสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่าจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ในกรณีที่บุคคลซึ่งได้รับการเลือกตั้งในลำดับถัดลงมา มีคะแนนเสียงเท่ากันเกินจำนวนที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้นให้ผู้เป็นประธานเป็นผู้ออกเสียงชี้ขาด

คำตอบแทนผู้บริหาร

คำตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

ก) กรรมการบริษัท

รายการ	ปี 2549		
	จำนวน (ท่าน)	จำนวนเงิน (บาท)	รายละเอียดคำตอบแทน
กรรมการบริษัท	9	775,000.00	คำตอบแทนประจำและเบี้ยประชุม
กรรมการตรวจสอบ	3	70,000.00	คำตอบแทนประจำและเบี้ยประชุม

โดยมีรายละเอียดคำตอบแทนประจำ และเบี้ยประชุมรายการกรรมการบริษัทดังนี้

ลำดับ	รายนามกรรมการบริษัท	คำตอบแทนประจำ (บาท)	ค่าเบี้ยประชุม (บาท)
1	นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์	-	60,000.00
2	นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์	-	30,000.00
3	นางสาวมาลี เชษฐโชติศักดิ์	-	30,000.00
4	นายสุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์	-	30,000.00
5	นางพรพรรณ เตชรุ่งชัยกุล	-	30,000.00
6	นายฉัฐภูมิ ชันติวิริยะ	-	15,000.00
7	พลเอกธานี เสนีวงศ์ ณ อยุธยา	180,000.00	30,000.00

ลำดับ	รายนามกรรมการบริษัท	ค่าตอบแทนประจำ (บาท)	ค่าเบี้ยประชุม (บาท)
8	พล.ต.อ.สมชาย วาณิชเสนี	180,000.00	30,000.00
9	นายเกรียงไกร เศรษฐไกรกุล	67,500.00	-
10	นาย สมชาย ศุภจิตโกศล	82,500.00	10,000.00
	รวมทั้งหมด	510,000.00	265,000.00

หมายเหตุ ค่าตอบแทนกรรมการนี้เป็นผลประโยชน์ที่จ่ายให้แก่กรรมการของบริษัทตามมาตรา 90 ของพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 (โดยไม่รวมเงินเดือน และผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องที่จ่ายให้กับกรรมการซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารของบริษัทด้วย) และการเป็นกรรมการบริษัทย่อมไม่ได้รับค่าตอบแทน

ข) กรรมการบริหารและผู้บริหารของบริษัทฯ

รายการ	ปี 2549		
	จำนวน (ท่าน)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	รายละเอียดค่าตอบแทน
กรรมการบริหาร	8	-	-
ผู้บริหาร	10	44.04	เงินเดือน / โบนัส / สวัสดิการอื่นๆ

ค่าตอบแทนอื่น

-ไม่มี-

การกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการเข้าใจ บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีต่อบริษัทฯ และผู้ถือหุ้น และได้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และข้อพึงปฏิบัติที่ดีสำหรับกรรมการบริษัทจดทะเบียนที่เป็นไปตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รายงานการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

1. นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ โดยให้ความสำคัญต่อระบบการควบคุม และการตรวจสอบภายใน และมุ่งเน้นการกำกับดูแลฝ่ายบริหารให้ดำเนินการตามนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อประโยชน์ระยะยาวของผู้ถือหุ้น รวมทั้งมุ่งเน้นเรื่องความโปร่งใสในการดำเนินการ การเปิดเผยข้อมูล และการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม

คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีการพิจารณาทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและคู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทฯ และติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 3/2550 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2550 ได้มีการพิจารณาทบทวนปรับปรุง และอนุมัตินโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและคู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทฯ และติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว

บริษัทพัฒนากลไกการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างเสริมผลการดำเนินงานของบริษัท เพื่อสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนให้กับกิจการโดยการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและรับฟังความเห็นผ่านทาง การพบผู้บริหาร หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ และเว็บไซต์ สำหรับคำร้องเกี่ยวกับรายงานทางบัญชีและการเงิน การควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง การปฏิบัติตามกฎหมายและจรรยาบรรณ เลขานุการบริษัท จะเป็นผู้รับเอกสารและสรุปประเด็นต่างๆทั้งหมดเสนอให้คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท เป็นรายไตรมาส

2. สิทธิของผู้ถือหุ้น

ในปี 2549 บริษัทฯมีการประชุมผู้ถือหุ้นทั้งหมด 2 ครั้ง แบ่งเป็น ประชุมสามัญประจำปี จำนวน 1 ครั้ง และ วิสามัญ 1 ครั้ง โดยบริษัทฯ ได้จัดส่งหนังสือนัดประชุมพร้อมทั้งข้อมูลประกอบการประชุมตามวาระต่างๆ หลักการและเหตุผล และความเห็นของคณะกรรมการในทุกวาระ ให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าก่อนวันประชุมในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด โดยมีการบันทึกการประชุมที่ถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เพิ่มทางเลือกให้กับผู้ถือหุ้น โดยให้กรรมการอิสระเป็นผู้รับมอบฉันทะจากผู้ถือหุ้น ในกรณีที่ผู้ถือหุ้นไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ โดยในระหว่างการประชุมผู้ถือหุ้น ประธานในที่ประชุมได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีสิทธิอย่างเท่าเทียมกันในการสอบถาม แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่งคำถามล่วงหน้าก่อนวันประชุม

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยในการเสนอเพิ่มวาระการประชุมล่วงหน้าก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น พร้อมทั้งกำหนดกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนล่วงหน้าสำหรับการพิจารณาการเพิ่มวาระที่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอหรือไม่ และบริษัทมีกำหนดวิธีการให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ พร้อมข้อมูลประกอบการพิจารณาด้านคุณสมบัติและการให้ความยินยอมของผู้ได้รับการเสนอชื่อ

3. สิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งผู้มีส่วนได้เสียภายใน ได้แก่ พนักงาน และผู้บริหารของบริษัทฯ และบริษัทย่อย หรือผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ได้แก่ คู่แข่ง เจ้าหนี้ ภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากบริษัทฯ ตระหนักถึงแรงสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนและสังคม ซึ่งให้ความสำคัญอย่างสม่ำเสมอ (ดูตัวอย่างได้ที่บทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคม) รวมทั้งได้กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจนไว้ในคู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน เช่น

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนดำเนินธุรกิจและควบคุมให้มีการปฏิบัติภายใต้กรอบของกฎหมาย และกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อย่างครบถ้วน รวมถึงมุ่งมั่นผลักดันให้เกิดกระแสพัฒนาคุณภาพของสังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งที่ดำเนินการเองและร่วมมือกับรัฐและชุมชน และส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและต่อเนื่องให้แก่พนักงานทุกระดับอันก่อให้เกิดวัฒนธรรมที่ดีในองค์กรต่อไป โดยทบทวน ประเมินผล และติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้แน่ใจว่า บริษัทได้ปฏิบัติตามนโยบายเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อม

ลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการจำหน่ายสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพกับลูกค้าของบริษัทฯ

ผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ บริหารงานด้วยความรู้ความสามารถที่ดี มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผลการดำเนินงานที่ดี โดยคำนึงถึงความเสี่ยงในปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนให้เกิดผลตอบแทนที่เหมาะสมต่อผู้ถือหุ้น และควบคุมดูแลให้เป็นที่ยอมรับได้ว่า ได้มีการรายงานผลการปฏิบัติงาน และสถานะทางการเงินของบริษัท ตลอดจนการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้นอย่างถูกต้องครบถ้วน

พนักงาน

บริษัทฯ ถือว่าพนักงานเป็นสมบัติอันมีค่าของบริษัทฯ ดังนั้นคุณค่าของพนักงานจึงถือเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งบริษัทฯ จัดให้มีสวัสดิการที่เหมาะสมแก่พนักงาน ให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคน และกลุ่มบริษัทอาร์เอส ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของ

พนักงานอยู่เสมอ และยึดมั่นปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน ทั้งนี้บริษัทจัดให้มีการตรวจสอบสุขภาพพนักงาน การประกันชีวิตและสุขภาพพนักงาน และจัดให้มีการตรวจสอบความปลอดภัยของสถานที่ทำงานสม่ำเสมอ บริษัทส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน กรรมการ ผู้บริหาร เป็นต้น

คู่ค้าและเจ้าหนี้

บริษัทตั้งมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต และเที่ยงธรรมต่อคู่ค้า โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัท และอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย หลีกเลี่ยงความลำเอียง หรือสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ตลอดจนยึดมั่นและถือปฏิบัติตามสัญญา

คู่แข่ง

บริษัทส่งเสริมนโยบายการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี และเป็นธรรม

คุณธรรม

บริษัทมุ่งมั่นกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ตรงไปตรงมา ภายใต้กฎหมาย และกฎระเบียบของบริษัทฯ โดยถือปฏิบัติตามจรรยาบรรณนี้ในทุกกิจกรรมและในการตัดสินใจในทุกเรื่องของบริษัทฯ บริษัทฯจะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์และคำนึงถึงความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อบริษัท

ความเสมอภาคแก่ผู้เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ไม่มีการกีดกัน หรือไม่ให้สิทธิพิเศษ หรือเลือกปฏิบัติแก่ผู้หนึ่งผู้ใด เนื่องจากความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศ อายุ สถาบันการศึกษา

4. การประชุมผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ ได้จัดการประชุมผู้ถือหุ้น โดยมีหลักการในการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บริษัทฯ ได้จัดส่งหนังสือนัดประชุมพร้อมทั้งข้อมูลประกอบการประชุมตามวาระต่างๆ ให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าก่อนวันประชุมในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด ซึ่งในแต่ละวาระมีหลักการและเหตุผล และ ความเห็นของคณะกรรมการประกอบ นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้เผยแพร่หนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น และ เอกสารประกอบการประชุม ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บน Website ของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ถือหุ้น โดยในปี 2549 บริษัทฯ มีการประชุมผู้ถือหุ้นทั้งหมด 2 ครั้ง แบ่งเป็น ประชุมสามัญประจำปี จำนวน 1 ครั้ง และ วิสามัญ 1 ครั้ง โดยมีประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และ กรรมการผู้จัดการ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ เข้าร่วมประชุม โดยก่อนเริ่มประชุม ประธานในที่ประชุมได้ชี้แจงวิธีการออกเสียงลงคะแนนให้ที่ประชุมทราบ ในระหว่างการประชุมประธานในที่ประชุมเปิด

โอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีสิทธิอย่างเท่าเทียมกันในการสอบถามเพิ่มเติม และ แสดงความคิดเห็น ก่อนการออกเสียงลงคะแนนในทุกวาระ และสนับสนุนให้มีการใช้บัตรลงคะแนนเสียงในวาระที่สำคัญ เพื่อความโปร่งใสและตรวจสอบได้ รายงานการประชุมถูกจัดทำขึ้นอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เสร็จสมบูรณ์ในเวลาที่เหมาะสมที่กำหนด และมีระบบการจัดเก็บที่ดีให้ผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้เผยแพร่รายงานการประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บน Website ของบริษัทฯ ภายใน 14 วัน นับแต่วันประชุม

5. ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์

คณะกรรมการมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ กลยุทธ์ เป้าหมาย แผนธุรกิจและงบประมาณของบริษัทฯ ตลอดจนกำกับดูแลให้ฝ่ายจัดการดำเนินการให้เป็นไปตามแผนธุรกิจ และงบประมาณที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงการจัดการให้บริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และมาตรการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม รวมทั้งมีการติดตามผลการดำเนินงานในเรื่องดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอในการประชุมคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้คณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาการกำหนดและแยกบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบระหว่างคณะกรรมการ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการอย่างชัดเจน

6. ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

รายละเอียดข้อมูลได้แสดงไว้ในหัวข้อการจัดการ การควบคุมภายใน และรายการระหว่างกัน

7. จริยธรรมธุรกิจ

บริษัทฯ ได้จัดให้มีระเบียบและแนวปฏิบัติเป็นลายลักษณ์อักษร รวมถึงกำหนดบทลงโทษทางวินัย เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจของบริษัทฯ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและมีจริยธรรม ทั้งการปฏิบัติต่อบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของกลุ่มบริษัทอาร์เอสยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจของบริษัทฯ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและมีจริยธรรม ทั้งการปฏิบัติต่อบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ส่วนเนื้อหาของคู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทฯ ครอบคลุมในเรื่องจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจและจรรยาบรรณของพนักงาน ซึ่งได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ การรักษาทรัพย์สิน การดูแลการใช้ข้อมูลภายใน และการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เป็นต้น

ตั้งแต่ปี 2549 ทางบริษัทฯ ได้เผยแพร่คู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งผ่านมติการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549 และได้มีการพิจารณาทบทวน ปรับปรุง และอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 3/2550 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2550 และประกาศลงในระบบ Intranet ของบริษัท เพื่อให้พนักงานทุกระดับรับทราบอย่างทั่วถึง และมีกระบวนการดูแลให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณที่กำหนดอย่างเคร่งครัด

8. การถ่วงดุลของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร

คณะกรรมการบริษัทฯ มีจำนวน 10 ท่าน ประกอบด้วย

- กรรมการที่เป็นผู้บริหาร จำนวน 7 ท่าน
- กรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 30 ของกรรมการทั้งคณะ

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ(ดูรายละเอียดในข้อ 9)

สำหรับวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการบริษัทเป็นไปตามข้อบังคับของบริษัทที่กำหนดไว้

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้กำหนดคุณสมบัติที่เหมาะสมของผู้ที่จะดำรงตำแหน่งกรรมการ ประกอบด้วยผู้มีความรู้ ประสบการณ์ ความสามารถเฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์กับบริษัท รวมทั้งอุทิศเวลาและความพยายามในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อเสริมสร้างให้บริษัทเจริญก้าวหน้า และกำหนดนโยบายให้กรรมการทุกคนและผู้บริหารระดับสูง(**)ที่มีหน้าที่รายงานการถือครองหลักทรัพย์ตามกฎหมายจัดส่งรายงานดังกล่าวให้แก่คณะกรรมการเป็นประจำ และให้กรรมการบริษัทดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนได้ไม่เกิน 5 บริษัท และในการไปดำรงตำแหน่งกรรมการที่บริษัทจดทะเบียนอื่นของกรรมการผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูง(**)ของบริษัทต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทฯ ก่อน

นอกจากนั้น คณะกรรมการจัดให้มีโครงการสำหรับพัฒนาผู้บริหาร และแผนการพัฒนาและสืบทอดงาน ซึ่งเป็นการเตรียมให้พร้อมเป็นแผนต่อเนื่องถึงผู้สืบทอดงานของกรรมการผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูง(**)ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ โดยกรรมการผู้จัดการรายงานเป็นประจำทุกปี

หมายเหตุ : ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทฯมีกรรมการที่อยู่ในตำแหน่ง จำนวน 9 ท่าน เนื่องจากในระหว่างปี 2549 ได้มีกรรมการที่เป็นผู้บริหาร จำนวน 1 ท่าน ได้ลาออกไป และ ยังคงอยู่ระหว่างการสรรหา บุคคลที่มีความเหมาะสมเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการแทน เพื่อให้คณะกรรมการมีจำนวนครบ 10 ท่าน

(**) หมายถึง ผู้บริหารตามนิยามของ ก.ล.ด.

9. การรวมหรือแยกตำแหน่ง

ประธานกรรมการไม่เป็นบุคคลเดียวกันกับกรรมการผู้จัดการ แต่ทั้งสองท่านเป็นตัวแทนจากกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่กลุ่มเดียวกัน อย่างไรก็ตาม โครงสร้างคณะกรรมการของบริษัทฯ ประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน ซึ่งจะทำให้เกิดการถ่วงดุลและการสอบทานการบริหารงาน

10. ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารไว้อย่างชัดเจนและโปร่งใส โดยในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2546 และที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2546 ได้พิจารณาอนุมัติค่าตอบแทนกรรมการให้อยู่ในระดับเดียวกับอุตสาหกรรมซึ่งสูงเพียงพอที่จะดึงดูด และรักษากรรมการที่มีคุณสมบัติที่ต้องการ สำหรับผู้บริหาร การจ่ายค่าตอบแทนจะสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทและผลการปฏิบัติ

งานของผู้บริหารแต่ละท่าน ซึ่งหลักเกณฑ์และผลการปฏิบัติงานของกรรมการผู้จัดการจะถูกประเมินโดยคณะกรรมการบริษัท (รายละเอียดคำตอบแทนกรรมการและผู้บริหารได้แสดงไว้ในหัวข้อการจัดการ)

11. การประชุมคณะกรรมการ

คณะกรรมการมีกำหนดประชุมโดยปกติอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง และมีการประชุมพิเศษเพิ่มเติมตามความจำเป็น โดยมีการกำหนดวาระการประชุม และ วันประชุมไว้ล่วงหน้า โดยมีวาระพิจารณาติดตามผลการดำเนินงานเป็นประจำ ในกรณีที่บริษัทไม่ได้มีการประชุมทุกเดือน บริษัทได้จัดทำรายงานผลการดำเนินงานเสนอให้คณะกรรมการทราบทุกเดือนเพื่อให้คณะกรรมการสามารถกำกับควบคุมและดูแลการปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการได้อย่างต่อเนื่องและทันการ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดส่งหนังสือเชิญประชุมพร้อมระเบียบวาระการประชุมและเอกสารการประชุมก่อนการประชุมล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วันเพื่อให้คณะกรรมการได้มีเวลาศึกษาข้อมูลอย่างเพียงพอก่อนเข้าร่วมประชุม โดยประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการร่วมกันพิจารณาการเลือกเรื่องเข้าวาระการประชุมคณะกรรมการ โดยพิจารณาให้แน่ใจว่าเรื่องที่สำคัญได้ถูกบรรจุเข้าวาระการประชุมเรียบร้อยแล้ว และกรรมการแต่ละท่านมีความเป็นอิสระที่จะเสนอเรื่องเข้าสู่วาระการประชุม ตลอดจนคณะกรรมการสามารถเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นได้จากกรรมการผู้จัดการ ทั้งนี้กรรมการอิสระ/กรรมการตรวจสอบ(นิยามและคุณสมบัติดูรายละเอียดในข้อ 9) จะเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง โดยในปี 2549 บริษัทฯ มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทรวมทั้งสิ้นจำนวน 6 ครั้ง โดยการประชุมจัดที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ทุกครั้ง ซึ่งกรรมการทุกท่านที่อยู่ในตำแหน่งได้เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ทุกครั้ง ยกเว้น นายเกรียงไกร เศรษฐไกรกุล ที่ขาดการประชุม 2 ครั้ง อันเนื่องมาจากปัญหาด้านสุขภาพ และ นางนาริรัตน์ ลิ้มประเสริฐ ที่ขาดการประชุม 1 ครั้ง อันเนื่องมาจากติดภารกิจสำคัญที่เป็นกรณีกะทันหัน

คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายให้กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารมีโอกาสนี้จะประชุมระหว่างกันเองตามความจำเป็น เพื่ออภิปรายปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับการจัดการที่อยู่ในความสนใจโดยไม่มีฝ่ายจัดการร่วมด้วย และให้แจ้งกรรมการผู้จัดการทราบถึงผลการประชุมด้วย

12. คณะอนุกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อช่วยในการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ดังนี้

- คณะกรรมการตรวจสอบ มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี ประกอบด้วยกรรมการ 3 ท่าน ทุกท่านเป็นกรรมการอิสระ รายนามคณะกรรมการตรวจสอบ และหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ กรุณาดูรายละเอียดในข้อ 9
- โดยในปี 2549 บริษัทฯ มีการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ รวมทั้งสิ้นจำนวน 4 ครั้ง ซึ่งกรรมการตรวจสอบทุกท่านที่อยู่ในตำแหน่งได้เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการตรวจสอบทุกครั้ง ยกเว้น นายเกรียงไกร เศรษฐไกรกุล ที่ขาดการประชุม 2 ครั้ง อันเนื่องมาจากปัญหาด้านสุขภาพ

ในปี 2549 คณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่เพิ่มเติม คือ พิจารณาทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ

- คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 3/2550 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2550 ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน อนุมัติขอบเขตอำนาจหน้าที่ และพิจารณาค่าตอบแทน โดยคณะกรรมการฯ ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งหมดจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีสมาชิกที่เป็นกรรมการอิสระ จำนวน 2 ท่าน โดยกรรมการอิสระ 1 ใน 2 ท่าน เป็นประธานกรรมการคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน (ดูรายละเอียดในข้อ 9)
- คณะกรรมการบริหาร ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 ท่าน รายงานคณะกรรมการบริหาร กรุณาดูรายละเอียดในข้อ 9
- คณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 4 ท่าน รายงานคณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล และ หน้าที่ของคณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล กรุณาดูรายละเอียดในข้อ 9

13. ระบบการควบคุมและการตรวจสอบภายใน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อระบบการควบคุมภายในทั้งในระดับบริหาร และระดับปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ โดยกำหนดภาระหน้าที่ อำนาจการดำเนินการของผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารไว้อย่างชัดเจน มีการควบคุมดูแลการใช้ทรัพย์สิน และมีการแบ่งแยกหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ผู้ติดตามควบคุมและประเมินผลออกจากกัน เพื่อให้เกิดการถ่วงดุลและตรวจสอบระหว่างกันอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับระบบการเงิน โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีระบบรายงานทางการเงินเสนอผู้บริหารสายงานที่รับผิดชอบ

บริษัทฯ มีฝ่ายตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบโดยจะรายงานการตรวจสอบตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติงานหลัก และกิจกรรมทางการเงินสำคัญของบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแนวทางที่กำหนดและมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ มีนโยบายที่จะมีการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ (Compliance Control)

คณะกรรมการได้มีการประเมินความเพียงพอของระบบควบคุมภายในและผลการจัดการความเสี่ยงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

14. รายงานของคณะกรรมการ

ดูรายละเอียดในรายงานคณะกรรมการ

15. ความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน

บริษัทฯ จัดให้มีผู้ดูแลงานด้านนักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อดูแลเรื่องการเปิดเผยข้อมูลที่ครบถ้วน ตรงต่อความเป็นจริง เชื่อถือได้และทันเวลา ทั้งนี้ ผู้ลงทุนสามารถติดต่อกับงานด้านนักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทฯได้ที่ เบอร์โทรศัพท์ 0-2511-0911 และ 0-2511-0555 ต่อ 1502 หรือที่อี-เมลล์ ir@rs.co.th หรือ www.rs.co.th

การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทฯ ได้ดำเนินการแจ้งให้ผู้บริหารฝ่ายต่างๆ ให้เข้าใจถึงภาระหน้าที่ในการรายงานการถือหลักทรัพย์ในบริษัทฯ ของตนเอง คู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ตลอดจนรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามมาตรา 59 และบทกำหนดโทษตามมาตรา 275 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 นอกจากนี้ มาตรการที่เป็นข้อกำหนดของกฎหมายแล้ว บริษัทได้มีนโยบายเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งครอบคลุมเรื่องการใช้อ้างอิงข้อมูลภายในไว้ในคู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน โดยคู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทฯ ผ่านมติการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทแล้ว เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549 และได้มีการพิจารณาทบทวน ปรับปรุง และอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 3/2550 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2550

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการกำหนดระเบียบข้อบังคับในการนำข้อมูลภายในของบริษัทฯ ไปใช้ดังนี้

- (1) กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างของบริษัทฯ จะต้องรักษาความลับ/หรือข้อมูลภายในของบริษัทฯ
- (2) กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างของบริษัทฯ จะต้องไม่นำความลับและ/หรือข้อมูลภายในของบริษัทฯ ไปเปิดเผยหรือแสวงหาผลประโยชน์แก่ตนเองหรือเพื่อประโยชน์แก่บุคคลอื่นใด ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม และไม่ว่าจะได้รับผลตอบแทนหรือไม่ก็ตาม
- (3) กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างของบริษัทฯ จะต้องไม่ทำการซื้อขาย โอนหรือรับโอน หลักทรัพย์ของบริษัทฯ โดยใช้ความลับและ/หรือข้อมูลภายในของบริษัทฯ และ/หรือเข้าทำนิติกรรมอื่นใดโดยใช้ความลับและ/หรือข้อมูลภายในของบริษัทฯ อันอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทฯ ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม

โดยข้อกำหนดนี้รวมความถึงคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างของบริษัทฯ พนักงานคนใดฝ่าฝืนในระเบียบดังกล่าวบริษัทฯ จะถือว่าได้กระทำความผิดอย่างร้ายแรงโดยอาจมีโทษตั้งแต่ขั้นตักเตือนด้วยวาจาจนถึงขั้นให้ออกจากงาน

บุคลากร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 กลุ่มบริษัทมีจำนวนพนักงานทั้งหมด 1,689 คน ประกอบด้วยพนักงานใน บมจ. อาร์เอส 990 คน และบริษัทในเครือ 699 คน และได้จ่ายผลตอบแทนเป็นจำนวนเงินรวมประมาณ 581.03 ล้านบาท โดยเป็นผลตอบแทนในรูปของเงินเดือน โบนัสและค่าใช้จ่ายบุคลากรอื่นๆ

นโยบายการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

1. บริษัทฯ ให้ความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรบุคคลไว้ 7 ประการ อันได้แก่
 - คุณค่าความเป็นมนุษย์ (Worth of the Individual)
 - ในฐานะทรัพยากร (Employee as Resources)
 - การมีคุณภาพสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี (Quality of Work Environment)
 - ความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction)
 - ความต้องการที่จะเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning – Needs)
 - การเตรียมพร้อมสำหรับโอกาสความก้าวหน้า (Change Opportunities Preparation) และ
 - ขอบเขตกิจกรรมที่กว้างไกล (Broad Scope of HRD Concern)
2. บริษัทฯ จัดระดับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ไว้ 3 ระดับ คือ
 - การพัฒนาองค์กร (Organization Development)
 - การพัฒนาอาชีพ (Career Development) และ
 - การฝึกอบรมและพัฒนา (Training Development)
3. การพัฒนาองค์กรของบริษัทฯ มีดังนี้

3.1 การมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) ภารกิจ (Mission) และค่านิยมร่วม (Values) ของบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานได้ทราบทิศทางและแนวทางการทำงานร่วมกันของบริษัทฯ

3.2 การพัฒนาระบบและโครงสร้างบริษัทฯ (Re-Structuring) โดยมีการพัฒนาระบบงานการขยายขอบเขตในธุรกิจต่างๆเพิ่มขึ้นตลอดเวลา และมีปรับปรุงโครงสร้างองค์กรของบริษัทฯเพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการบริหารงานมากยิ่งขึ้น

3.3 การกำหนดความสามารถหลัก (Core Competencies) ความสามารถทางการบริหาร (Management Competencies) และความสามารถในงาน (Functional Competencies) ซึ่งเป็นความสามารถเฉพาะของพนักงานบริษัทฯ สำหรับใช้ในงานบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลทุกด้าน

3.4 การจัดระบบการบริหารงานทรัพยากรบุคคล และการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ในเครือทุกบริษัทให้มีแนวทางการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลให้เป็นไปในรูปแบบ และมาตรฐานการทำงานที่เหมือนกันเพื่อควมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจในเครือ

4. การพัฒนาอาชีพ (Career Development) มีดังนี้

4.1 การประเมินความสามารถพนักงานรายบุคคลจากการประเมินจากผลงานประจำปี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาพนักงานจากช่องว่างความสามารถของพนักงานเมื่อเทียบกับความสามารถที่คาดหวัง เพื่อทำการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงความสามารถที่ยังขาด และต้องการเสริมให้มีขึ้นสำหรับการทำงานในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4.2 การจัดทำแผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคคล (Individual Training and Development Plan) โดยการกำหนดแผนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคคลเป็นแผนงานประจำปี หรือเป็นแผนระยะยาวที่กำหนดขึ้น เพื่อฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

4.3 การจัดทำเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) และการจัดทำแผนทดแทนตำแหน่งงาน (Succession Plan) เพื่อมุ่งเน้นพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยการสร้างโอกาสหรือความก้าวหน้าในการทำงานให้กับพนักงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานรับรู้ว่าตนเองสามารถเลื่อนตำแหน่ง (Promotion) ไปยังตำแหน่งใดได้บ้าง หรือสามารถโอนย้าย (Transfer) หรือสับเปลี่ยนหมุนเวียนงาน (Job Rotation) ไปยังหน่วยงานหรือตำแหน่งงานใดได้บ้าง รวมทั้งยังเป็นการมุ่งเน้นการพัฒนาพนักงานโดยการพัฒนาศักยภาพและการเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานที่มีความสามารถและศักยภาพสูง ในรูปแบบของการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งงานที่สูงขึ้น

4.4 การกำหนดหลักเกณฑ์การเลื่อนตำแหน่ง / ปรับระดับตำแหน่ง (Promotional Adjustment) ที่ชัดเจน เพื่อเป็นการเตรียมบุคลากรไว้ล่วงหน้าสำหรับการก้าวขึ้นไปสู่การดำรงตำแหน่งที่สูงขึ้น

5. การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานมีดังนี้

5.1 การจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมที่ครอบคลุมทั้งด้านการพัฒนาความรู้ (Knowledge Development) การพัฒนาทัศนคติ (Attitude Development) และการพัฒนาทักษะ (Skill Development) และมีการดำเนินการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน ทั้งในส่วนการฝึกอบรมภายใน (In-house Training) และการฝึกอบรมภายนอก (Public Training)

5.2 การกำหนดหลักเกณฑ์การคัดเลือกพนักงานเพื่อการเข้ารับการฝึกอบรมและพัฒนาพิจารณาจากผู้ที่คาดว่าจะได้รับการเลื่อนขั้น / เลื่อนตำแหน่งภายใน 1-2 ปี (Successor) ที่มีผลการประเมินผลการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดีขึ้นไป ซึ่งต้องผ่านการฝึกอบรมตามจำนวนชั่วโมงที่กำหนด และพิจารณาจากพนักงานที่อยู่ในสายงานที่เกี่ยวข้อง (Functional) โดยนำผลการสำรวจความต้องการในการฝึกอบรม (Training Needs) มาประกอบ นอกจากนี้ยังพิจารณาจากพนักงานที่อยู่ในกลุ่มการประเมินแบบ 360 องศา ซึ่งได้มีการทำแผนพัฒนาบุคคล (Individual Development Plan – IDP) ไว้

6. บริษัทยังให้ความสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคล โดยมีการพัฒนาระบบประเมินผลงาน (Performance Management) ที่นำปัจจัยเรื่องตัวชี้วัด (KPI) และความสามารถ (Competency) มาใช้ รวมทั้งมีการพัฒนาสวัสดิการและการกำหนดผลตอบแทนที่เหมาะสมเพื่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังมีนโยบายเชิงรุกในการสรรหาและจัดเตรียมบุคลากรใหม่ๆ เข้ามาร่วมงาน โดยได้จัดทำกิจกรรม Campus Recruitment Project เฉพาะของบริษัทกับสถาบันการศึกษาชั้นนำและจัดทำกิจกรรม Young Creative Trainee กับนักศึกษากลุ่มเป้าหมาย

การควบคุมภายใน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างการควบคุมภายใน ให้มีความเพียงพอ และเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นการป้องกันทรัพย์สินของบริษัทฯ ไม่ให้เกิดความเสียหาย หรือนำไปหาประโยชน์โดยมิชอบ โดยมีฝ่ายตรวจสอบภายในเป็นหน่วยงานทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานและกิจกรรมทางการเงินที่สำคัญ และรายงานผลการตรวจสอบโดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อให้ฝ่ายตรวจสอบภายในมีความเป็นอิสระเพียงพอในการปฏิบัติงาน

ในการประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 3/2550 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2550 โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบ 2 ท่านเข้าร่วมประชุมด้วย คณะกรรมการได้ประเมินความเพียงพอของระบบควบคุมภายในโดยการซักถามข้อมูลจากฝ่ายบริหาร และการตอบแบบประเมินความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ ด้วยตนเอง สรุปได้ว่า การประเมินระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ ในด้านต่างๆ 5 ส่วน คือ องค์กรและสภาพแวดล้อม การบริหารความเสี่ยง การควบคุมการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหาร ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล และระบบการติดตาม คณะกรรมการมีความเห็นว่า ปัจจุบันบริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายในอย่างเพียงพอแล้ว



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)										
รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริหารและผู้มีอำนาจควบคุมบริษัท										
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549										
ลำดับ	ชื่อ-สกุล	อายุ	คุณวุฒิการศึกษา	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ก่อนหลัง			การอบรมจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท		
1.	นายเกรียงไกร เชนฐโชติศักดิ์	52	ปริญญาโทศึกษาศาสตร์	คณะบริหารธุรกิจ	14.29	เป็นพี่น้องกับผู้บริหารในลำดับที่ 2-4	2546-ปัจจุบัน	ประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการบริหาร	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546
				มหาวิทยาลัยรามคำแหง			2535-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ		
2.	นายสุรชัย เชนฐโชติศักดิ์	44	ปริญญาคุณวุฒิปดศึกษาศาสตร์	คณะบริหารธุรกิจ	16.03	เป็นพี่น้องกับผู้บริหารในลำดับที่ 1 และ 3-4	2546-ปัจจุบัน	รองประธานกรรมการ	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546
				มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม			2535-ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ		
			ปริญญาตรี	คณะรัฐศาสตร์						
				มหาวิทยาลัยรามคำแหง						
3.	นายสุรวัฒน์ เชนฐโชติศักดิ์	41	ปริญญาตรี	คณะนิติศาสตร์	15.46	เป็นพี่น้องกับผู้บริหารในลำดับที่ 1-2 และ 4	2546-ปัจจุบัน	กรรมการและรองประธานกรรมการบริหาร	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546
				มหาวิทยาลัยกรุงเทพ			ค.ศ.46-มิ.ย.48	รองกรรมการผู้จัดการ-ธุรกิจสื่อ		
							2540-ค.ศ.46	ผู้อำนวยการสายงานบริหารการขาย		
							2540-ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ	บริษัท เมจิก แอ็คเคอร์เรนซ์ จำกัด	
							2535-2540	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	
4.	นางสาวมาลี เชนฐโชติศักดิ์	46	ปริญญาตรี	คณะรัฐศาสตร์	5.52	เป็นพี่น้องกับผู้บริหารในลำดับที่ 1-3	2546-ปัจจุบัน	กรรมการ	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546
				มหาวิทยาลัยรามคำแหง			ก.ศ.46-ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ		
							2544-ก.ศ.46	ผู้อำนวยการสายงานตรวจสอบกลาง		
							2540-2544	ผู้อำนวยการสายงานการเงินและบัญชี		
							2535-2540	ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน		
5.	นางพรพรรณ เชนฐชัยกุล	36	ปริญญาโท	บริหารธุรกิจบัณฑิต (MBA)	-	-	เม.ย.47-ปัจจุบัน	กรรมการและกรรมการบริหาร	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2547
				สถาบันคีนันแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย			เม.ย.46-ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ-สำนักประธาน	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	
			ปริญญาตรี	สถิติศาสตร์บัณฑิต			2544-มิ.ค.46	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	บริษัท แม่น้ำทอง พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	
				จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย			2542-ก.ศ.44	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	บริษัทหลักทรัพย์ เอสจี อินเอเชีย จำกัด	
6.	นายจิรภูมิ ชันศิริยะ	45	ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	-	-	พ.ศ. - ค.ศ. 2549	กรรมการ และ รองกรรมการผู้จัดการ-การเงินและบัญชี	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Audit Committee Program (ACP) ปี 2548
				มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์			2538-2549	ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายบัญชีและการเงิน	บริษัท แมเจอร์ ซิสเต็มส์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	
			ปริญญาตรี	บัญชีบัณฑิต						
				จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย						
7.	พล.ต.อ.สมชาย วาณิชเสนี	64	ปริญญาโท	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต	-	-	2546-ค.ศ. 2550	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546
				จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย			2543-2545	รองผู้อำนวยการตำรวจแห่งชาติ	สำนักงานตำรวจแห่งชาติ	Directors Certification Program (DCP) ปี 2547
			ปริญญาตรี	รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต			2540-2543	ผู้ช่วยผู้อำนวยการตำรวจแห่งชาติ	สำนักงานตำรวจแห่งชาติ	Audit Committee Program (ACP) ปี 2548
				โรงเรียนนายร้อยตำรวจ						



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)										
รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริหารและผู้มีอำนาจควบคุมบริษัท										
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549										
ลำดับ	ชื่อ-สกุล	อายุ	คุณวุฒิการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ก่อนถึง			การอบรมจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการ บริษัทไทย (IOD)	
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท		
8.	พลเอกธานี เสนีวงศ์ ณ อยุธยา2	68	ปริญญาโท	-	-	2546-ม.ค. 2550	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546	
			ปริญญาตรี			2540	รองอธิบดีพิเศษ		Finance for Non-Finance Director (FN) ปี 2546	
						2540	นายทหารพิเศษ	ประจำกรมรักษาความปลอดภัยพระองค์ 1 รักษาพระองค์		
						2534-2540	นายทหารพิเศษ	ประจำกองทัพบกปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 รักษาพระองค์		
						2522-2528	วุฒิสมาชิก	วุฒิสภา		
						2520-2522	สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร	สภาผู้แทนราษฎร		
9.	นายสมชาย ศุภกิจโกศล2	49	ปริญญาโท	-	-	2549-ม.ค. 2550	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2547	
			มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์			2549-ปัจจุบัน	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ	บริษัท ที.เค.เอส. เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)		
			ปริญญาตรี			2548-ปัจจุบัน	กรรมการ	กองทุนสิ่งแวดล้อม		
			มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์			2548-ปัจจุบัน	กรรมการองค์การคลังสินค้า	กระทรวงพาณิชย์		
10.	พลเอก ไพโรจน์ พานิชสมัย3	59	ปริญญาโท	-	-	ม.ค. 2550 - ปัจจุบัน	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2550	
						2549	รองผู้อำนวยการทหารสูงสุด (ทบ.)	กองบัญชาการทหารสูงสุด		
			ปริญญาตรี			2548	ประธานคณะที่ปรึกษา กองทัพบก	กองทัพบก		
						2543	ผู้บัญชาการศูนย์อำนวยการสร้างอาวุธ กองทัพบก	กองทัพบก		
11.	นายพิศิษฐ์ ด่านเจริญ4	65	ปริญญาตรี	-	-	ก.พ. 2550 - ปัจจุบัน	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Audit Committee Program (ACP) ปี 2548	
			มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์			2544 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริหาร	กลุ่มบริษัทที่ปรึกษาในเครือ บริษัท โปรเฟสชั่นแนล อีลิเมนต์ กรุ๊ป จำกัด	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2547	
			พาณิชย์ศาสตร์บัณฑิต			2546 - ปัจจุบัน	กรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบ	บริษัท เฌอาร์ท จำกัด (มหาชน)		
			มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์			2546 - ปัจจุบัน	กรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบ	บริษัท เค-เทค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน)		
						2546 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล แอสเสท ไบรด์ส์ จำกัด		
12.	นายบรรยง อัครจินดานนท์	42	ปริญญาโท	-	-	มี.ค. 47-ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ-ธุรกิจดิจิทัล	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Directors Certification Program (DCP) ปี 2546	
			มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์			2544-ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ	บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน)		
			ปริญญาตรี			2547-ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ	บริษัท ไทย ยูนิค คอยส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)		
			มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์			2544-2546	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บริษัท ทราฟฟิคคอนเนกซ์ โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)		
			อื่นๆ			2532-2544	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ-การตลาด	บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)		



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)										
รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริหารและผู้มีอำนาจควบคุมบริษัท										
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549										
ลำดับ	ชื่อ-สกุล	อายุ	คุณวุฒิการศึกษา		สัดส่วน การถือหุ้น (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ก่อนหลัง			การอบรมจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการ บริษัทไทย (IOD)
							ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท	
13.	นายประสงค์ รุ่งสมัยทอง	40	ปริญญาตรี	การตลาด	-	-	ม.ค. 48-ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ-บริหารภาพลักษณ์และสินทรัพย์ องค์กร	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2548
				จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย			ส.ค.46 - ส.ค.47	Executive Vice President & Chief Marketing Officer	EGV Entertainment Public Company Limited	
							ค.ค.45 - ก.ค.46	General Manager	Samart Info Media Co.,Ltd. (Samart Corporate Group)	
							ค.ค.43 - ก.ย.45	General Manager	Major Cinead Co.,Ltd. / Bangkok Imax Co.,Ltd. (Major Cineplex Group)	
							ค.ค.41 - ก.ย.43	General Manager	Grammy Entertainment Public Company Limited	
14.	นางมณฑิรา ลิมปนามรณ์	49	ปริญญาโท	บริหารธุรกิจ	-	-	2549-ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ - ธุรกิจโทรทัศน์	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	-
				มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์			2543-2548	Senior Executive Vice President	JSL Co., Ltd	
			ปริญญาตรี	เศรษฐศาสตร์			2542-2543	Executive Vice President Marketing & Sale	Royal Charoenkrung Co., Ltd	
				มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์						
15.	นายบุญเพิ่ม อินทนปธานนท์	38	ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต	-	-	2549-ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	-
				สาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์			2549-ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ	บริษัท อาร์เอสโอ-คริม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	
				มหาวิทยาลัยรามคำแหง			2546-2549	ผู้จัดการทั่วไป	บริษัท แม็ทซิ่ง เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	
							2542-2546	ผู้จัดการฝ่ายคอนเสิร์ตและกิจกรรมพิเศษ	บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)	

หมายเหตุ : 1 ลาออกเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2550
 2 ลาออกเมื่อวันที่ 13 มกราคม 2550
 3 แต่งตั้งเมื่อวันที่ 13 มกราคม 2550
 4 แต่งตั้งเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2550



รายการระหว่างกัน

รายการระหว่างกัน

รายละเอียดข้อมูลของรายการระหว่างกัน ระหว่างบริษัทฯ บริษัทย่อย และบริษัทที่เกี่ยวข้องกันได้แสดงไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินของบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 ข้อ 4 ซึ่งคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ ได้สอบทานรายการระหว่างกันของบริษัทฯ แล้วมีความเห็นว่ารายการระหว่างกันดังกล่าว เป็นไปตามเงื่อนไขโดยทั่วไปและเป็นไปตามปกติของการดำเนินธุรกิจ

ในปี 2549 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นตามปกติธุรกิจกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2549 ดังต่อไปนี้

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ความสัมพันธ์
บจ. เซชชูโชติศักดิ์	นายสุรัชย์ เซชชูโชติศักดิ์ เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 18.70 ของ บริษัท เซชชูโชติศักดิ์ จำกัด
	นางสาวมาลี เซชชูโชติศักดิ์ เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 14.50 ของ บริษัท เซชชูโชติศักดิ์ จำกัด และ เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 5.52 ของบริษัทฯ
	นายสุวัฒน์ เซชชูโชติศักดิ์ เป็นกรรมการ และ ผู้จัดการหุ้นร้อยละ 14.35 ของ บริษัท เซชชูโชติศักดิ์ จำกัด และ เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 15.46 ของบริษัทฯ
นายเกรียงไกร เซชชูโชติศักดิ์	เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 14.29 ของบริษัทฯ
นายสุรัชย์ เซชชูโชติศักดิ์	เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 16.03 ของบริษัทฯ

หมายเหตุ สัดส่วนการถือหุ้นของบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งในบริษัทฯ เป็นข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549

ลักษณะรายการระหว่างกัน เงื่อนไขและนโยบายราคา

การกำหนดราคาของรายการระหว่างกันกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ส่วนใหญ่เป็นการให้เช่าทรัพย์สิน ได้กระทำโดยคำนึงถึงความเหมาะสมโดยอ้างอิงได้กับราคาตลาดและมีเงื่อนไขอื่น ๆ ไม่แตกต่างอย่างเป็นสาระสำคัญจากตลาด โดยลักษณะของรายการระหว่างกันประกอบไปด้วย

การเช่าอาคารสำนักงาน

งบการเงินสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้ชำระค่าเช่าอาคารสำนักงาน ค่าบริการส่วนกลาง ค่าสาธารณูปโภค และค่าเช่าอื่นๆ ให้แก่ บริษัท เซชชูโชติศักดิ์ จำกัด (ซึ่งถือเป็นบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกัน) เป็นจำนวน 44.40 ล้านบาท และ 37.30 ล้านบาท ตามลำดับ

ทั้งนี้ บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งข้างต้นได้เรียกเก็บค่าเช่าและค่าบริการส่วนกลางจากบริษัทที่เช่าพื้นที่อาคารเชษฐโชติศักดิ์ ในอัตรา 297 บาทต่อตารางเมตร ส่วนการเช่าอาคารสตูดิโอ และอาคารอื่นในบริเวณใกล้เคียงนั้นมีการเรียกเก็บค่าเช่าและค่าบริการส่วนกลางแบบเหมารวม (การคิดค่าบริการแบบเหมารวม หมายถึง การคิดค่าเช่าและค่าบริการรวมต่ออาคารทั้งหลังแทนที่จะคิดเป็นตารางเมตร โดยคิดราคาตามสภาพของอาคารแต่ละอาคารที่ให้เช่า) ซึ่งอัตราดังกล่าวมีความสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับค่าเช่าอาคารในบริเวณใกล้เคียงกับบริษัท ทั้งอาคารสำนักงาน หรือ อพาร์ทเมนต์ ต่างๆ (ทั้งที่อยู่ในซอยและนอกซอยซึ่งเป็นอาคารที่ติดกับถนนใหญ่) ซึ่งคิดอัตราการเช่าในอัตรา 300-500 บาทต่อตารางเมตร ในส่วนของการคิดค่าสาธารณูปโภคซึ่งประกอบด้วยค่าไฟฟ้าและค่าน้ำประปานั้น จะใช้หลักการกำหนดราคาจากต้นทุนบวกเพิ่มร้อยละ 10 และเรียกเก็บตามอัตราส่วนพื้นที่เช่า (เฉลี่ยประมาณ 3-5 บาทต่อหน่วยสำหรับค่าไฟฟ้า และ 14-18 บาทต่อหน่วย สำหรับค่าน้ำ) ซึ่งอัตราดังกล่าวมีความสมเหตุสมผลเนื่องจากมีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าสาธารณูปโภคของอาคารสำนักงานในบริเวณใกล้เคียง ซึ่งคิดค่าไฟฟ้าในอัตราหน่วยละ 5-7 บาท และค่าน้ำประปาหน่วยละ 16-18 บาท

อย่างไรก็ดี อาคารสำนักงานที่ทางบริษัทได้ทำการเช่าช่วงต่อจากบริษัท เชษฐโชติศักดิ์ จำกัด เป็นอาคารที่ทางบริษัท เชษฐโชติศักดิ์ จำกัด ได้ทำการเช่าต่อมาจากกรรมการของบริษัท และนำมาปรับปรุงพื้นที่ลักษณะการใช้งานจากบ้านทาวน์เฮ้าส์ มาเป็นอาคารสำนักงาน พร้อมให้บริการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสาธารณูปโภคต่างๆ และคิดค่าเช่า/ค่าบริการในอัตราเหมารวม (ตามที่กล่าวในวรรคก่อน) ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่า อาคารเชษฐโชติศักดิ์ 1-3



โดยสัญญาเช่าที่ทำกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งมีรายละเอียดต่อไปนี้

อาคาร/ที่ตั้ง	ผู้ให้เช่า / ผู้เช่าช่วง	ผู้เช่า	พื้นที่ (ตรม.)	ค่าเช่า ค่าบริการ / เดือน (บาท)	ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำประปา		ระยะเวลา ของสัญญาเช่า		อนุมัติรายการโดย
					ปี 2548 (ล้านบาท)	ปี 2549 (ล้านบาท)	เริ่ม	สิ้นสุด (*)	
1. อาคารเชษฐโชติศักดิ์ 1 เลขที่ 419/1 ซอย ลาดพร้าว15 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เชษฐโชติศักดิ์	บมจ. อาร์เอส	4,146	1,215,340	3.53	3.97	เม.ย. 49	มี.ค. 52	คณะกรรมการ
2. อาคารเชษฐโชติศักดิ์ 2 เลขที่ 419/2 ซอย ลาดพร้าว15 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เชษฐโชติศักดิ์	บมจ. อาร์เอส	4,175	1,217,645	3.19	3.61	เม.ย. 49	มี.ค. 52	คณะกรรมการ
		บจ. สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค	1,200	356,400	1.02	1.88	ต.ค. 49	มี.ค. 52	คณะกรรมการ
		บจ. อาร์เอส อินเตอร์ เนชั่นแนล พรอดคาสติ้ง แอนด์ สปอร์ต แมนเนจเม้นท์	445	132,165	-	0.04	ต.ค. 49	มี.ค. 52	คณะกรรมการ
3. อาคารเชษฐโชติศักดิ์ 3 เลขที่ 419/3 ซอย ลาดพร้าว15 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เชษฐโชติศักดิ์	บมจ. อาร์เอส	1,564	417,100	1.18	1.61	ก.ย. 47	ก.ค. 50	คณะกรรมการ
		บจ. สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค	38	4,500	-	-	ต.ค. 48	ก.ค. 50	คณะกรรมการ
		บจ.เค.มาสเตอร์	640	172,800	0.19	0.56	มิ.ย.48	ก.ค. 50	คณะกรรมการ
4. อาคารเลขที่ 164/74 ซอยลาดพร้าว 1 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เชษฐโชติศักดิ์	บมจ. อาร์เอส	(ราคาเหมารวม)	350,000	-	0.93	เม.ย. 49	มี.ค. 52	คณะกรรมการ
5. อาคารเลขที่ 203/34-36 ซอยลาดพร้าว 15 เขตจตุจักร กทม.	นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์ / บจ. เชษฐโชติศักดิ์	บจ. จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย	(ราคาเหมารวม)	140,600	0.01	0.41	เม.ย. 49	มี.ค. 52	คณะกรรมการ
6. อาคารเลขที่ 203/18-20 ซอยลาดพร้าว 15 เขตจตุจักร กทม.	นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์ / บจ.เชษฐโชติศักดิ์	บจ. จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย	(ราคาเหมารวม)	172,800	0.46	0.41	เม.ย. 49	มี.ค. 52	คณะกรรมการ

หมายเหตุ * สามารถต่ออายุของสัญญาเช่าออกไปได้อีก เมื่อสิ้นสุดอายุสัญญาเช่า (การต่ออายุสัญญาเช่าดังกล่าว ไม่เป็นไปโดยอัตโนมัติ ซึ่งต้องมีการพิจารณาสัญญาใหม่ทุกครั้ง)

การเช่าที่ดิน

งบการเงินสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้ชำระค่าเช่าที่ดิน ให้แก่ บริษัท เซซฐโซติคส์ จำกัด เป็นจำนวนเงิน 5.82 ล้านบาท และ 5.32 ล้านบาท ตามลำดับ

บริษัทย่อยได้มีการเช่าที่ดินจากบริษัท/บุคคล ที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาสร้างอาคารสำนักงาน หรือโรงเก็บสินค้า(prop) โดยอาคารสำนักงานดังกล่าวมีการลงทุนค่อนข้างต่ำ และมีลักษณะเพียงชั้นเดียว

บริษัท เซซฐโซติคส์ จำกัด คิดค่าเช่าที่ดินในอัตราตารางวาละ 150-200 บาท ซึ่งอัตราดังกล่าวมีความสมเหตุสมผลเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราค่าเช่าที่ดินในบริเวณใกล้เคียงซึ่งคิดค่าเช่าในอัตราตารางวาละ 150-245 บาท รายละเอียดการเช่ามีดังต่อไปนี้

ประเภท	ผู้ให้เช่า	ผู้เช่า	อายุของสัญญา (*)	ค่าเช่า/เดือน (บาท)	อนุมัติรายการโดย	
1. ที่ดิน 373 ตรว. ซอยลาดพร้าว 15 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เซซฐโซติคส์	บมจ. อาร์เอส	เม.ย. 49 - มี.ค. 52	74,600	คณะกรรมการ	
2. ที่ดิน 500 ตรว. ซอยลาดพร้าว 15 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เซซฐโซติคส์	บมจ. อาร์เอส	เม.ย. 49 - ก.พ. 52	75,000	คณะกรรมการ	
3. ที่ดิน 1,609 ตรว. ซอยลาดพร้าว 15 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เซซฐโซติคส์	บมจ. อาร์เอส	ส.ค. 49 - ก.ค. 51	287,100	ดำเนินการ โดยฝ่ายจัดการ	**
4. ที่ดิน 404 ตรว. ซอยลาดพร้าว 15 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เซซฐโซติคส์	บมจ. อาร์เอส	ก.ค. 49 - มี.ย. 52	86,000	ดำเนินการ โดยฝ่ายจัดการ	**
5. ที่ดิน 52 ตรว. ซอยลาดพร้าว 15 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เซซฐโซติคส์	บจ. สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค	ธ.ค. 49 - มี.ค. 52	5,000	ดำเนินการ โดยฝ่ายจัดการ	**

หมายเหตุ

- * สามารถต่ออายุของสัญญาเช่าออกไปได้อีก เมื่อสิ้นสุดอายุสัญญาเช่า (การต่ออายุสัญญาเช่าดังกล่าว ไม่เป็นไปโดยอัตโนมัติ ซึ่งต้องมีการพิจารณาสัญญาใหม่ทุกครั้ง)
- ** สัญญาที่ดำเนินการโดยฝ่ายจัดการเนื่องจากขนาดของรายการไม่ถึงเกณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท ตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การซื้อขายสินถาวร

-ไม่มี-

การค้าประกัน

บริษัทและกรรมการของบริษัท มีภาระผูกพันเกี่ยวกับการค้าประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคาร ให้แก่ บริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 มีรายละเอียดดังนี้

	เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ณ 31/12/49 (ล้านบาท)	ค้าประกันโดย
บมจ. อาร์เอส	85.0	นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์ และ นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์ (ค้าประกันเต็มจำนวน)
บริษัทย่อย	74.0	- บมจ. อาร์เอส และ/หรือ - นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์ และ นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์ และ/หรือ - ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง (ขึ้นอยู่กับสัญญาการค้าประกันของแต่ละบริษัท)

หมายเหตุ :

- บมจ. อาร์เอส ถือหุ้นบริษัทย่อยร้อยละ 100 จำนวน 1 บริษัท และร้อยละ 63 จำนวน 1 บริษัท (คิดสัดส่วนจากจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ถือหุ้น)
- ไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการค้าประกันจากบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของการทำรายการระหว่างกัน

รายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นนั้นมีความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของการทำรายการเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ ซึ่งในปี 2549 ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นกับบริษัทย่อย และกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ซึ่งเป็นรายการที่ดำเนินตามธุรกิจปกติ ไม่มีเงื่อนไขพิเศษ และไม่มีการถ่ายเทพอประโยชน์ ระหว่างบริษัทฯ และผู้ที่เกี่ยวข้อง การกำหนดราคา อัตราค่าธรรมเนียม และ/หรือ อัตราดอกเบี้ย เป็นการกำหนดตามราคาที่สอดคล้องกับอัตราปกติที่สามารถเปรียบเทียบได้กับการทำรายการกับบุคคลอื่นที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกัน ซึ่งได้เปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงินประจำปี 2549 แล้ว

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ ได้สอบทานรายการระหว่างกันของบริษัทฯและบริษัทย่อย อันได้แก่ รายการซื้อขายสินค้า หรือทรัพย์สิน ค่าลิขสิทธิ์ การรับจ้างผลิต งานคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด การขายโฆษณา ค่าบริการ การให้เช่าช่วงสถานีวิทยุ และดอกเบี้ยเงินกู้ ฯลฯ ซึ่งได้เปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงินประจำปี 2549 แล้ว มีความเห็นว่า รายการดังกล่าวเป็นรายการที่ดำเนินตามธุรกิจปกติ มีความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของการทำรายการเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ

มาตรการ หรือขั้นตอนการอนุมัติการทำรายการระหว่างกัน

บริษัทฯ มีนโยบายในการทำรายการระหว่างกัน คือ รายการระหว่างกันนั้น ต้องอยู่บนพื้นฐานของความจำเป็น ความสมเหตุสมผล และ เป็นการดำเนินการเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งเป็นไปในราคา และ เงื่อนไขที่ไม่แตกต่างกับรายการที่มีกับบุคคลภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องกัน และ ในกรณีที่มีรายการระหว่างกันที่มีสาระสำคัญ บริษัทฯ จะจัดให้ผ่านการอนุมัติจาก คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท รวมถึงที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามแต่กรณี โดยกำหนดให้การออกเสียงในที่ประชุมนั้นๆ กรรมการหรือ ผู้ถือหุ้น ซึ่งมีส่วนได้เสีย จะไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนน ทั้งนี้ การดำเนินการใดๆ จะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

นโยบายหรือแนวโน้มนการทำรายการระหว่างกันรวมทั้งการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ในอนาคต

บริษัทฯ ยังคงมีนโยบายหรือแนวโน้มนในการทำรายการระหว่างกันในอนาคตกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันต่อไป เช่น การเช่าอาคารสำนักงาน การเช่าที่ดิน และการค้าประกันเงินกู้ของบริษัทในกลุ่มโดยกรรมการของบริษัท อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ไม่มีนโยบายที่จะทำการรายการกับบุคคลที่อาจขัดแย้งกัน (เช่น เงินให้กู้ยืมการค้าประกันเงินกู้ ฯลฯ) ยกเว้นในกรณีที่บริษัทฯ เห็นว่าจะได้รับผลตอบแทนสูงสุด ซึ่งเป็นไปในราคาและเงื่อนไขที่ไม่แตกต่างจากบุคคลภายนอก ซึ่งบริษัทฯ จะกำหนดให้ผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท และที่ประชุมผู้ถือหุ้นในกรณีที่เป็นรายการตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงิน และผลการดำเนินงาน



รายงานคณะกรรมการ

เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

คณะกรรมการบริษัทฯ เป็นผู้รับผิดชอบต่อการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อยซึ่งจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป โดยเลือกใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสมและถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ และใช้ดุลยพินิจอย่างระมัดระวัง และประมาณการที่ดีที่สุดในการจัดทำ รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างเพียงพอในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2546 ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับคุณภาพของรายงานทางการเงินและระบบควบคุมภายใน และความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบเกี่ยวกับเรื่องนี้ได้ปรากฏในรายงานคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งแสดงไว้ในรายงานประจำปีนี้แล้ว

คณะกรรมการบริษัทฯ มีความเห็นว่า งบการเงินประจำปี 2549 ของบริษัท และบริษัทย่อย ที่คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานร่วมกับฝ่ายบริหารและผู้สอบบัญชีของบริษัท ได้แสดงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานถูกต้องตามที่ควร ตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป

(เกริญไกร เชษฐโชติศักดิ์)

ประธานกรรมการ

ในนามคณะกรรมการ



รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ

เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

สำหรับปี พ.ศ. 2549 คณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายที่คณะกรรมการตรวจสอบที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อเป็นการสนับสนุนให้มีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ซึ่งรวมถึง ได้มีการพิจารณาสอบทานงบการเงินรายไตรมาส และงบการเงินประจำปี พ.ศ. 2549 ให้มีการรายงานอย่างถูกต้องและเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ มีการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชีภายในและภายนอกเพื่อหารือแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นการประเมินความเสี่ยง ผลการตรวจสอบและความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน ให้ข้อเสนอแนะในการป้องกันหรือลดความเสี่ยง พิจารณาและอนุมัติแผนงานตรวจสอบภายใน ตลอดจนกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัทให้มีความโปร่งใสและมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาแล้ว มีความเห็นสอดคล้องกับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตว่า งบการเงินและการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินของบริษัทถูกต้องตามที่ควรและเป็นไปตามมาตรฐานบัญชีที่รับรองทั่วไป และระบบการควบคุมภายในมีความเหมาะสมไม่พบข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญ

ในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบนั้น ได้พิจารณาและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท สำหรับการแต่งตั้งผู้สอบบัญชีจาก บริษัท เอเอ็นเอส ออดิท จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทสำหรับปี พ.ศ. 2550 เพื่อนำเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติแต่งตั้งต่อไป

(พิชิต ด้ชนาภิรมย์)

ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ



คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการนี้ ได้จัดทำขึ้นจากผลประกอบการของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ (“บริษัท”) ตามงบการเงินที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีสำหรับปี 2548 และ 2549 เพื่อประโยชน์ในการแสดงภาพผลประกอบการโดยรวมของกลุ่มบริษัท โดยได้มีการจัดแบ่งกลุ่มธุรกิจ ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจเพลง ธุรกิจดิจิทัล ธุรกิจสื่อ ธุรกิจภาพยนตร์ และธุรกิจคอนเสิร์ต และกิจกรรมการตลาด ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจหลักของบริษัท

งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะของบริษัทสำหรับงวด 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 แสดงผลกำไรสุทธิจำนวน 154.7 ล้านบาท เปลี่ยนแปลงแตกต่างปีก่อนจำนวน 587.8 ล้านบาท ซึ่งแสดงผลขาดทุนสุทธิ จำนวน 433.1 ล้านบาทโดยมีสาเหตุหลักดังนี้

รายได้รวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 มีจำนวน 3,140.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นสุทธิจากปีก่อนจำนวน 392.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.3 สาเหตุหลักมาจาก

- รายได้จากการขายโฆษณาเพิ่มขึ้น 179.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.1 ดังนี้
 - รายได้จากการประกอบธุรกิจสื่อวิทยุ เพิ่มขึ้น 97.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 30
 - รายได้จากธุรกิจสิ่งพิมพ์ เพิ่มขึ้น 38.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 125.7 จากการขยายหัวหนังสือที่เพิ่มขึ้นทั้ง นิตยสาร FAME และ Dara Daily Weekend
 - รายได้จากการบริหารรายการโทรทัศน์ เพิ่มขึ้น 33.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.2 สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายการสำหรับรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ที่ไม่ใช่เพลง
- รายได้รับจ้างผลิตและรายได้จัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด เพิ่มขึ้น 108.7 ล้านบาท และ 90.3 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 34.7 และร้อยละ 39.5 ตามลำดับ สาเหตุหลักมาจากการส่งมอบงานโครงการราชการและงานเอกชนมากขึ้น รวมถึงมูลค่ารายได้เฉลี่ยต่องานสูงขึ้น
- อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายสินค้า ลดลง 46.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.8 สาเหตุหลักมาจากการลดลงของจำนวนอัลบั้มที่วางแผงในปีนี้น้อยกว่าปีก่อน และรายได้บริการลดลง 30.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 55.6

ต้นทุนขายและผลิตเพิ่มขึ้น 218.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.9 ตามสัดส่วนของรายได้ที่เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลง จำนวน 380.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 34.4 สาเหตุหลักมาจากการลดลงของค่าเพื่อสินค้าเสื่อมสภาพ และค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ เนื่องจากในปี 2549 บริษัท มีนโยบายจัดการบริหารสินค้าคงเหลือให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสม ควบคุมปริมาณการออกอัลบั้มให้รัดกุมมากขึ้น รวมถึงควบคุมปริมาณสินค้าที่ขายให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค



คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทในปี 2549 เท่ากับร้อยละ 27.4 ในขณะที่ปีก่อนบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 26.1 อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากในปีนี้บริษัทสามารถทำรายได้เพิ่มขึ้น และสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เป็นผลให้ต้นทุนผลิตลดลง

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของแต่ละกลุ่มธุรกิจ

ในปี 2547, 2548 และ 2549 บริษัทมีรายได้ซึ่งสามารถจำแนกตามกลุ่มธุรกิจต่างๆ ได้ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภทรายได้	2547	2548	2549
กลุ่มธุรกิจเพลง	1,225.23	919.08	893.78
กลุ่มธุรกิจดิจิทัล	132.33	188.29	234.24
กลุ่มธุรกิจสื่อ	572.11	958.15	1,126.27
กลุ่มธุรกิจภาพยนตร์	200.40	240.20	231.46
กลุ่มธุรกิจคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด	183.57	393.56	561.38
กลุ่มธุรกิจสนับสนุนและอื่นๆ	28.67	23.66	24.47
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	2,342.29	2,722.95	3,071.61
รายได้อื่น	12.69	24.42	59.48
ค่าความนิยม	22.88	0.44	9.16
รวมรายได้	2,377.87	2,747.81	3,140.24

รายได้ตามกลุ่มธุรกิจต่างๆ สามารถจัดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมดังนี้

(ร้อยละ)

ประเภทรายได้	2547	2548	2549
กลุ่มธุรกิจเพลง	51.5%	33.4%	28.5%
กลุ่มธุรกิจดิจิทัล	5.6%	6.9%	7.5%
กลุ่มธุรกิจสื่อ	24.1%	34.9%	35.9%
กลุ่มธุรกิจภาพยนตร์	8.4%	8.7%	7.4%
กลุ่มธุรกิจคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด	7.7%	14.3%	17.9%
กลุ่มธุรกิจสนับสนุนและอื่นๆ	1.2%	0.9%	0.8%
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	98.5%	99.1%	97.8%
รายได้อื่น	0.5%	0.9%	1.9%
ค่าความนิยม	1.0%	0.0%	0.3%
รวมรายได้	100.0%	100.0%	100.0%

ที่มา : ฝ่ายจัดการของบริษัทฯ ได้นำงบการเงินมาจัดประเภทรายการใหม่ตามโครงสร้างรายได้ของกลุ่มธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจเพลง

ภาพรวมรายได้ในกลุ่มธุรกิจเพลงลดลงจากปีก่อนจำนวน 25.3 ล้านบาท (หรือร้อยละ 2.8) จากเดิม 919.1 ล้านบาทในปี 2548 เป็น 893.8 ล้านบาท ในปี 2549 จากการลดลงของอัลบั้มที่ออกวางแผงในปีนี้น้อยกว่าปีก่อน การควบคุมปริมาณสินค้าที่ออกจำหน่ายในแต่ละอัลบั้ม รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปโดยให้ความสนใจกับการดาวน์โหลดเพลงในธุรกิจดิจิทัลมากขึ้น

กลุ่มธุรกิจดิจิทัล

ภาพรวมรายได้ในกลุ่มธุรกิจดิจิทัลเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 45.9 ล้านบาท (หรือร้อยละ 24.4) จากเดิม 188.3 ล้านบาทในปี 2548 เป็น 234.2 ล้านบาท ในปี 2549 เกิดจากการเพิ่มขึ้นของการดาวน์โหลด ring back tone, full song และ bundling product นอกจากนี้ บริษัทฯได้มีการพัฒนาช่องทางและวิธีการในการหารายได้รูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามยุคสมัย ซึ่งเป็นผลให้บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มขึ้น

กลุ่มธุรกิจสื่อ

ภาพรวมรายได้ในกลุ่มธุรกิจสื่อเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 168.1 ล้านบาท (หรือร้อยละ 17.5) จากเดิม 958.2 ล้านบาทในปี 2548 เป็น 1,126.3 ล้านบาท ในปี 2549 โดยมีรายได้หลักมาจากรายได้ค่าโฆษณา ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 82.9 ของรายได้จากกลุ่มธุรกิจสื่อทั้งหมด โดยแบ่งที่มาของรายได้ในกลุ่มธุรกิจสื่อได้ดังนี้

- รายได้จากธุรกิจสื่อวิทยุ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.1 สาเหตุหลักของการเพิ่มขึ้นของรายได้มาจากการบริหารรายการข่าวต้นชั่วโมง และจากผลการดำเนินงานของรายการวิทยุสถานี 93 Cool FM ซึ่งยังคงได้รับความนิยมอยู่ในระดับสูง (อ้างอิงการจัดอันดับของบริษัท เอซี นีลเสน (ประเทศไทย) จำกัด) นอกจากนี้ในปี 2549 มีการจัดกิจกรรมการตลาดเพิ่มขึ้นจากปีก่อนเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ฟังรายการให้มากขึ้น
- รายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 102.4 สาเหตุหลักมาจากการขยายหัวนิตยสารและหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์เพิ่ม ได้แก่ “Fame” และ “Dara Daily Weekend” ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ส่งผลให้รายได้ในปี 2549 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน
- รายได้จากธุรกิจสื่อโทรทัศน์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8 สาเหตุหลักเกิดจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากรายการเมืองไทยวาไรตี้ที่ออกอากาศในช่วงเวลา Prime Time นอกจากนี้ มีการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายการสำหรับรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ที่ไม่ใช่เพลง เช่น ละไม ไดอารี คู่คนละข้าว และ ฟาเมืองไทย เป็นต้น



กลุ่มธุรกิจภาพยนตร์

ภาพรวมรายได้ในกลุ่มธุรกิจภาพยนตร์ลดลงจากปีก่อนจำนวน 8.7 ล้านบาท (หรือร้อยละ 3.6) จากเดิม 240.2 ล้านบาทในปี 2548 เป็น 231.5 ล้านบาท ในปี 2549 สาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้ลิขสิทธิ์วีซีดี ดีวีดี และลิขสิทธิ์ต่างประเทศ ที่มีปริมาณการส่งมอบลดลง แต่อย่างไรก็ดี รายได้เฉลี่ยของสายหนัง และเครือข่ายในปี 2549 มีมูลค่าสูงกว่าปีก่อน

ในปีนี้มีบริษัทมีภาพยนตร์ที่นำออกฉายในโรงภาพยนตร์ ทั้งสิ้น 5 เรื่อง ได้แก่เรื่อง ผีเสื้อสมุทร, ไทยถิ่น, รักจัง, ผีคนเป็น และ แสบสนิทศิษย์ส่ายหน้า

กลุ่มธุรกิจคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด

ภาพรวมรายได้ในกลุ่มธุรกิจคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาดเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 167.8 ล้านบาท (หรือร้อยละ 42.6) จากเดิม 393.6 ล้านบาทในปี 2548 เป็น 561.4 ล้านบาท ในปี 2549 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการปริมาณการส่งมอบงานที่มากขึ้นทั้งภาคเอกชน และราชการ รวมถึงมูลค่ารายได้เฉลี่ยต่องานสูงขึ้น เช่น งานมวยปล้ำ WWE Live in Thailand เป็นต้น นอกจากนี้ ในปี 2549 กระแสตอบรับจากผู้บริโภคสำหรับคอนเสิร์ตที่นำมาแสดงในปีนี้นี้ดีกว่าปีก่อน เช่น คอนเสิร์ตฟิล์มยากลุ่ม – ทำดวง และคอนเสิร์ต Nice Club แดนป๊อ เป็นต้น

ฐานะการเงิน

ส่วนประกอบของสินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 2,131.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 270.6 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 14.5 สาเหตุหลักของการเพิ่มขึ้นในสินทรัพย์เกิดจากในปี 2549 บริษัทมีการขยายธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจเกี่ยวกับกีฬา โดยลงทุนในบริษัทอาร์เอส อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง แอนด์สปอร์ต แมเนจเม้นท์ จำกัด ซึ่งได้ลิขสิทธิ์ฟุตบอลโลก 2 สมัย โดยบริษัทฯ คาดการณ์ว่าการลงทุนดังกล่าวจะช่วยให้บริษัทฯ ได้รับอัตราผลตอบแทนสูงในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทได้ลงทุนในบริษัท อาร์เอสไอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตและรับจ้างจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ

คุณภาพของสินทรัพย์

ลูกหนี้

ยอดลูกหนี้การค้าและตั๋วเงินรับสำหรับการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547, 2548 และ 2549 แยกตามอายุหนี้ที่ค้างชำระได้ดังนี้ :-

(ล้านบาท)

	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
ลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ			
ยังไม่ได้กำหนดชำระ	382.0	471.3	608.1
ค้างชำระ			
น้อยกว่า 3 เดือน	207.7	160.6	106.2
3-6 เดือน	21.9	29.0	63.2
6-12 เดือน	39.8	13.8	48.2
มากกว่า 12 เดือน ขึ้นไป	36.6	33.7	44.9
รวม	688.0	708.4	870.6
หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	(17.2)	(38.0)	(54.5)
ลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ-สุทธิ	670.8	670.4	816.1

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547 , 2548 และ 2549 ในภาพรวมบริษัทมีลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับจากบุคคลหรือนิติบุคคลภายนอกรวมสุทธิ 670.8 , 670.4 และ 816.1 ล้านบาท ตามลำดับ เนื่องจากบริษัทมีการขยายการค้าและธุรกิจและมีรายได้เติบโตสูงขึ้น ส่งผลให้มีลูกหนี้การค้าเพิ่มมากขึ้น โดยส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้การค้าจากกิจกรรมการค้าปกติ ซึ่งบริษัทอาจมีข้อตกลงในการเรียกเก็บล่วงหน้าบางส่วน หรือ ให้เครดิตเทอมซึ่งโดยเฉลี่ยอยู่ในระยะเวลา 60 - 90 วัน ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าหรือบริการที่ให้ หากพิจารณาจากอายุลูกหนี้ในตารางข้างต้นจะเห็นว่า ระยะเวลาการค้างชำระของลูกหนี้โดยส่วนใหญ่เป็นไปตามระยะเวลาการให้สินเชื่อของบริษัท ยกเว้น ลูกหนี้ในส่วนของการที่มาจากทางราชการ ซึ่งจะเรียกเก็บได้ช้ากว่าระยะเครดิตเทอมที่ให้ แต่อย่างไรก็ดี ลูกหนี้ดังกล่าว ไม่ก่อให้เกิดหนี้เสียแต่อย่างใด ทั้งนี้ บริษัทได้บันทึกค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ โดยพิจารณาจากลูกหนี้ที่มีปัญหาและคาดว่าจะเก็บเงินไม่ได้

- ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ-ลูกหนี้การค้า

บริษัทได้พิจารณานำบันทึกค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้การค้าเพิ่มขึ้นจำนวน 16.5 ล้านบาท จากเดิม 38.0 ล้านบาทในปี 2548 เป็น 54.5 ล้านบาทในปี 2549 เพื่อสะท้อนความเสี่ยงจากลูกหนี้ที่คาดว่าจะไม่ได้รับชำระ โดยในปีนี้บริษัทได้พิจารณาตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญให้รัดกุมยิ่งขึ้น โดยใช้วิธีการพิจารณามูลหนี้ของลูกหนี้รายตัวที่มีแนวโน้มจะมีปัญหาในการจ่ายชำระ และมีปัญหาในการติดตามทวงถามหนี้ ซึ่งมูลหนี้ที่จะนำมาใช้รวมในการพิจารณานั้นจะครอบคลุมถึงหนี้ทั้งหมดที่ลูกหนี้รายนั้นมีต่อบริษัท จะเห็นได้ว่าจากภาพรวมในงบการเงิน บริษัทได้พิจารณาตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญครอบคลุมเกินมูลหนี้ที่ค้างชำระมากกว่า 12 เดือนขึ้นไปแล้ว อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการติดตามทวงถามหนี้จากลูกหนี้อย่างเคร่งครัด และมีการทบทวนค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญในทุกงวดบัญชีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มูลหนี้ที่คงเหลือในงบการเงินมีมูลค่าสะท้อนตามมูลหนี้ที่คาดว่าจะได้รับ



สินค้าคงเหลือ - สุทธิ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีสินค้าคงเหลือ - สุทธิจำนวน 141.8 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 117.2 ล้านบาท ซึ่งมียอดเท่ากับ 259.0 ล้านบาทในปี 2548 บริษัทได้พิจารณาบันทึกค่าเพื่อการด้อยค่าของสินค้าคงเหลือลดลง 132.6 ล้านบาท จากเดิม 215.5 ล้านบาท ในปี 2548 เป็น 82.9 ล้านบาทในปี 2549 เนื่องจากในระหว่างปี 2549 บริษัทมีนโยบายในการจัดการสินค้าคงเหลือให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม การนำสินค้าล้าสมัยมาขายโปรโมชัน การควบคุมปริมาณการออกอัลบั้มให้รัดกุม รวมถึงควบคุมปริมาณสินค้าที่ขายให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการทบทวนมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับสำหรับสินค้าคงเหลือดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอในทุกงวดบัญชีเพื่อให้สินค้าที่คงเหลือในงบการเงินสะท้อนตามมูลค่าที่คาดว่าจะขายได้ตามเศรษฐกิจหรือตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิจำนวน 260.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 186.3 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลงทุนในบริษัท อาร์เอส อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง แอนด์ สปอร์ต แมเนจเม้นท์ จำกัด เป็นผลให้เกิดค่าความนิยมในลิขสิทธิ์ FIFA จำนวน 162.3 ล้านบาท

อย่างไรก็ดี บริษัทได้พิจารณาบันทึกค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเพิ่มขึ้น 10.7 ล้านบาท จากเดิม 243.8 ล้านบาทในปี 2548 เป็น 254.5 ล้านบาทในปี 2549 จากการทบทวนมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับอย่างสม่ำเสมอในทุกงวดบัญชีเพื่อลดความเสี่ยงจากการที่ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่แสดงในงบการเงินมีมูลค่าสูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนตามประโยชน์เชิงเศรษฐกิจที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต

สภาพคล่อง

กระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลง 83.0 ล้านบาท เป็นผลจากการมีเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานลดลง 59.4 ล้านบาท เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุนลดลง 19.5 ล้านบาท และเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงินลดลง 4.1 ล้านบาท

การลดลงของกระแสเงินสดสุทธิสำหรับปี 2549 มีสาเหตุหลักมาจากการลงทุนในเงินลงทุนเพิ่ม รวมถึงการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรและลิขสิทธิ์เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากแผนการขยายธุรกิจของบริษัท นอกจากนี้ ในระหว่างปีบริษัทได้จ่ายชำระหนี้สินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน และจ่ายชำระคืนหนี้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ทั้งนี้ แม้ว่ากระแสเงินสดสุทธิของบริษัทจะลดลง แต่ไม่มีผลกระทบกับสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทแต่อย่างใด



อัตราส่วนสภาพคล่องที่สำคัญ

	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.71	1.53	1.58
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.95	1.03	1.06

อัตราสภาพคล่องของบริษัทในปี 2549 มีค่าไม่แตกต่างจากปีก่อน อัตราส่วนดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงสภาพคล่องที่ค่อนข้างสูงของบริษัท

แหล่งที่มาของเงินทุน

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีหนี้สินจำนวน 997.6 ล้านบาท ในขณะที่ปี 2548 มีหนี้สินจำนวน 905.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 10.2 โดยหนี้สินส่วนใหญ่เกิดจากการดำเนินงานตามปกติ และการขยายการลงทุนของบริษัทในระหว่างปี

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 1,134.4 ล้านบาท ในขณะที่ปี 2548 มีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 956.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 18.7 เกิดจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสม ซึ่งเกิดจากผลการดำเนินงานในปี 2549 ที่มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 135.7

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.70	0.95	0.88

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงจากปีก่อนเพียงเล็กน้อย แสดงให้เห็นว่าแหล่งที่มาของเงินทุนของบริษัทส่วนใหญ่ยังคงมาจากการดำเนินงานของบริษัท มากกว่าการกู้ยืมเงินจากภายนอก

ปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะการเงินในอนาคต

- ไม่มี -



ค่าบริการวิชาชีพ

ก) ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี (Audit Fee)

กลุ่มบริษัทจ่ายค่าตอบแทนการสอบบัญชี สำหรับปี 2549 เป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 2.5 ล้านบาท

ข) บริการอื่น (Non-Audit Fee)

ไม่มี

งบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548
บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

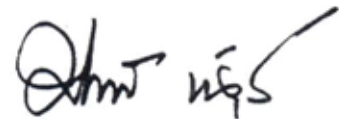
รายงานของผู้นสอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอพื้กัอู่ห้บรืษั การ์เอส จํกัถ (มหษณ)

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบดุลรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 งบกำไรขาดทุนรวม งบแสดงการเปลี่ยนแปลง ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม และงบกระแสเงินสดรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และได้ตรวจสอบงบดุล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 งบกำไรขาดทุน งบแสดงการเปลี่ยนแปลง ส่วนของผู้ถือหุ้น และงบกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน เฉพาะของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้บริหารของกิจการเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลในงบการเงินเหล่านี้ ส่วนข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบในการรายงานต่อการเงินดังกล่าวจากผลการตรวจสอบของข้าพเจ้า งบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 ของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และงบการเงินเฉพาะของบริษัทสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีเดียวกันที่นำมาแสดงเปรียบเทียบตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีอื่น ซึ่งได้แสดงความเห็นไว้อย่างไม่มีเงื่อนไข ตามรายงานลงวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2549

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีที่รับรองทั่วไป ซึ่งกำหนดให้ข้าพเจ้าต้องวางแผน และปฏิบัติตามเพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างมีเหตุผลว่างบการเงินแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ การตรวจสอบรวมถึงการใช้วิธีการทดสอบหลักฐานประกอบรายการทั้งที่เป็นจำนวนเงินและการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงิน การประเมินความเหมาะสมของหลักการบัญชีที่กิจการใช้และประมาณการเกี่ยวกับรายการทางการเงินที่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งผู้บริหารเป็นผู้จัดทำขึ้น ตลอดจนการประเมินถึงความเหมาะสมของการแสดงรายการที่นำเสนอในงบการเงินโดยรวม ข้าพเจ้าเชื่อว่าการตรวจสอบดังกล่าวให้ข้อสรุปที่เป็นเกณฑ์อย่างเหมาะสมในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าเห็นว่า งบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน ของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป



(นายประวิทย์ วิวรรณธนาบุตร)
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 4917
บริษัท เอเอ็นเอส ออดิท จำกัด
กรุงเทพฯ 14 กุมภาพันธ์ 2550



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบดุล
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548

หมายเหตุ		บาท			
		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะของบริษัท	
		2549	2548	2549	2548
สินทรัพย์	3				
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด		149,334,093	226,783,864	88,848,211	95,235,255
ลูกหนี้การค้า - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	4,5	-	-	490,152,774	385,246,113
ลูกหนี้การค้า - อื่น ๆ สุทธิ	5	816,050,387	670,409,287	358,918,000	204,440,834
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	4	-	-	177,733,988	209,177,988
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	4,6	141,757,004	259,018,840	79,421,932	152,105,644
รายได้ค้างรับ	4	162,359,939	59,983,018	149,045,913	52,301,816
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	4,7	252,713,429	165,897,605	92,182,901	103,494,871
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		1,522,214,852	1,382,092,614	1,436,303,719	1,202,002,521
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
เงินลงทุนในบริษัทย่อย	8	-	-	494,215,006	346,462,063
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ	9	291,169,691	357,095,635	131,781,982	75,071,854
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ	10	260,626,393	74,311,353	70,417,490	49,382,559
ค่าความนิยม(ติดลบ)	4	45,743	(9,110,478)	-	-
ภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่าย		56,607,204	54,686,514	28,940,987	25,125,480
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น		1,267,579	2,252,616	900	96,355
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		609,716,610	479,235,640	725,356,365	496,138,311
รวมสินทรัพย์		2,131,931,462	1,861,328,254	2,161,660,084	1,698,140,832



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบดุล
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548

หมายเหตุ	บาท			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะของบริษัท	
	2549	2548	2549	2548
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3			
หนี้สินหมุนเวียน				
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้น				
จากสถาบันการเงิน	11	158,989,133	160,000,000	85,000,000
เจ้าหนี้การค้า - กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	4	-	-	235,066,444
เจ้าหนี้การค้า - อื่น ๆ		268,017,177	309,648,870	174,028,058
เจ้าหนี้อื่น	4	25,978,278	17,230,791	18,599,891
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	13	6,845,427	-	3,985,327
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	4	-	-	35,800,000
รายได้รับล่วงหน้า	4	85,349,207	108,097,966	45,997,750
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย		336,863	1,972,866	-
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	4	183,577,879	86,940,585	146,027,481
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	12	233,583,984	220,943,810	176,678,784
รวมหนี้สินหมุนเวียน		962,677,948	904,834,888	921,183,735
หนี้สินไม่หมุนเวียน				
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน	13	32,871,369	-	20,814,887
ผลขาดทุนส่วนล่าช้าเงินลงทุน	8	-	-	110,064,510
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น		2,014,967	516,355	155,474
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		34,886,336	516,355	131,034,871
รวมหนี้สิน		997,564,284	905,351,243	1,052,218,606
ส่วนของผู้ถือหุ้น				
ทุนเรือนหุ้น	15			
ทุนจดทะเบียน				
หุ้นสามัญ 700,000,000 หุ้น				
มูลค่าหุ้นละ 1 บาท ในปี 2549				
และ 145,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 5 บาท ในปี 2548		700,000,000	725,000,000	700,000,000
ทุนที่ออก-หุ้นสามัญ 700,000,000 หุ้น ในปี 2549 และ 140,000,000 หุ้น ในปี 2548				
ชำระเต็มมูลค่าแล้ว		700,000,000	700,000,000	700,000,000
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	16	297,522,590	607,516,239	297,522,590
ส่วนเกินทุนอื่น	16	409,440	409,440	409,440
กำไร(ขาดทุน)สะสม				
จัดสรร-สำรองตามกฎหมาย	16	5,575,472	5,400,000	5,575,472
ที่ยังไม่ได้จัดสรร	16	105,933,976	(358,546,903)	105,933,976
รวมส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่		1,109,441,478	954,778,776	1,109,441,478
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย		24,925,700	1,198,235	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		1,134,367,178	955,977,011	954,778,776
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		2,131,931,462	1,861,328,254	2,161,660,084



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบกำไรขาดทุน
สำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548

		บาท			
		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะของบริษัท	
หมายเหตุ		2549	2548	2549	2548
รายได้	3,4				
รายได้จากการขายสินค้า		751,344,254	797,844,640	107,511	1,586,309
รายได้ค่าลิขสิทธิ์เพลงและอื่นๆ		478,087,572	451,427,610	763,943,955	661,228,350
รายได้จากการรับจ้างผลิต		421,971,356	313,215,904	369,385,682	235,556,304
รายได้ภาพยนตร์		123,307,005	102,801,407	123,307,005	102,801,407
รายได้จัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด		319,118,234	228,768,773	317,842,970	221,739,864
รายได้จากการขายโฆษณา		953,580,885	774,358,675	506,491,968	391,287,467
รายได้ค่าบริการ		24,196,765	54,534,553	73,344,407	72,077,962
รายได้อื่น		59,475,970	24,417,571	24,068,541	11,387,297
ค่าความนิยมตัดบัญชี	3	9,156,222	441,490	-	-
ส่วนแบ่งกำไรในบริษัทย่อย		-	-	56,430,791	-
รวมรายได้		3,140,238,263	2,747,810,623	2,234,922,830	1,697,664,960
ต้นทุนและค่าใช้จ่าย	3,4				
ต้นทุนขายและผลิต		2,231,446,559	2,012,706,457	1,707,759,319	1,398,572,420
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		727,187,444	1,108,010,725	349,580,023	532,313,506
ส่วนแบ่งขาดทุนในบริษัทย่อย		-	-	-	167,496,655
ค่าตอบแทนกรรมการ		925,000	920,000	925,000	920,000
รวมต้นทุนและค่าใช้จ่าย		2,959,559,003	3,121,637,182	2,058,264,342	2,099,302,581
กำไร(ขาดทุน)ก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้		180,679,260	(373,826,559)	176,658,488	(401,637,621)
ดอกเบี้ยจ่าย		11,237,738	6,535,106	8,724,999	3,024,923
ภาษีเงินได้	3	16,717,864	52,723,506	13,270,787	28,453,500
กำไร(ขาดทุน)สุทธิหลังดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้		152,723,658	(433,085,171)	154,662,702	(433,116,044)
ขาดทุน(กำไร)สุทธิในส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย		1,939,044	(30,873)	-	-
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ		154,662,702	(433,116,044)	154,662,702	(433,116,044)
กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	3	0.22	(0.62)	0.22	(0.62)



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น
สำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548

หมายเหตุ	บาท						
	งบการเงินรวม						
	หุ้นสามัญที่ออก และชำระแล้ว	ส่วนเกิน มูลค่าหุ้น	ส่วนเกินทุนอื่น	กำไร(ขาดทุน)สะสม		ส่วนของผู้ ถือหุ้นส่วนน้อย	รวม
				จัดสรรแล้ว	ยังไม่ได้จัดสรร		
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2548	700,000,000	607,516,239	-	5,400,000	74,569,141	326,957	1,387,812,337
ส่วนเกินทุนจากการเปลี่ยนสัดส่วน							
การถือหุ้นในบริษัทย่อย	16	-	-	409,440	-	-	409,440
ลงทุนเพิ่มในบริษัทย่อย		-	-	-	-	840,405	840,405
ขาดทุนสุทธิ		-	-	-	(433,116,044)	30,873	(433,085,171)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548	700,000,000	607,516,239	409,440	5,400,000	(358,546,903)	1,198,235	955,977,011
โอนส่วนเกินมูลค่าหุ้นและสำรอง							
ตามกฎหมายล้างขาดทุนสะสม	15	-	(309,993,649)	-	(5,400,000)	315,393,649	-
ลงทุนเพิ่มในบริษัทย่อย		-	-	-	-	25,666,509	25,666,509
สำรองตามกฎหมาย	16	-	-	5,575,472	(5,575,472)	-	-
กำไรสุทธิ		-	-	-	154,662,702	(1,939,044)	152,723,658
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549	700,000,000	297,522,590	409,440	5,575,472	105,933,976	24,925,700	1,134,367,178

หมายเหตุ	บาท					
	งบการเงินเฉพาะบริษัท					
	หุ้นสามัญที่ออก และชำระแล้ว	ส่วนเกิน มูลค่าหุ้น	ส่วนเกินทุนอื่น	กำไร(ขาดทุน)สะสม		รวม
				จัดสรรแล้ว	ยังไม่ได้จัดสรร	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2548	700,000,000	607,516,239	-	5,400,000	74,569,141	1,387,485,380
ส่วนเกินทุนจากการเปลี่ยนสัดส่วน						
การถือหุ้นในบริษัทย่อย	16	-	-	409,440	-	409,440
ขาดทุนสุทธิ		-	-	-	(433,116,044)	(433,116,044)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548	700,000,000	607,516,239	409,440	5,400,000	(358,546,903)	954,778,776
โอนส่วนเกินมูลค่าหุ้นและสำรอง						
ตามกฎหมายล้างขาดทุนสะสม	15	-	(309,993,649)	-	(5,400,000)	315,393,649
สำรองตามกฎหมาย	16	-	-	5,575,472	(5,575,472)	-
กำไรสุทธิ		-	-	-	154,662,702	154,662,702
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549	700,000,000	297,522,590	409,440	5,575,472	105,933,976	1,109,441,478



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบกระแสเงินสด
สำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548

	บาท			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะของบริษัท	
	2549	2548	2549	2548
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน				
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	154,662,703	(433,116,044)	154,662,703	(433,116,044)
ปรับกระทบกำไร(ขาดทุน)สุทธิเป็นเงินสดรับ(จ่าย)				
จากกิจกรรมดำเนินงาน				
ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดบัญชี	130,107,854	131,815,998	60,987,941	40,695,596
ค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญและภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายตัดจ่าย	17,916,934	38,835,722	1,689,416	5,978,804
ส่วนแบ่ง(กำไร)ขาดทุนในบริษัทย่อย	-	-	(56,430,791)	167,496,655
กำไร(ขาดทุน)สุทธิในส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	(1,939,044)	30,873	-	-
ค่าความนิยมตัดบัญชี	(9,156,222)	(441,490)	-	-
ค่าเพื่อสินค้าเสื่อมสภาพ (กลับรายการ)	5,509,453	115,932,770	6,309,030	(1,223,890)
ค่าเพื่อการรับคืนสินค้า (กลับรายการ)	(59,444,603)	79,655,538	(14,239,958)	31,317,221
ค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์	11,859,919	207,015,920	10,866,732	209,185,211
ค่าเพื่อการด้อยค่าเงินลงทุนระยะยาวอื่น	-	559,200	-	559,200
กำไรจากการขายเงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	(1,052,671)	-	(1,052,671)
(กำไร)ขาดทุนจากการขายและตัดจำหน่ายอุปกรณ์	(9,579,810)	2,811,717	(1,195,180)	875,155
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลง				
ในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	239,937,184	142,047,533	162,649,893	20,715,237
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์ดำเนินงาน(เพิ่มขึ้น)ลดลง				
ลูกหนี้การค้า	(160,855,397)	(25,744,565)	(261,343,811)	218,336,128
สินค้าคงเหลือ	111,802,643	146,719,924	66,374,681	82,345,708
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	(97,640,417)	(9,739,388)	(83,558,120)	(38,828,827)
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(190,897,999)	(64,688,264)	(52,235,835)	(66,392,305)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(7,578,433)	(13,677,050)	(3,720,053)	(2,065,341)
การเปลี่ยนแปลงในหนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น(ลดลง)				
เจ้าหนี้การค้า	(41,631,693)	33,981,626	151,085,835	9,862,438
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	85,999,461	(19,320,390)	95,532,953	(32,603,457)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	1,498,612	291,694	6,355	12,958
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	(59,366,039)	189,871,120	74,791,898	191,382,539



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบกระแสเงินสด (ต่อ)
สำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548

	บาท			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะของบริษัท	
	2549	2548	2549	2548
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน				
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกันเพิ่มขึ้น	-	-	(97,200,000)	(178,389,988)
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกันลดลง	-	-	128,644,000	60,444,077
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นอื่นเพิ่มขึ้น	(4,875,927)	-	(1,854,689)	-
เงินลงทุนในบริษัทย่อยเพิ่มขึ้น	-	-	(130,100,000)	(800,300)
เงินสดรับจากการขายเงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	3,660,721	-	4,550,709
เงินสดรับจากการลงทุนของบริษัทย่อย	-	-	23,250,000	-
ซื้อสินทรัพย์ถาวร	(42,883,380)	(68,035,215)	(64,377,195)	(25,080,437)
เงินสดรับจากการขายสินทรัพย์	28,200,076	10,790,277	1,607,247	653,042
เงินปันผลรับจากบริษัทย่อย	-	-	82,049,000	980,000
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(19,559,231)	(53,584,217)	(57,981,637)	(137,642,897)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน				
เงินเบิกเกินบัญชีธนาคารเพิ่มขึ้น	3,989,133	-	-	-
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น	210,000,000	78,000,000	200,000,000	40,000,000
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินลดลง	(215,000,000)	(226,000,000)	(185,000,000)	(135,000,000)
จ่ายชำระหนี้สินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน	(6,018,097)	-	(3,997,305)	-
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันเพิ่มขึ้น(ลดลง)	-	-	(34,200,000)	50,400,000
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเพิ่มขึ้น	2,950,000	1,200,000	-	-
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน	(4,078,964)	(146,800,000)	(23,197,305)	(44,600,000)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดสุทธิเพิ่มขึ้น(ลดลง)	(83,004,234)	(10,513,097)	(6,387,044)	9,139,642
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	226,783,864	240,077,946	95,235,255	86,095,613
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดของบริษัทย่อย	5,554,463	(2,780,985)	-	-
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดสิ้นปี	149,334,093	226,783,864	88,848,211	95,235,255
ข้อมูลกระแสเงินสดเปิดเผยเพิ่มเติม				
1. เงินสดจ่ายระหว่างปี				
ดอกเบี้ยจ่าย	13,822,959	6,285,076	8,632,103	3,001,208
ภาษีเงินได้	73,254,236	21,716,287	44,975,809	-
2. รายการที่ไม่ใช่เงินสดในระหว่างปี				
บริษัทได้ซื้อยานพาหนะราคาทุน จำนวนเงิน 31.93 ล้านบาท และเครื่องถ่ายเอกสารราคาทุน จำนวนเงิน 0.35 ล้านบาท				
จ่ายชำระด้วยการแลกกับบริการของบริษัท จำนวนเงิน 4.35 ล้านบาท และจ่ายชำระเป็นเงินสด จำนวนเงิน 1.21 ล้านบาท				
ส่วนที่เหลือ จำนวนเงิน 26.72 ล้านบาททำสัญญาเช่าทางการเงิน				



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
สำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548

1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) “บริษัท” เป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นในประเทศไทย และที่อยู่จดทะเบียนตั้งอยู่เลขที่ 419/1 ซอยลาดพร้าว 15 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

บริษัท อาร์.เอส.โปรโมชั่น จำกัด (มหาชน) ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2548

บริษัทและบริษัทย่อย (รวมกันเรียกว่า “กลุ่มบริษัท”) ดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงเต็มรูปแบบ ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลักได้แก่ ธุรกิจเพลง ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ ธุรกิจผลิตภาพยนตร์ ละคร และรายการโทรทัศน์ และธุรกิจอื่นที่สนับสนุนธุรกิจหลักของกลุ่ม

2 หลักเกณฑ์ในการจัดทำงบการเงิน

งบการเงินของบริษัทได้จัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปที่ใช้ในประเทศไทย

งบการเงินปี 2548 ได้จัดประเภทรายการใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับงบการเงินปี 2549

งบการเงินของบริษัทได้จัดทำเป็นภาษาไทยและมีหน่วยเงินตราเป็นบาท ซึ่งการจัดทำงบการเงินดังกล่าวเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดทำรายงานในประเทศ เพื่อความสะดวกของผู้อ่านงบการเงินที่ไม่คุ้นเคยกับภาษาไทย บริษัทได้จัดทำงบการเงินฉบับภาษาอังกฤษขึ้นโดยแปลจากงบการเงินฉบับภาษาไทย

งบการเงินรวมของบริษัท ประกอบด้วยงบการเงินของบริษัท และบริษัทย่อย (รวมกันเรียกว่า “กลุ่มบริษัท”) ซึ่งบริษัทมีอำนาจควบคุมหรือถือหุ้นเกินกว่าร้อยละห้าสิบของหุ้นที่มีสิทธิ์ออกเสียงในบริษัทย่อยดังกล่าว รายละเอียดบริษัทย่อยของบริษัทมีดังต่อไปนี้

บริษัทย่อย	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนความเป็นเจ้าของ	
		2549	2548
1. บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	จัดจำหน่ายเทป ซีดี วีซีดี ดีวีดี	100	100
2. บริษัท บลูเพอร์รี่ จำกัด	ออกแบบงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก	100	100
3. บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	ผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์	76	76
ถือหุ้นทางอ้อมโดยบริษัท โฟเอม่า จำกัด			
4. บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
5. บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	หยุดดำเนินการ	76	76
6. บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลง	100	100
7. บริษัท ซาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
8. บริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนต์ จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
9. บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	ผลิตรายการวิทยุ	100	100
10. บริษัท โฟเอม่า จำกัด	ผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์	100	100
11. บริษัท เรด ดรามา จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
12. บริษัท อะลาติน แฮส จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
13. บริษัท อาร์.เอส.เทลวิชั่น จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
14. บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
15. บริษัท อวอง จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
16. บริษัท อาร์ เอส फिल्म แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
17. บริษัท फिल्मเชิร์ฟ จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
18. บริษัท นาคาเซีย จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
19. บริษัท อาร์. เอส. สตูดิโอ จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
20. บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	หยุดดำเนินการ	100	100
21. บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	ผลิตและรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์	76	76
22. บริษัท อาร์เอสไอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	ผลิตและรับจ้างจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ	63	-
23. บริษัท อาร์เอส อินเทอร์เน็ต แอนด์ สปอร์ต แมนเนจเม้นท์ จำกัด	ให้บริการและรับจ้างจัดกิจกรรมด้านการกีฬา	50	-

รายการที่มีนัยสำคัญระหว่างบริษัทกับบริษัทย่อยได้ถูกตัดรายการในการทางการเงินรวม

3. นโยบายการบัญชีที่สำคัญ

เกณฑ์ในการทำการเงินรวม

บริษัทย่อย

บริษัทย่อยเป็นกิจการที่อยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัท การควบคุมเกิดขึ้นเมื่อบริษัทมีอำนาจควบคุมทั้งทางตรงหรือทางอ้อมในการกำหนดนโยบายทางการเงินและการดำเนินงานของบริษัทนั้น เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์จากกิจกรรมของบริษัทย่อย งบการเงินของบริษัทย่อยได้รวมอยู่ในงบการเงินรวม นับแต่วันที่มีการควบคุมจนถึงวันที่การควบคุมสิ้นสุดลง

การรับรู้รายได้

รายได้ที่รับรู้ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มหรือภาษีขายอื่นๆ และแสดงสุทธิจากส่วนลดการค้า

บริษัทบันทึกบัญชีรายได้โดยถือเกณฑ์คงค้าง

1. รายได้จากการจำหน่ายสินค้า

รายได้จากการจำหน่ายสินค้า แสดงมูลค่าตามราคาในใบกำกับสินค้าที่ได้ส่งมอบหลังจากหักสินค้ารับคืนและส่วนลดแล้ว

รายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ แสดงมูลค่าตามราคาในใบแจ้งหนี้ของสินค้าที่ได้ส่งมอบแล้ว หลังจากหักสินค้ารับคืน และส่วนลดแล้ว

2. รายได้ค่าลิขสิทธิ์

รายได้ค่าลิขสิทธิ์ รับรู้เป็นรายได้เมื่อมีการส่งมอบรายได้จากการขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ รับรู้เป็นรายได้ตามรายละเอียดที่ระบุในสัญญา และ/หรือวันที่ให้สิทธิในภาพยนตร์นั้น

3. รายได้จากการรับจ้างผลิต

รายได้จากการรับจ้างผลิตละคร รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์โฆษณา และรับจ้างผลิตอื่นๆ รับรู้เป็นรายได้เมื่อมีการส่งมอบงานที่แล้วเสร็จ หรือรับรู้ตามสัดส่วนที่งานให้บริการเสร็จแล้วแต่ประเภทของรายได้จากการรับจ้างผลิต

4. รายได้ภาพยนตร์

รายได้จากเครื่องเล่น เป็นรายได้ค่าผ่านประตู ซึ่งแบ่งระหว่างเจ้าของโรงภาพยนตร์กับกลุ่มบริษัทจะถือเป็นรายได้ตามวันที่ฉายภาพยนตร์ รายได้จากสายหนัง รับรู้เป็นรายได้ตามวันที่ฉายภาพยนตร์

5. รายได้จัดคอนเสิร์ตและกิจการการตลาด

รายได้จัดคอนเสิร์ตและกิจการการตลาด เป็นรายได้จากการรับจ้างจัดคอนเสิร์ตและการแสดง และกิจการการตลาด รับรู้เป็นรายได้เมื่อมีการส่งมอบงานที่แล้วเสร็จ หรือรับรู้ตามสัดส่วนที่งานให้บริการเสร็จแล้ว แต่ประเภทของรายได้คอนเสิร์ตและกิจการการตลาด

6. รายได้จากการขายโฆษณา

รายได้จากการขายโฆษณา เป็นรายได้จากการขายสื่อโฆษณา ได้แก่สื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และสื่ออื่นๆ ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาในใบแจ้งหนี้ของบริการหลังจากหักส่วนลด โดยจะรับรู้เป็นรายได้เมื่อได้ให้บริการแล้ว

7. รายได้ค่าบริการ

รายได้ค่าบริการ รับรู้เป็นรายได้เมื่อได้ให้บริการแล้ว

8. ดอกเบี้ยรับและเงินปันผลรับ

ดอกเบี้ยรับบันทึกในงบกำไรขาดทุนตามเกณฑ์คงค้าง เงินปันผลรับบันทึกในงบกำไรขาดทุนในวันที่ กลุ่มบริษัทมีสิทธิได้รับเงินปันผล

การรับรู้ค่าใช้จ่าย

สัญญาเช่าดำเนินการ

รายจ่ายภายใต้สัญญาเช่าดำเนินการบันทึกในงบกำไรขาดทุนโดยวิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า ประโยชน์ที่ได้รับตามสัญญาเช่าจะรับรู้ในงบกำไรขาดทุนเป็นส่วนหนึ่งของค่าเช่าทั้งสิ้นตามสัญญา

ค่าใช้จ่ายอื่น

ค่าใช้จ่ายบันทึกตามเกณฑ์คงค้าง

ดอกเบี้ยจ่ายและค่าใช้จ่ายในทำนองเดียวกันบันทึกในงบกำไรขาดทุนในงวดที่ค่าใช้จ่ายดังกล่าวเกิดขึ้น

เงินตราต่างประเทศ

รายการบัญชีที่เป็นเงินตราต่างประเทศ

รายการบัญชีที่เป็นเงินตราต่างประเทศแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการ

สินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นตัวเงินและเป็นเงินตราต่างประเทศ ณ วันที่ในงบดุล แปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันนั้น กำไรหรือขาดทุนจากการแปลงค่าจะบันทึกในงบกำไรขาดทุน

สินทรัพย์และหนี้สินที่ไม่เป็นตัวเงินซึ่งเกิดจากรายการบัญชีที่เป็นเงินตราต่างประเทศและบันทึกตามเกณฑ์ราคาทุนเดิม แปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการ

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดประกอบด้วย ยอดเงินสด ยอดเงินฝากธนาคารประเภทเพื่อเรียก และเงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูง

ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ

บริษัทจะตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเท่ากับจำนวนหนี้ที่คาดว่าจะเก็บเงินไม่ได้ โดยประมาณจากประสบการณ์ในการเก็บหนี้ และการวิเคราะห์ฐานะการเงินของลูกค้าหนี้แต่ละราย

สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือแสดงในราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่าสินค้าสำเร็จรูปประเภทเพปชีดี วิชีดี ดีวีดี วัตถุดิบและอื่น ๆ แสดงในราคาทุนตามวิธีเข้าก่อน-ออกก่อน ภาพยนตร์ ละคร หนังสือและอื่น ๆ แสดงในราคาทุนประกอบด้วยต้นทุนการผลิตทางตรง การถ่ายทำ และค่าใช้จ่ายในการผลิตอื่น มูลค่าสุทธิที่จะได้รับเป็นการประมาณราคาที่จะขายได้จากการดำเนินธุรกิจปกติหักด้วยค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการขาย บริษัทตั้งค่าเพื่อการลดมูลค่า สำหรับสินค้าที่เสื่อมคุณภาพ เสียหาย และล้าสมัย

เงินลงทุน

เงินลงทุนในบริษัทย่อย

เงินลงทุนในบริษัทย่อย ในงบการเงินเฉพาะบริษัท บันทึกบัญชีโดยใช้วิธีส่วนได้เสีย

เงินลงทุนในบริษัทอื่นบันทึกบัญชีในราคาทุนหักขาดทุนจากการด้อยค่า

ในกรณีที่กลุ่มบริษัทจำหน่ายบางส่วนของเงินลงทุนที่ถืออยู่ การคำนวณต้นทุนสำหรับเงินลงทุนที่จำหน่ายไป และเงินลงทุนที่ยังถืออยู่ใช้วิธีถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ แสดงในราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม ค่าเสื่อมราคาคำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามเกณฑ์อายุการใช้งานโดยประมาณของสินทรัพย์ ดังนี้

	จำนวนปี
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	20 ปี ตามอายุสัญญาเช่าที่ดิน
เครื่องจักรและอุปกรณ์	5 - 10 ปี
เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	5 - 10 ปี
ยานพาหนะ	5 ปี

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ค่าความนิยม

ค่าความนิยมจากการรวมธุรกิจ ได้แก่ ต้นทุนการได้มาซึ่งเงินลงทุนที่สูงกว่ามูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิที่ได้มาจากการลงทุนในหุ้นของกลุ่มบริษัท ค่าความนิยมติดลบจากการรวมธุรกิจได้แก่มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิของหุ้นที่ซื้อโดยกลุ่มบริษัทในส่วนที่เกินกว่าต้นทุนการได้มาซึ่งเงินลงทุน

ค่าความนิยมและค่าความนิยมติดลบแสดงในราคาทุนหักด้วยค่าตัดจำหน่ายสะสมและขาดทุนจากการด้อยค่า ในงบการเงินเฉพาะบริษัท ค่าความนิยมและค่าความนิยมติดลบที่เกิดจากการซื้อหุ้นในบริษัทย่อยได้รวมไว้ในเงินลงทุน

ค่าความนิยมส่วนที่ยังไม่ตัดจำหน่ายของเงินลงทุนที่ได้จำหน่ายออกไปได้รวมในกำไรหรือขาดทุนจากการขายเงินลงทุนนั้นในงบการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 ค่าความนิยมประกอบด้วย

	บาท					
	งบการเงินรวม					
	ค่าความนิยม		ค่าความนิยมติดลบ		รวม	
	2549	2548	2549	2548	2549	2548
ยอดคงเหลือต้นปี	20,021,259	28,430,021	(29,131,737)	(37,981,989)	(9,110,478)	(9,551,968)
เพิ่มขึ้นระหว่างปี	-	-	-	-	-	-
ตัดจ่ายระหว่างปี	(2,396,313)	(8,408,762)	11,552,535	8,850,252	9,156,222	441,490
ยอดคงเหลือปลายปี	17,624,946	20,021,259	(17,579,202)	(29,131,737)	45,744	(9,110,478)

คำตัดจำหน่าย

คำตัดจำหน่ายบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุน คำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามเกณฑ์ระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนแต่ละประเภท ค่าความนิยมและค่าความนิยมติดลบ จะถูกตัดจำหน่ายตามระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจแสดงได้ดังนี้

- | | | |
|---------------------|----|----|
| 1. ค่าความนิยมติดลบ | 20 | ปี |
| 2. ค่าความนิยม | 20 | ปี |

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น ๆ

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น ๆ ที่กลุ่มบริษัทซื้อมาแสดงในราคาทุน หักคำตัดจำหน่ายสะสมและขาดทุนจากการด้อยค่า

- ลิขสิทธิ์มาสเตอร์เทปเพลง

บริษัทบันทึกต้นทุนลิขสิทธิ์มาสเตอร์เทปเพลงโดยใช้ราคาทุน ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตมาสเตอร์

บริษัทตัดจำหน่ายต้นทุนลิขสิทธิ์มาสเตอร์เทปเพลงเป็นต้นทุนในงบกำไรขาดทุนโดยวิธีเส้นตรง ตั้งแต่วันที่เริ่มวางแผนเป็นระยะเวลา 10 ปี

- ลิขสิทธิ์ละคร

บริษัทบันทึกต้นทุนลิขสิทธิ์ละครโดยใช้ราคาทุน ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตละครและตัดจำหน่ายต้นทุนลิขสิทธิ์ละครเป็นต้นทุนในงบกำไรขาดทุน ดังนี้

ก่อนไตรมาสที่ 3 ปี 2547 ร้อยละ 80 ระหว่างช่วงที่ละครออกอากาศจนจบเรื่องเป็นครั้งแรก และร้อยละ 20 ของที่เหลือโดยวิธีเส้นตรง เป็นเวลา 5 ปี นับจากวันที่ละครออกอากาศจบเรื่องเป็นครั้งแรก ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2547 ร้อยละ 100 สำหรับละครใหม่ที่เริ่มออกอากาศตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2547 เป็นต้นไป

- ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์

บริษัทบันทึกต้นทุนลิขสิทธิ์ภาพยนตร์โดยใช้ราคาทุน ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิต และถ่ายทำภาพยนตร์

ก่อนไตรมาสที่ 3 ปี 2548 บริษัทตัดจำหน่ายต้นทุนลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เป็นต้นทุนภายในระยะเวลา 10 ปี โดยตัดจ่ายดังนี้

ปีที่ 1 ตัดจ่ายร้อยละ 60 ของมูลค่าลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ ตามอัตราส่วนของรายได้จากการประมาณการ
ปีที่ 2 ถึง 10 ตัดจ่ายส่วนที่เหลือร้อยละ 40 ของมูลค่าลิขสิทธิ์ภาพยนตร์โดยวิธีเส้นตรง

ตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2548 บริษัทเปลี่ยนแปลงนโยบายบัญชีเกี่ยวกับการบันทึกต้นทุนภาพยนตร์เป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุนตามรายได้หลักสำหรับภาพยนตร์

- ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์และลิขสิทธิ์อื่น

บริษัทบันทึกต้นทุนลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์และลิขสิทธิ์อื่น โดยใช้ราคาทุน ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์

บริษัทตัดจำหน่ายต้นทุนลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ และต้นทุนลิขสิทธิ์อื่นเป็นต้นทุนในงบกำไรขาดทุน โดยวิธีเส้นตรง 3-10 ปี

การด้อยค่า

ยอดสินทรัพย์คงเหลือตามบัญชีของกลุ่มบริษัท ได้รับการทบทวน ณ ทุกวันที่ในงบดุลว่ามีข้อบ่งชี้เรื่องการด้อยค่าหรือไม่ ในกรณีที่ข้อบ่งชี้จะทำการประมาณมูลค่าสินทรัพย์ที่คาดว่าจะได้รับคืน

การรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่า เมื่อมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ หรือมูลค่าตามบัญชีของหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสด สูงกว่ามูลค่าที่จะได้รับคืน ขาดทุนจากการด้อยค่าบันทึกในงบกำไรขาดทุน

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น (รวมยอดคงเหลือกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน) แสดงในราคาทุน

ผลประโยชน์พนักงาน

กลุ่มบริษัทไม่บันทึกค่าใช้จ่ายหรือหนี้สินเมื่อมีการออกสิทธิให้เลือกซื้อหุ้นภายใต้แผนการให้ประโยชน์แก่พนักงาน เมื่อพนักงานใช้สิทธิการเลือกซื้อหุ้น ส่วนของผู้ถือหุ้นจะเพิ่มขึ้นเท่ากับจำนวนเงินที่ได้รับจากการใช้สิทธิของพนักงาน

ประมาณการหนี้สิน

ประมาณการหนี้สินจะรับรู้ในงบดุลก็ต่อเมื่อกลุ่มบริษัทมีภาระหนี้สินเกิดขึ้นจากข้อพิพาททางกฎหมายหรือภาระผูกพันซึ่งเป็นผลมาจากเหตุการณ์จากอดีต และมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนว่าประโยชน์เชิงเศรษฐกิจจะต้องถูกจ่ายไปเพื่อชำระภาระหนี้สินดังกล่าว โดยจำนวนภาระหนี้สินดังกล่าวสามารถประมาณจำนวนเงินได้อย่างน่าเชื่อถือ ถ้าผลกระทบดังกล่าวเป็นนัยสำคัญ ประมาณการกระแสเงินสดที่จะจ่ายในอนาคตจะคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันโดยใช้อัตราคิดลดในตลาดปัจจุบันก่อนคำนึงภาษีเงินได้ เพื่อให้สะท้อนมูลค่าที่อาจประเมินได้ในตลาดปัจจุบันซึ่งแปรไปตามเวลาและความเสี่ยงที่มีต่อหนี้สิน

ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้นิติบุคคลคำนวณขึ้นจากกำไรสุทธิสำหรับปีหลังบวกกลับด้วยค่าใช้จ่ายที่ไม่อนุญาตให้ถือเป็นรายจ่ายในการคำนวณภาษี

กำไร(ขาดทุน) ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน

ในปี 2549 กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานคำนวณโดยหารกำไรสุทธิประจำงวดด้วยจำนวนหุ้นสามัญที่ออกจำหน่ายแล้วในระหว่างงวด โดยได้มีการปรับจำนวนหุ้นสามัญตามสัดส่วนที่เปลี่ยนไปของจำนวนหุ้นสามัญที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงราคาหุ้นที่ตราไว้ตามที่กล่าวไว้ในหมายเหตุ 15

ในปี 2548 ขาดทุนต่อหุ้นขั้นพื้นฐานคำนวณใหม่โดยหารขาดทุนสุทธิประจำงวดด้วยจำนวนหุ้นสามัญที่ออกจำหน่ายแล้ว ณ วันสิ้นงวด โดยได้มีการปรับจำนวนหุ้นสามัญตามสัดส่วนที่เปลี่ยนไปของจำนวนหุ้นสามัญที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงราคาหุ้นที่ตราไว้ตามที่กล่าวไว้ในหมายเหตุ 15 เสมือนหนึ่งว่าได้ใช้มูลค่าที่ตราไว้ใหม่ตั้งแต่ต้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการเปรียบเทียบกับกำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้นในปี 2549

กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานสำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 คำนวณโดยใช้ราคาที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท สรุปได้ดังนี้



	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะของบริษัท	
	2549	2548	2549	2548
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ (บาท)	154,662,702	(433,116,044)	154,662,702	(433,116,044)
จำนวนหุ้นสามัญ (หุ้น)	700,000,000	700,000,000	700,000,00	700,000,000
กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาท)	0.22	(0.62)	0.22	(0.62)

4. รายการบัญชีกับบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

กิจการที่เกี่ยวข้องกันคือ กิจการที่เกี่ยวข้องกับบริษัทในกลุ่ม โดยการถือหุ้นหรือกรรมกร่วมกัน รายการกับกิจการที่เกี่ยวข้องกันกำหนดราคาจากราคาตลาดหรือราคาที่ได้ตกลงกันตามสัญญาในกรณีที่ไม่มีราคาตลาด ยอดคงเหลือที่เป็นสาระสำคัญ ณ วันที่ในงบดุล และรายการสำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 กับกิจการที่เกี่ยวข้องกันมีดังต่อไปนี้

	บาท	
	2549	2548
ลูกหนี้การค้า		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	431,218,205	337,112,215
บริษัท บลูเพอร์รี่ จำกัด	13,108	-
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	3,710,505	2,197,592
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	48,065,735	31,671,832
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	299,600	4,011,487
บริษัท จัดเก็บขยะสึทไทย จำกัด	734,437	119,075
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	2,736,565	5,869,748
บริษัท โพเอมา จำกัด	1,974,889	112,472
บริษัท อะลาดิน แฮ็ส จำกัด	-	35,378
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	-	82,358
บริษัท อวอง จำกัด	-	1,115,828
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	-	936,381
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	-	28,997
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	593,850	1,952,750
บริษัท อาร์เอส โอ-ดริม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	8,153	-
บริษัท อาร์เอส อินเตอร์เนชั่นแนล โปรดคาสติ้ง		
แอนด์ สปอร์ต แมนเนจเม้นท์ จำกัด	797,727	-
รวม	490,152,774	385,246,113



	บาท	
	2549	2548
เงินให้กู้ยืม		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	14,000,000	66,000,000
บริษัท บลูเพอร์รี่ จำกัด	7,856,000	10,000,000
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	-	31,200,000
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	-	15,000,000
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	7,200,000	10,000,000
บริษัท โพเอมา จำกัด	134,177,988	69,377,988
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด	14,500,000	7,600,000
รวม	177,733,988	209,177,988
รายการเคลื่อนไหวของเงินให้กู้ยืม		
ยอดยกมาต้นปี	209,177,988	91,232,077
เพิ่มขึ้นในระหว่างปี	97,200,000	178,390,000
จ่ายคืนระหว่างปี	(128,644,000)	(60,444,089)
ยอดคงเหลือปลายปี	177,733,988	209,177,988
สินค้าสำเร็จรูป		
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	249,143	-
บริษัท ฟิล์มเชิร์ฟ จำกัด	14,461,951	14,920,986
บริษัท อวอง จำกัด	1,002,516	2,159,130
บริษัท อาร์.เอส.สตูดิโอ จำกัด	69,901	-
รวม	15,783,511	17,080,116



บาท

	2549	2548
งานระหว่างทำ		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	20,000	-
บริษัท บลูเพอร์รี่ จำกัด	2,600,000	2,460,000
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	-	12,746
บริษัท ซาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	-	473,798
บริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนต์ จำกัด	-	452,965
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	-	300,240
บริษัท โพเอมา จำกัด	-	33,600
บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	-	150,000
บริษัท อะลาติน แฮร์รี่ จำกัด	-	2,724,600
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	6,144	1,088,879
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	400,000	1,329,000
บริษัท อวอง จำกัด	-	22,299,953
บริษัท อาร์ เอส फिल्म แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด	30,398,550	30,398,550
บริษัท फिल्मเชิร์ฟ จำกัด	-	50,000
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	-	25,380,361
บริษัท อาร์.เอส. สตูดิโอ จำกัด	529,930	1,311,120
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	54,900	54,900
บริษัท อาร์เอส ไอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	1,620,000	-
รวม	35,629,524	88,520,712
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า		
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	773,960	782,260
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	3,550,000	20,000
รวม	4,323,960	802,260
เงินทดรองจ่าย		
บริษัท อาร์เอส ไอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	674,716	-
รวม	674,716	-



บาท

	2549	2548
รายได้ค้างรับ		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	-	14,959
บริษัท บลูเพอร์รี่ จำกัด	2,466	1,280
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	-	43,238
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	45,863	23,356
บริษัท โพเอมา จำกัด	4,506,678	6,584
รวม	4,555,007	89,417
ลูกหนี้อื่น		
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	-	21,650,762
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	-	6,358,206
บริษัท โพเอมา จำกัด	77,961	-
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด	91,439	-
รวม	169,400	28,008,968
เจ้าหนี้การค้า		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	36,694,097	5,484,123
บริษัท บลูเพอร์รี่ จำกัด	11,097,429	2,727,800
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	22,417,288	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	35,336,877	1,913,813
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	20,526	129,155
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	3,075,216	2,352,378
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	81,396,608	1,347,864
บริษัท โพเอมา จำกัด	273,669	165,647
บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	3,822,413	-
บริษัท อะลาติน แฮลล์ จำกัด	7,858,663	8,009,626
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	4,934,919	32,842,990
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	261,267	9,478,207
บริษัท อวอง จำกัด	53,824	54,324
บริษัท ฟิล์มเชิร์ฟ จำกัด	61,082	-
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	5,368,546	9,007,317
บริษัท อาร์.เอส. สตูดิโอ จำกัด	22,044,723	8,770,460
บริษัท บางกอก ออริกานาเซอร์ จำกัด	349,297	1,031,014
รวม	235,066,444	83,314,718



บาท

เจ้าหนี้อื่น

บริษัท ฟิล์มเชิร์ฟ จำกัด

-

1,473,848

รวม

-

1,473,848

เงินกู้ยืม

บริษัท ซาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

5,800,000

12,000,000

บริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนต์ จำกัด

6,600,000

14,000,000

บริษัท เรด ดราม่า จำกัด

-

15,000,000

บริษัท อวอง จำกัด

6,300,000

4,000,000

บริษัท ฟิล์มเชิร์ฟ จำกัด

7,600,000

8,000,000

บริษัท นาคาเซีย จำกัด

3,500,000

-

บริษัท อาร์.เอส. สตูดิโอ จำกัด

4,500,000

-

บริษัท บางกอก ออริกานโซเรอร์ จำกัด

1,500,000

17,000,000

รวม

35,800,000

70,000,000

รายการเคลื่อนไหวของเงินกู้ยืม

ยอดยกมาต้นปี

70,000,000

19,600,000

เพิ่มขึ้นในระหว่างปี

22,300,000

53,000,000

จ่ายคืนระหว่างปี

(56,500,000)

(2,600,000)

ยอดคงเหลือปลายปี

35,800,000

70,000,000

รายได้รับล่วงหน้า

บริษัท เค.มาสเตอร์ จำกัด

664,545

-

บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด

14,499,890

9,847,677

รวม

15,164,435

9,847,677

ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย

บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด

20,622

-

บริษัท ซาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

28,718

28,027

บริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนต์ จำกัด

33,093

34,397

บริษัท อวอง จำกัด

34,903

-

บริษัท ฟิล์มเชิร์ฟ จำกัด

45,764

-

บริษัท นาคาเซีย จำกัด

7,336

-

บริษัท อาร์.เอส. สตูดิโอ จำกัด

9,431

-

บริษัท บางกอก ออริกานโซเรอร์ จำกัด

3,144

2,795

บริษัท อาร์สยาม จำกัด

4,670,453

-

รวม

4,853,464

65,219



งบการเงินเฉพาะของบริษัทได้รวมรายการบัญชีที่สำคัญกับบริษัทย่อยสำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 สรุปได้ดังต่อไปนี้

	บาท	
	2549	2548
รายได้จากการขายสินค้า		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	-	285,475
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	-	93,458
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	70,000	-
บริษัท โพเอมา จำกัด	20,833	178,316
รวม	90,833	557,249
รายได้ค่าลิขสิทธิ์เพลงและอื่นๆ		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	323,835,332	222,661,163
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	3,010,100	26,655,680
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	-	46,729
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	93,044,903	82,472,701
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	7,928,459	4,426,329
บริษัท โพเอมา จำกัด	264,845	321,146
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	-	20,000
รวม	428,083,639	336,603,748
รายได้จากการรับจ้างผลิต		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	685,000	1,599,200
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	-	1,903,780
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	884,934	5,132,158
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	-	182,900
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	160,300	7,694,726
บริษัท โพเอมา จำกัด	1,127,095	114,500
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	-	11,550
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	97,500	1,230,000
บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	-	12,800
รวม	2,954,829	17,881,614



บาท

	2549	2548
รายได้จัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	-	20,000
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	49,000	30,000
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	82,000	26,000
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	-	438,000
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	181,000	246,500
บริษัท โฟเอมา จำกัด	470,160	20,504
บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	-	1,080,000
บริษัท อะลาติน แฮลล์ จำกัด	-	211,000
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	7,500	134,000
บริษัท พี.โอ.วี.(พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	-	308,477
บริษัท फिल्मเชิร์ฟ จำกัด	-	12,000
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	34,400	49,000
บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	-	455,000
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	260,000	40,000
บริษัท บลูแพร์รี่ จำกัด	10,000	-
รวม	1,094,060	3,070,481
รายได้จากการขายโฆษณา		
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	-	1,000,000
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	4,259,000	827,000
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	-	3,705,388
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	2,100,000	3,100,000
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	11,330,000	14,512,500
รวม	17,689,000	23,144,888
รายได้จากภาพยนตร์		
บริษัท อวอง จำกัด	-	105,598
รวม	-	105,598



บาท

	2549	2548
รายได้ค่าบริการ		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	50,420	54,500
บริษัท บลูเพรรี จำกัด	42,250	-
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	1,274,782	17,250
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	23,983,787	34,968,382
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	-	2,893,900
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	97,310	80,050
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	25,281,034	23,279,015
บริษัท โฟเอม่า จำกัด	359,150	47,400
บริษัท อะลาติน แฮส จำกัด	5,335	43,000
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	11,800	524,800
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	7,500	5,100
บริษัท บางกอก ออร์แกนไนเซอร์ จำกัด	-	345,020
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	142,500	1,855,000
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	124,500	-
บริษัท อาร์เอส ไอ-ดริม จำกัด	7,620	-
รวม	51,387,988	64,113,417
ดอกเบี้ยรับ		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	3,108,164	385,260
บริษัท บลูเพรรี จำกัด	611,685	443,508
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	1,462,578	219,436
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	226,315	285,205
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	549,110	275,000
บริษัท สกาย ไฮ - เน็ตเวิร์ค จำกัด	-	67,562
บริษัท โฟเอม่า จำกัด	7,345,753	1,173,405
บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	-	19,274
บริษัท อวอง จำกัด	-	34,786
บริษัท ฟิล์มเชิร์ฟ จำกัด	-	297,545
บริษัท ถ่ายสดวง จำกัด	-	24,103
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	821,778	76,663
บริษัท อาร์เอส ไอ-ดริม จำกัด	65,342	-
รวม	14,190,725	3,301,747



บาท

	2549	2548
รายได้อื่น		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	129,138	220,935
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	224,779	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	105,303	396,735
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	99,222	144,272
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	136,388	19,677
บริษัท โพเอมา จำกัด	171,281	7,729
บริษัท อะลาดิน แฮ็ลส์ จำกัด	798	3,557
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	53,596	55,045
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	5,830	20,027
บริษัท फिल्मเชิร์ฟ จำกัด	-	14,817
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	-	72,465
รวม	926,335	955,259
ต้นทุนขายและผลิต		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	4,330,997	4,787,774
บริษัท บลูเพอร์รี่ จำกัด	11,184,700	3,305,000
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	66,966,101	1,208,402
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	8,458,595	7,154,278
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	94,851	735,975
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	2,890,520	638,825
บริษัท ซาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	473,798	-
บริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนต์ จำกัด	452,965	105,264
บริษัท สกาย ไฮ - เน็ตเวิร์ค จำกัด	46,012,033	6,387,459
บริษัท โพเอมา จำกัด	280,300	273,575
บริษัท เรด ทรายมา จำกัด	350,000	26,666,843
บริษัท อะลาดิน แฮ็ลส์ จำกัด	28,442,053	40,054,626
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	35,681,095	95,304,035
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	16,860,191	42,530,929
บริษัท อวอง จำกัด	22,299,953	33,797,485



บาท

	2549	2548
ต้นทุนขายและผลิต(ต่อ)		
บริษัท ฟิล์มเชิร์ฟ จำกัด	50,000	14,581,139
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	41,066,174	36,033,661
บริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด	-	3,705,000
บริษัท อาร์. เอส. สตูดิโอ จำกัด	11,470,871	11,433,131
บริษัท บางกอก ออร์แกนไนเซอร์ จำกัด	-	64,161,137
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	480,000	1,347,029
รวม	297,845,197	394,211,567
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	33,718,797	3,635,108
บริษัท บลูแพร์รี่ จำกัด	-	80,000
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	-	40,000
บริษัท อาร์.เอส.สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	-	385,554
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	161,880	255,568
บริษัท ซาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	549,321	-
บริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนต์ จำกัด	643,696	-
บริษัท โพเอมา จำกัด	10,000	13,517
บริษัท เรดดราม่า จำกัด	490,192	-
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	115,562	252,619
บริษัท อะลาติน แฮาส์ จำกัด	220,582	436,215
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	2,912,949	217,410
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	203,050	209,491
บริษัท อาวอง จำกัด	188,629	5,121,409
บริษัท ฟิล์มเชิร์ฟ จำกัด	324,860	161,285
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	7,335	-
บริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด	-	321,218
บริษัท อาร์. เอส. สตูดิโอ จำกัด	2,325,586	565,344
บริษัท บางกอก ออร์แกนไนเซอร์ จำกัด	409,048	3,538,805
รวม	42,281,487	15,233,543



บาท

	2549	2548
ดอกเบี้ยจ่าย		
บริษัท ซาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	549,321	330,000
บริษัท เมจิค แอ็ดเวอร์เทนเมนต์ จำกัด	643,696	350,425
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	115,562	-
บริษัท เรดดราม่า จำกัด	490,192	-
บริษัท อวอง จำกัด	188,629	-
บริษัท फिल्मเชิร์ฟ จำกัด	324,860	-
บริษัท บางกอก ออร์แกนไนเซอร์ จำกัด	409,048	-
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	7,335	-
บริษัท อาร์. เอส. สตูดิโอ จำกัด	9,431	-
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	-	26,258
รวม	2,738,074	706,683

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 กรรมการสองท่านลงนามค้ำประกันเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินสำหรับทั้งบริษัทและบริษัทย่อย

ปี 2549

บริษัทและบริษัทย่อยได้ทำสัญญาและหรือข้อตกลงร่วมกันในการให้บริการระหว่างกันโดยมูลค่าของบริการที่เกิดขึ้นในระหว่างปีได้เปิดเผยไว้ในรายระหว่างกันข้างต้นแล้วโดยสัญญาดังกล่าว ประกอบด้วย สัญญาการให้บริการที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการ, การให้การสนับสนุนกิจกรรม, ให้บริการที่ปรึกษาโฆษณา, การจัดเก็บลิขสิทธิ์ต่าง ๆ, ให้บริการที่ปรึกษา, ให้บริการนายหน้าตัวแทน และการส่งเสริมการจัดจำหน่ายระหว่างกัน เป็นต้น

ปี 2548

บริษัทมีการทำสัญญากับกิจการที่เกี่ยวข้องกันที่มีสาระสำคัญดังนี้:

สัญญา	คู่สัญญา	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
ผลิตละครโทรทัศน์	บริษัท นาคาเซีย จำกัด	5.60
	บริษัท อะลาติน แฮร์ส จำกัด	26.55
	บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	26.67
ผลิตรายการโทรทัศน์	บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	ตามอัตราในสัญญา
โฆษณา	บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	1.78
	บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	ตามอัตราในสัญญา
	บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	14.50
	บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	3.00
	บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	1.00
ซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์	บริษัท พิล์มเชิร์ฟ จำกัด	13.75
ให้เช่าเวลาออกอากาศโฆษณา	บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	ตามอัตราในสัญญา
ที่ปรึกษา	บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	20.23
	บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	17.71
อนุญาตให้ใช้สิทธิเผยแพร่ผลงานเพลง	บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	ตามอัตราในสัญญา
ต่อสาธารณชนผ่านทางสถานีวิทยุ		
โอนและให้ใช้สิทธิบันทึกภาพ	บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	ตามอัตราในสัญญา
การแสดงสด		
ว่าจ้างจัดกิจกรรม	บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	1.32
ออกแบบและพัฒนาตัวการ์ตูน	บริษัท บลูแพร์รี่ จำกัด	2.20
แอนิเมชัน		
ให้เช่าเวลาเพื่อแพร่ภาพออกอากาศ	บริษัท อาร์สยาม จำกัด	ตามอัตราในสัญญา
สถานีโทรทัศน์	บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	1.85

เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2548 บริษัทได้ทำสัญญาขายหุ้นให้แก่กรรมการของบริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย แห่งหนึ่ง โดยขายหุ้นจำนวน 49,993 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 100 ในราคาตามบัญชีประมาณ 3.59 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2548 บริษัท โพเอมา จำกัดได้ทำสัญญาซื้อสิ่งปลูกสร้างและทรัพย์สินของบริษัท ถ่ายสะดวก จำกัดในราคาตามบัญชีจำนวน 6.80 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2548 บริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด ได้รับเช็คจากการขายสินทรัพย์ถาวรให้แก่ บริษัท โพเอมา จำกัด เป็นจำนวน 6.80 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) ซึ่งบริษัทได้ให้บริษัท โพเอมา จำกัด สลากหลังเช็คดังกล่าวให้แก่ บริษัท อาร์.เอส.โปรโมชัน จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นการชำระหนี้เงินกู้จำนวน 2.90 ล้านบาทและเงินรับล่วงหน้าจากการยกเลิกสัญญาจ้างรับทำภาพยนตร์ จำนวนเงิน 1.68 ล้านบาท ส่วนเงินที่เหลือจำนวน 2.22 ล้านบาท เป็นการจ่ายชำระค่าหุ้นของนายพรชัย หงรัตนารณ ซึ่งซื้อหุ้นของบริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด มาจาก บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) โดย ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2548 นายพรชัย หงรัตนารณได้ทำสัญญาเงินกู้ยืมเงินดังกล่าวกับบริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด

เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2548 บริษัท ร็อก สกิน จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด และเริ่มดำเนินการกิจการประเภท ผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์

เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2548 บริษัท สกรีน เฮด จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด และเริ่มดำเนินการกิจการประเภท ผลิตและรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์

ตามที่ประชุมกรรมการ เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2548 บริษัทได้อนุมัติขายเงินลงทุนในหุ้นสามัญของ บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จำนวน 6,720 หุ้น เป็นจำนวนเงินรวม 0.48 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24 ของเงินลงทุนทั้งหมด

ในเดือนมิถุนายน 2548 บริษัทได้ขายเงินลงทุนในบริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด จำนวน 100% ให้แก่ บริษัท โพเอมา จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย จำนวน 9,993 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 89.06 บาท ทั้งสิ้นเป็นจำนวนเงิน 0.89 ล้านบาทและต่อมาเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2548 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 5 ล้านบาท โดยการออกหุ้นวิสามัญจำนวน 40,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2548

บริษัทโพเอมา จำกัด ได้ซื้อเงินลงทุนใน บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด จำนวน 28,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2.80 ล้านบาท และหุ้นส่วนที่เหลือจากการเพิ่มทุนจำนวน 12,000 หุ้น ถือโดยกรรมการบริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด ดังนั้นบริษัท โพเอมา จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้นเป็นร้อยละ 76 ของเงินลงทุนทั้งหมด

ตามที่ประชุมกรรมการของบริษัท เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2549 ได้มีมติให้ลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท อาร์เอส อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง แอนด์ สปอร์ต แมเนจเม้นท์ จำกัด จำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 740 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 185 ล้านบาท

โดยมูลค่าของสินทรัพย์ที่ซื้อและหนี้สินที่รับภาระมา ณ วันซื้อหุ้นของบริษัทดังกล่าวปรากฏดังนี้

	บาท
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5,554,463
ลูกหนี้การค้า	1,284,000
สินค้าคงเหลือ	50,260
เงินจ่ายล่วงหน้าค่าลิขสิทธิ์	36,254,389
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	3,405,893
อุปกรณ์ - สุทธิ	7,357,350
ลิขสิทธิ์ FIFA	162,283,491
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	768,808
เจ้าหนี้อื่น	550,532
เจ้าหนี้อื่น – กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	1,216,274
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	367,243
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย – กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	460,865
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	140,422
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน	4,969,192
สินทรัพย์สุทธิ	207,716,510
หัก : ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	(22,716,510)
สินทรัพย์สุทธิที่ได้มา	185,000,000
จำนวนเงินที่จ่ายซื้อบริษัทย่อย	185,000,000
หัก : เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดของบริษัทย่อย	(5,554,463)
หัก : เจ้าหนี้จากการซื้อเงินลงทุน	(60,000,000)
กระแสเงินสดจ่ายสุทธิจากการซื้อบริษัทย่อยโดยบริษัทย่อย	119,445,537

ในระหว่างปี 2549 และ 2548 บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างธุรกิจ การปรับโครงสร้างดังกล่าวมีผลทำให้ บริษัทย่อยหยุดการดำเนินธุรกิจหลัก และได้โอนย้ายธุรกิจหลัก บุคลากรและสินทรัพย์ เข้ามาเป็นสายงานหรือหน่วยธุรกิจ在公司 บริษัทย่อยดังกล่าวยังไม่ได้ปิดบริษัทและตัดจำหน่ายค่าความนิยมนั้นที่ทั้งจำนวน สรุปได้ดังนี้

2549	2548
- บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์จำกัด - บริษัท อะลาติน เฮาส์ จำกัด - บริษัท นาคาเซีย จำกัด - บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด - บริษัท พี.โอ.วี (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด - บริษัท อาร์.เอส.สตูดิโอ จำกัด - บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	- บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด - บริษัท เรด ดราม่า จำกัด

หลักเกณฑ์ในการคิดรายได้และค่าใช้จ่ายระหว่างกัน

- 1 รายได้จากการขายสินค้า คิดราคาต่อหน่วยโดยใช้ราคาทุน
- 2 รายได้ค่าลิขสิทธิ์ คิดราคาต่อหน่วยที่ประเมินจากต้นทุนในอดีตหรือคิดตามสัดส่วนการนำลิขสิทธิ์ไปใช้ในการจัดเก็บรายได้
- 3 รายได้จากการรับจ้างผลิต คิดจากราคาทุนบวกค่าดำเนินการ ที่พิจารณาจากการดำเนินธุรกิจปกติ ส่วนแบ่งรายได้จากการรับจ้างผลิตงานโปรโมทคิดราคาโดยอ้างอิงยอดขายสินค้าที่ขายได้
- 4 รายได้คอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด คิดจากราคาทุนบวกค่าดำเนินการ ที่พิจารณาจากการดำเนินธุรกิจปกติ
- 5 รายได้จากการขายโฆษณา คิดราคาต่อหน่วยโดยอ้างอิงกับราคาตลาด
- 6 รายได้ค่าบริการ คิดจากราคาที่อ้างอิงได้กับราคาตลาด
- 7 รายได้จากการให้เช่าช่วงสถานีวิทยุ คิดจากราคาต้นทุน
- 8 รายได้ดอกเบีย บริษัทให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องโดยคิดอัตราดอกเบียที่อ้างอิงได้กับต้นทุนการกู้ยืมหรืออัตราตลาดประมาณร้อยละ 2-8 ต่อปี
- 9 ในงบการเงินรวม รายการระหว่างบริษัทและบริษัทย่อย กับกิจการที่เกี่ยวข้องสำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 สรุปได้ดังต่อไปนี้

	บาท	
	2549	2548
- ต้นทุนขายและบริการ	27,599,641	19,875,097
- ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	44,039,623	41,941,683

เกณฑ์ในการคิดราคา

ราคาต่อหน่วยสามารถเทียบเคียงได้กับราคาตลาดจากการสำรวจราคาตลาดของค่าเช่าและค่าบริการส่วนกลาง



5. ลูกหนี้การค้า - สุทธิ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 บริษัทมีลูกหนี้การค้า ซึ่งจำแนกตามอายุหนี้ ดังนี้

	บาท			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2549	2548	2549	2548
ลูกหนี้การค้า - กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน				
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	-	-	173,489,007	101,261,273
ค้างชำระ :				
น้อยกว่า 3 เดือน	-	-	82,254,697	50,657,154
3 - 6 เดือน	-	-	85,261,643	59,417,878
6 - 12 เดือน	-	-	140,714,184	173,909,808
มากกว่า 12 เดือนขึ้นไป	-	-	8,433,243	-
รวมลูกหนี้การค้า - กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	490,152,774	385,246,113
ลูกหนี้การค้าอื่น ๆ - สุทธิ				
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	608,058,172	471,273,167	194,265,993	133,409,524
ค้างชำระ :				
น้อยกว่า 3 เดือน	106,189,799	160,586,304	80,621,885	52,545,010
3 - 6 เดือน	63,185,914	29,016,739	50,351,379	18,732,349
6 - 12 เดือน	48,219,498	13,769,314	35,372,450	2,816,055
มากกว่า 12 เดือนขึ้นไป	44,879,563	33,748,025	3,630,333	301,951
รวม	870,532,946	708,393,549	364,242,040	207,804,889
หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	(54,482,559)	(37,984,262)	(5,324,040)	(3,364,055)
รวมลูกหนี้การค้าอื่น ๆ - สุทธิ	816,050,387	670,409,287	358,918,000	204,440,834

6. สินค้าคงเหลือ - สุทธิ

	บาท			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2549	2548	2549	2548
สินค้าสำเร็จรูป ประเภทภาพยนตร์ และ				
เพลงในสื่อ เทป ซีดี วีซีดี ดีวีดี	118,145,748	323,064,375	650,629	17,762,330
งานระหว่างทำ : ภาพยนตร์ ละคร				
หนังสือ และอื่น ๆ	88,656,802	128,626,123	80,134,418	135,854,585
วัตถุดิบ	9,537,337	18,434,478	-	-
อื่น ๆ	8,323,452	4,420,968	6,457,186	-
รวมสินค้าคงเหลือ	224,663,339	474,545,944	87,242,233	153,616,915
หัก ค่าเผื่อมูลค่าสินค้าลดลง	(82,906,335)	(215,527,104)	(7,820,301)	(1,511,271)
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	141,757,004	259,018,840	79,421,932	152,105,644

7. สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

	บาท			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2549	2548	2549	2548
ภาษีซื้อยังไม่ถึงกำหนดชำระ	57,174,935	46,620,358	18,235,788	7,164,354
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	52,600,785	26,867,612	12,296,899	20,480,479
เงินทดรองจ่าย	28,304,873	20,390,706	25,261,871	11,848,940
ลูกหนี้อื่น	47,164,604	14,296,201	678,479	30,326,064
ภาษีเงินได้นิติบุคคลจ่ายล่วงหน้า	55,078,652	38,493,532	31,705,023	29,653,100
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นอื่น	4,952,494	76,567	1,854,689	-
อื่นๆ	7,437,086	19,152,629	2,150,152	4,021,934
รวม	252,713,429	165,897,605	92,182,901	103,494,871

ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า

ในเดือนพฤศจิกายน 2548 บริษัทได้ทำสัญญาว่าจ้างที่ปรึกษาทางการตลาดกับบริษัทแห่งหนึ่ง โดยเริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม 2548 ถึงเดือนธันวาคม 2549 รวมระยะเวลา 13 เดือน เป็นเงิน 12.50 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)



8. เงินลงทุนในบริษัทย่อย

เงินลงทุนในบริษัทย่อย ซึ่งบันทึกโดยวิธีส่วนได้เสีย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 ประกอบด้วย

	ทุนชำระแล้ว		วิธีราคาทุน		วิธีส่วนได้เสีย		ผลขาดทุนส่วนล้าเงินลงทุน	
	2549	2548	2549	2548	2549	2548	2549	2548
บริษัทย่อย								
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	200,000,000	200,000,000	199,999,300	199,999,300	20,421,741	-	-	(10,592,028)
บริษัท บลูเพรียร์ จำกัด	31,000,000	31,000,000	30,009,993	30,009,993	18,952,298	7,302,620	-	-
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	5,000,000	5,000,000	-	-	-	-	(23,887,469)	(24,303,920)
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	1,000,000	1,000,000	999,300	999,300	22,888,230	-	-	(5,301,214)
บริษัท อาร์. เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด	4,500,000	4,500,000	2,667,595	2,667,595	-	-	(3,890,160)	(2,264,490)
บริษัท จัดเก็บขยะมูลฝอยไทย จำกัด	10,000,000	10,000,000	9,999,400	9,999,400	12,149,277	12,845,314	-	-
บริษัท ซาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	2,312,500	9,250,000	2,308,500	9,246,000	6,000,254	13,303,145	-	-
บริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนต์ จำกัด	2,937,500	11,750,000	2,936,800	11,749,300	6,801,585	15,045,691	-	-
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	100,000,000	100,000,000	80,199,993	80,199,993	119,229,189	119,954,203	-	-
บริษัท โพเอมา จำกัด	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	-	-	(79,211,191)	(57,251,940)
บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	2,500,000	10,000,000	24,993	99,993	4,631,583	20,916,566	-	-
บริษัท อะลาติน แฮาส์ จำกัด	5,000,000	5,000,000	4,999,300	4,999,300	12,604,324	11,330,721	-	-
บริษัท อาร์. เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	4,000,000	4,000,000	3,999,300	3,999,300	5,600,832	46,292,161	-	-
บริษัท ที. โอ. วี. (พอยท์ ออฟวิว) จำกัด	4,000,000	4,000,000	3,999,300	3,999,300	4,191,766	13,359,791	-	-
บริษัท อวอง จำกัด	10,000,000	10,000,000	9,999,300	9,999,300	10,103,554	13,549,794	-	-
บริษัท อาร์ เอส ฟิล์ม แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด	5,000,000	5,000,000	4,999,300	4,999,300	-	-	(990,454)	(3,829,765)
บริษัท ฟิล์มเชิร์ฟ จำกัด	10,000,000	10,000,000	9,999,300	9,999,300	9,305,065	8,472,787	-	-
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	10,000,000	10,000,000	9,999,300	9,999,300	13,233,827	13,319,280	-	-
บริษัท อาร์. เอส. สตูดิโอ จำกัด	10,000,000	10,000,000	9,999,300	9,999,300	30,332,894	22,262,602	-	-
บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	3,000,000	3,000,000	2,999,300	2,999,300	5,772,817	24,712,977	-	-
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	2,800,000	2,800,000	2,125,340	2,125,340	6,995,770	3,794,411	-	-
บริษัท อาร์เอส ไอ-ดรีม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	8,050,000	-	5,100,000	-	-	-	(2,085,236)	-
บริษัท อาร์เอส อินเตอร์เนชั่นแนล โปรดักส์ติ้ง แอนด์ สปอร์ต แมเนจเม้นท์ จำกัด	50,000,000	-	185,000,000	-	185,000,000	-	-	-
	491,100,000	456,300,000	592,364,914	418,089,914	494,215,006	346,462,063	(110,064,510)	(103,543,357)

9. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ

	บาท				
	งบการเงินรวม				
	ยอดต้นปี	เพิ่มขึ้น	โอน (เข้า-ออก)	จำหน่าย	ยอดปลายปี
ปี 2549	- สุทธิ				
ราคาทุน					
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	32,705,000	-	-	-	32,705,000
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	93,824,497	2,416,981	845,348	(877,580)	96,209,246
เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการดำเนินการ	306,547,851	6,736,823	(51,551,040)	(111,784,998)	149,948,636
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	172,464,749	32,640,154	1,125,983	(2,549,517)	203,681,369
ยานพาหนะ	9,846,574	42,271,615	6,138,000	(1,557,138)	56,699,051
งานระหว่างก่อสร้าง	-	3,164,700	(800,014)	-	2,364,686
รวมราคาทุน	615,388,671	87,230,273	(44,241,723)	(116,769,233)	541,607,988
ค่าเสื่อมราคาสะสม					
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	16,663,372	7,209,176	-	(480,210)	23,392,338
เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการดำเนินการ	173,465,966	45,606,904	(23,509,991)	(79,462,803)	116,100,076
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	61,731,333	39,197,619	(162,746)	(2,121,231)	98,644,975
ยานพาหนะ	6,432,365	6,899,010	227,106	(1,257,573)	12,300,908
รวมค่าเสื่อมราคาสะสม	258,293,036	98,912,709	(23,445,631)	(83,321,817)	250,438,297
ราคาตามบัญชี	357,095,635				291,169,691

ปี 2549	บาท				
	งบการเงินเฉพาะ				
	บริษัท				
	ยอดต้นปี	เพิ่มขึ้น	โอน (เข้า-ออก) - สุทธิ	จำหน่าย	ยอดปลายปี
ราคาทุน					
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	2,317,985	12,262,633	-	-	14,580,618
อุปกรณ์ในการดำเนินการ	16,598,139	58,120	-	-	16,656,259
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	99,252,071	53,451,374	-	(651,226)	152,052,219
ยานพาหนะ	4,714,296	31,752,586	-	(1,121,372)	35,345,510
รวมราคาทุน	122,882,491	97,524,713	-	(1,772,598)	218,634,606
ค่าเสื่อมราคาสะสม					
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	86,468	1,137,185	-	-	1,223,653
อุปกรณ์ในการดำเนินการ	12,299,650	9,908,488	-	-	22,208,138
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	32,305,912	24,103,498	-	(410,389)	55,999,021
ยานพาหนะ	3,118,607	5,253,348	-	(950,143)	7,421,812
รวมค่าเสื่อมราคาสะสม	47,810,637	40,402,519	-	(1,360,532)	86,852,624
ราคาตามบัญชี	75,071,854				131,781,982

ค่าเสื่อมราคาลำหรับปี 2549 ของกลุ่มบริษัทมีจำนวนเงิน 98.91 ล้านบาท (ปี 2548: 99.18 ล้านบาท) ได้รวมอยู่ในต้นทุนขายและบริการ จำนวนเงิน 56.76 ล้านบาท (ปี 2548: 67.78 ล้านบาท) และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวนเงิน 42.15 ล้านบาท (ปี 2548: 31.40 ล้านบาท) ในงบการเงินรวม

ค่าเสื่อมราคาลำหรับปี 2549 ของบริษัทมีจำนวนเงิน 40.40 ล้านบาท (ปี 2548: 19.87 ล้านบาท) ได้รวมอยู่ในต้นทุนขายและบริการ จำนวนเงิน 22.17 ล้านบาท (ปี 2548: 9.58 ล้านบาท) และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวนเงิน 18.23 ล้านบาท (ปี 2548: 10.30 ล้านบาท) ในงบการเงินเฉพาะบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 ราคาตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมอาคารและอุปกรณ์ของกลุ่มบริษัท จำนวนเงิน 17.61 ล้านบาท (ปี 2548: 1.39 ล้านบาท) และของบริษัท จำนวนเงิน 14.88 ล้านบาท (ปี 2548: 0.14 ล้านบาท) ได้จำหน่ายค่าเสื่อมราคาแล้วทั้งจำนวนแต่ยังคงใช้งานอยู่

ในระหว่างปี 2549 บริษัทได้รับโอนอาคารและอุปกรณ์จากบริษัทย่อย มูลค่าตามบัญชี จำนวนเงิน 57.12 ล้านบาท ตามแผนการปรับโครงสร้างธุรกิจของกลุ่มบริษัท (ดูหมายเหตุ 4)

อาคารสำนักงานเช่าจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่ง

10. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน – สุทธิ

	บาท			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะ	
	2549	2548	2549	2548
ราคาทุน				
ยอดยกมา	403,374,489	338,686,225	328,541,616	262,149,311
เพิ่มขึ้น	228,175,937	64,688,264	52,235,842	66,392,305
จำหน่าย	-	-	(7)	-
ยอดยกไป	631,550,426	403,374,489	380,777,451	328,541,616
ค่าตัดจำหน่ายสะสม				
ยอดยกมา	85,240,786	52,601,977	38,967,416	18,145,431
ค่าตัดจำหน่ายสำหรับปี	31,189,590	32,638,809	20,585,422	20,821,985
จำหน่าย	-	-	-	-
ยอดยกไป	116,430,376	85,240,786	59,552,838	38,967,416
ยอดคงเหลือ	515,120,050	318,133,703	321,224,613	289,574,200
หักค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์	(254,493,657)	(243,822,350)	(250,807,123)	(240,191,641)
ราคาตามบัญชี	260,626,393	74,311,353	70,417,490	49,382,559

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 ประกอบด้วย

	ล้านบาท			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะ	
	2549	2548	2549	2548
ลิขสิทธิ์เพลง	50,957,143	44,646,119	47,390,408	26,394,627
ลิขสิทธิ์ละคร	15	10	9	10
ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์	4,722,054	14,815,830	4,722,051	14,815,830
ลิขสิทธิ์ FIFA	162,283,491	-	-	-
ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์และอื่นๆ	42,663,690	14,849,394	18,305,022	8,172,092
	260,626,393	74,311,353	70,417,490	49,382,559

11. เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 บริษัทและบริษัทย่อยมีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และภาระผูกพันการกู้ยืมดังนี้

	บาท			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2549	2548	2549	2548
เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร	3,989,133	-	-	-
เงินกู้ยืม - ตัวสัญญาใช้เงิน	155,000,000	160,000,000	85,000,000	70,000,000
รวม	158,989,133	160,000,000	85,000,000	70,000,000

บริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง โดยการออกตัวสัญญาใช้เงินเป็นจำนวนเงินรวม 85 ล้านบาท (ปี 2548: 70 ล้านบาท) โดยมีอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงตามตลาดเงินกู้ดังกล่าวกำหนดชำระคืน เมื่อถึงวันครบกำหนด 1 - 3 เดือน โดยชำระดอกเบี้ยเป็นรายเดือน กรรมการ 2 ท่าน ลงนามค้ำประกัน

บริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทย่อยมีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง เป็นจำนวนเงิน 70 ล้านบาท (ปี 2548: 90 ล้านบาท) ในอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงตามตลาด เงินกู้ดังกล่าวกำหนดชำระคืนเมื่อถึงวันครบกำหนด 1 - 3 เดือน โดยชำระดอกเบี้ยเป็นรายเดือน กรรมการ 2 ท่านลงนามค้ำประกัน และจัดจ้างที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทย่อยมีวงเงินสินเชื่อเงินเบิกเกินบัญชีจากสถาบันการเงิน จำนวนเงิน 10 ล้านบาท โดยมีอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงตามตลาด ค้ำประกันโดยบริษัทใหญ่

12. หนี้สินหมุนเวียนอื่น

	บาท			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2549	2548	2549	2548
ประมาณการรับคืนสินค้า	69,706,451	129,151,054	48,900,661	63,140,620
ภาษีขายยังไม่ถึงกำหนดชำระ	77,095,151	63,411,093	55,142,944	39,973,446
เจ้าหนี้ค้ำหุ้น	60,000,000	-	60,000,000	-
อื่นๆ	26,782,382	28,381,663	12,635,179	13,980,489
รวม	233,583,984	220,943,810	176,678,784	117,094,555

ประมาณการรับคืนสินค้า แสดงยอดเคลื่อนไหว ดังนี้

	บาท			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2549	2548	2549	2548
ยอดต้นปี	129,151,054	49,556,251	63,140,620	31,823,339
เพิ่มขึ้น (ลดลง)	(59,444,603)	79,594,803	(14,239,959)	31,317,281
ยอดปลายปี	69,706,451	129,151,054	48,900,661	63,140,620

13. หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน

	บาท	
	2549	
	งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะบริษัท
สัญญาเช่าระยะยาวทางการเงิน	24,597,044	18,859,045
หัก ส่วนของสัญญาเช่าระยะยาวทางการเงิน ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	(3,200,557)	(2,431,749)
สัญญาเช่าระยะยาวทางการเงิน - สุทธิ	21,396,487	16,427,296

กลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาเช่าระยะยาวทางการเงินรถยนต์ กำหนดการชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน ๆ ละ 0.40 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 หนี้สินตามสัญญาเช่าระยะยาวทางการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี จำนวนเงิน 3.20 ล้านบาท แสดงภายใต้หนี้สินหมุนเวียน

บริษัทได้ทำสัญญาเช่าระยะยาวทางการเงินรถยนต์ กำหนดการชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน ๆ ละ 0.30 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 หนี้สินตามสัญญาเช่าระยะยาวทางการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี จำนวนเงิน 2.43 ล้านบาท แสดงภายใต้หนี้สินหมุนเวียน

นอกจากนี้กลุ่มบริษัทและบริษัทมีภาระผูกพันที่จะต้องจ่ายค่าเช่าขั้นต่ำตามสัญญาเช่าการเงินในแต่ละปี ดังนี้

ปี	ล้านบาท	
	2549	
	งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะบริษัท
1	4.30	2.93
2 - 5	22.55	16.50
	26.85	19.43

	บาท	
	2549	
	งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะบริษัท
เจ้าหนี้เช่าซื้อ	16,171,366	6,813,902
หัก ดอกผลเช่าซื้อรอตัดบัญชี	(1,051,614)	(872,733)
หัก ส่วนของเจ้าหนี้เช่าซื้อที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	(3,644,870)	(1,553,578)
เจ้าหนี้เช่าซื้อ - สุทธิ	11,474,882	4,387,591

กลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์และเครื่องถ่ายเอกสาร กำหนดชำระเป็นรายเดือน ๆ ละ 0.22 ล้านบาทและ 0.01 ล้านบาท ตามลำดับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 เจ้าหนี้เช่าซื้อที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี มีจำนวน 3.64 ล้านบาทและ 0.15 ล้านบาท ตามลำดับ แสดงภายใต้หนี้สินหมุนเวียน

บริษัทได้ทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์และเครื่องถ่ายเอกสาร กำหนดชำระเป็นรายเดือน ๆ ละ 0.16 ล้านบาทและ 0.01 ล้านบาท ตามลำดับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 เจ้าหนี้เช่าซื้อที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี มีจำนวน 1.40 ล้านบาทและ 0.15 ล้านบาท ตามลำดับ แสดงภายใต้หนี้สินหมุนเวียน

นอกจากนี้บริษัทมีภาระผูกพันที่จะต้องจ่ายค่าเช่าขั้นต่ำตามสัญญาเช่าทางการเงินในแต่ละปี ดังนี้

	ล้านบาท	
	2549	
ปี	งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะบริษัท
1	4.03	1.95
2 - 5	12.12	4.85
	16.15	6.80

14. เงินปันผลรับจากบริษัทย่อย

	เงินปันผล			
	อัตราหุ้นละ		รวมเป็นจำนวนเงิน	
	บาท		ล้านบาท	
	2549	2548	2549	2548
บริษัท ชาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	10.80	-	1.00	-
บริษัท พิล์มเชิร์ฟ จำกัด	25.00	-	2.50	-
บริษัท พี.โอ.วี (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	250.00	-	10.00	-
บริษัทอาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด	1,037.50	-	41.50	-
บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	80.00	-	8.00	-
บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	635.00	-	19.05	-
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	-	35.00	-	0.98

15. กุณจดทะเบียน

บริษัท

15.1 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2548 มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 700 ล้านบาท เป็น 725 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 5 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 5 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทซึ่งออกและเสนอขายให้แก่พนักงานของบริษัทและ/หรือ บริษัทย่อย จำนวน 5 ล้านหน่วย เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2548 ก.ล.ต. ได้อนุญาตให้บริษัทเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าว ต่อมาเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2548 บริษัทได้แจ้งแก้ไขเพิ่มเติมวันกำหนดการใช้สิทธิครั้งแรกและครั้งสุดท้ายของใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและ ก.ล.ต.

15.2 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2549 มีมติดังต่อไปนี้

1. มีมติให้โอนส่วนเกินมูลค่าหุ้น จำนวนเงิน 309.99 ล้านบาท และทุนสำรองตามกฎหมาย จำนวนเงิน 5.40 ล้านบาท รวมเป็นจำนวนเงิน 315.39 ล้านบาท เพื่อชดเชยผลขาดทุนสะสม
2. มีมติให้ยกเลิกการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ให้แก่พนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย จำนวน 5 ล้านหน่วย
3. มีมติให้บริษัทลดทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 725 ล้านบาท เป็น 700 ล้านบาท และมีมติให้บริษัททำการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัทจากเดิมหุ้นละ 5 บาท เป็น หุ้นละ 1 บาท โดยบริษัทได้ดำเนินการลดทุนดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2549

บริษัทย่อย

- 15.3 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2548 ของบริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 5 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 40,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้ว เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2548
- บริษัทโพเอมา จำกัด ได้ซื้อเงินลงทุนใน บริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด จำนวน 28,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2.8 ล้านบาท และหุ้นส่วนที่เหลือจากการเพิ่มทุนจำนวน 12,000 หุ้น ถือโดยกรรมการของ บริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด ดังนั้นบริษัท โพเอมา จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้นเป็นร้อยละ 76 ของทุนที่ออกทั้งหมด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548
- 15.4 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2548 ของบริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 3 ล้านบาท เป็น 4 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าว กับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2548
- 15.5 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2548 ของบริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 3 ล้านบาท เป็น 4 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2548
- 15.6 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2549 ของบริษัท เรด ดราม่า จำกัด มีมติให้ลดทุนจดทะเบียนจาก 10 ล้านบาท เป็น 2.5 ล้านบาท เพื่อจ่ายเงินคืนทุน โดยบริษัทได้ดำเนินการลดทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2549
- 15.7 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2549 ของบริษัท ซาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มีมติให้ลดทุนจดทะเบียนจาก 9.25 ล้านบาท เป็น 2.31 ล้านบาท โดยทำการลดจำนวนหุ้นสามัญจำนวน 69,375 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท เพื่อจ่ายเงินคืนทุน โดยบริษัทได้ดำเนินการลดทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2549
- 15.8 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2549 ของบริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนท์ จำกัด มีมติให้ลดทุนจดทะเบียนจาก 11.75 ล้านบาท เป็น 2.94 ล้านบาท โดยทำการลดจำนวนหุ้นสามัญจำนวน 88,125 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาทเพื่อจ่ายเงินคืนทุน โดยบริษัทได้ดำเนินการลดทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2549

16. สำรองต่าง ๆ

ส่วนเกินมูลค่าหุ้น

ตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 มาตรา 51 ในกรณีที่บริษัทเสนอขายหุ้นสูงกว่ามูลค่าหุ้นที่จดทะเบียนไว้ บริษัทต้องนำค่าหุ้นส่วนเกินนี้ตั้งเป็นทุนสำรอง (“ส่วนเกินมูลค่าหุ้น”) บัญชีทุนสำรองนี้จะนำไปจ่ายเป็นเงินปันผลไม่ได้

ส่วนเกินทุนอื่น

ส่วนเกินทุนอื่นเกิดจากการเพิ่มทุนของบริษัทย่อยที่บริษัทไม่ได้ซื้อเพิ่ม

สำรองตามกฎหมาย

ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 บริษัทจะต้องจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีส่วนหนึ่งไว้เป็นทุนสำรองตามกฎหมายไม่น้อยกว่าร้อยละห้าของกำไรสุทธิประจำปีหักด้วยยอดขาดทุนสะสมยกมา (ถ้ามี) จนกว่าทุนสำรองนี้จะมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละสิบของทุนจดทะเบียน สำรองตามกฎหมายดังกล่าวไม่สามารถนำไปจ่ายเป็นเงินปันผลได้

17. ต้นทุนการผลิต

ในงวดหกเดือนแรกสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2548 บริษัทได้บันทึกค่านายหน้า ค่าจ้างวิจัยตลาดและค่าใช้จ่ายกิจกรรมพิเศษไว้ในต้นทุนการผลิต ซึ่งรายจ่ายดังกล่าวมีจำนวนรวม 28 ล้านบาท โดยจ่ายให้กับผู้รับจำนวนหลายรายซึ่งอนุมัติโดยที่ประชุมคณะกรรมการเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2548

18. ข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

ข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงานจะแสดงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการประเภทต่างๆ ของกลุ่มกิจการที่กลุ่มบริษัทดำเนินงานอยู่ กลุ่มบริษัทนำเสนอ ส่วนงานธุรกิจเป็นรูปแบบหลักในการรายงาน โดยพิจารณาจากระบบการบริหารการจัดการและโครงสร้างการรายงานทางการเงินภายในของกลุ่มบริษัทเป็นเกณฑ์ในการกำหนดสัดส่วนงาน

ผลได้เสียสินทรัพย์และหนี้สินตามส่วนงานเป็นรายการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับส่วนงานหรือที่สามารถปันส่วนให้กับส่วนงานได้อย่างสมเหตุสมผล รายการที่ไม่สามารถปันส่วนได้ ส่วนใหญ่ประกอบด้วย ดอกเบี้ยหรือเงินปันผลทั้งส่วนของสินทรัพย์รายได้ เงินให้กู้ยืม เงินกู้ยืม ดอกเบี้ยจ่าย และค่าใช้จ่ายองค์การ

ส่วนงานภูมิศาสตร์

กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจหลักในประเทศไทยเท่านั้น ดังนั้นฝ่ายบริหารจึงพิจารณาว่ากลุ่มบริษัทมีส่วนงานทางภูมิศาสตร์เพียงส่วนงานเดียว



ส่วนงานธุรกิจ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามประเภทส่วนงานทางธุรกิจ มีดังนี้

(หน่วย : บาท)

	ธุรกิจเพลง	ธุรกิจภาพยนตร์	ธุรกิจสื่อ	อื่น ๆ	รวม	รายการตัดบัญชี	รวม
รายได้	1,946,598,550	272,171,388	1,393,129,467	478,251,559	4,090,150,964	1,018,544,894	3,071,606,070
ต้นทุนขายและบริการ	1,393,388,307	237,778,088	1,151,362,660	419,627,710	3,202,156,765	970,710,206	2,231,446,559
กำไรขั้นต้น	553,210,243	34,393,300	241,766,807	58,623,849	887,994,199	47,834,688	840,159,511
สินทรัพย์ถาวร	132,629,904	-	90,356,203	68,183,584	291,169,691	-	291,169,691

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามประเภทส่วนงานทางธุรกิจ มีดังนี้

(หน่วย : บาท)

	ธุรกิจเพลง	ธุรกิจภาพยนตร์	ธุรกิจสื่อ	อื่น ๆ	รวม	รายการตัดบัญชี	รวม
รายได้	1,778,453,454	258,697,445	1,447,787,663	378,497,338	3,863,435,900	1,140,484,337	2,722,951,563
ต้นทุนขายและบริการ	1,519,218,616	184,202,539	1,102,239,153	263,474,931	3,069,135,239	1,056,428,782	2,012,706,457
กำไรขั้นต้น	259,234,838	74,494,906	345,548,510	115,022,407	794,300,661	84,055,555	710,245,106
สินทรัพย์ถาวร	191,424,485	-	68,452,347	97,218,803	357,095,635	-	357,095,635

19. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงานของบริษัทบนพื้นฐานความสมัครใจของพนักงานในการเป็นสมาชิกของกองทุน โดยพนักงานจ่ายเงินสะสมและเงินที่บริษัทจ่ายสมทบให้อัตราที่กำหนดไว้ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพนี้ได้จดทะเบียนเป็นกองทุนสำหรับเลี้ยงชีพตามข้อกำหนดของกระทรวงการคลังและจัดการกองทุนโดยผู้จัดการกองทุนที่ได้รับอนุญาต

20. ค่าใช้จ่ายชดเชยพนักงาน

ในปี 2549 บริษัทได้บันทึกการจ่ายเงินชดเชยพนักงาน จากการปรับโครงสร้างองค์กรของบริษัทเป็นจำนวน 3.48 ล้านบาท

21. ค่าตอบแทนกรรมการ

ค่าตอบแทนกรรมการนี้เป็นผลประโยชน์ที่จ่ายให้แก่กรรมการของบริษัทตามมาตรา 90 ของพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 (โดยไม่รวมเงินเดือนและผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องที่จ่ายให้กับกรรมการซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารของบริษัทด้วย)

22. ภาษีเงินได้

การลดภาษีเงินได้นิติบุคคล

บริษัท

พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการลดอัตรารัษฎากร ฉบับที่ 387 พ.ศ. 2544 ลงวันที่ 5 กันยายน 2544 ให้สิทธิทางภาษีแก่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยลดอัตรารัษฎากรเงินได้นิติบุคคลจากอัตราร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 25 สำหรับกำไรสุทธิทางภาษีเฉพาะส่วนที่ไม่เกิน 300 ล้านบาท เป็นเวลาห้ารอบระยะเวลาบัญชีต่อเนื่องกันนับแต่รอบระยะเวลาบัญชีแรกที่เริ่มในหรือหลังวันที่พระราชกฤษฎีกานี้ใช้บังคับ บริษัทได้คำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลตามส่วนของกำไรทางภาษีสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 เฉพาะส่วนที่ไม่เกิน 300 ล้านบาทในอัตราร้อยละ 25

บริษัทได้ปรับปรุงยื่นภาษีเงินได้นิติบุคคลของปี 2547 เพิ่มขึ้นจำนวน 11.95 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากสิทธิที่ตัดจำหน่าย บริษัทได้บันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในงบการเงินปี 2548

23. จำนวนพนักงานและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน

	กลุ่มบริษัท		บริษัท	
	2549	2548	2549	2548
จำนวนพนักงาน ณ วันสิ้นปี (คน)	1,697	1,742	965	680
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานสำหรับปี (ล้านบาท)	630.95	576.39	380.68	287.91

24. เครื่องมือทางการเงิน

บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีนโยบายที่จะประกอบธุรกรรมตราสารทางการเงินที่เป็นตราสารอนุพันธ์เพื่อการเก็งกำไรหรือเพื่อการค้า

ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทและบริษัทย่อยมีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับลูกหนี้การค้า แต่อย่างไรก็ตามบริษัทและบริษัทย่อยมีนโยบายที่จะทำธุรกรรมกับคู่ค้าที่มีสถานะทางการเงินที่ดีเพื่อลดโอกาสของการสูญเสียทางการเงิน ในกรณีที่ลูกหนี้การค้าที่คาดว่าจะเก็บเงินไม่ได้ บริษัทและบริษัทย่อยได้มีการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเป็นไปตามอัตราดอกเบี้ยลอยตัวตามท้องตลาดซึ่งจะเป็นไปตามสถานะของตลาดการเงินโดยทั่วไป

มูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน

บริษัทใช้วิธีการและสมมติฐานดังต่อไปนี้ในการประมาณมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน

เงินสดและเงินฝากธนาคาร - มีราคาตามบัญชีใกล้เคียงกับมูลค่ายุติธรรม เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินเหล่านี้จะครบกำหนดในระยะเวลาอันสั้น

ลูกหนี้การค้า ลูกหนี้อื่นและสินทรัพย์อื่น ๆ - มีราคาตามบัญชีใกล้เคียงกับมูลค่ายุติธรรม เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินเหล่านี้จะครบกำหนดในระยะเวลาอันสั้น

เจ้าหนี้การค้า เจ้าหนี้อื่น และหนี้สินค้างจ่าย - มีราคาตามบัญชีใกล้เคียงกับมูลค่ายุติธรรม เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินเหล่านี้จะครบกำหนดในระยะเวลาอันสั้น

เงินกู้ยืมระยะสั้น - มีราคาตามบัญชีใกล้เคียงกับมูลค่ายุติธรรม เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินเหล่านี้มีอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงตามสถานะของตลาด

25. การผูกพันและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นในภายหลัง

บริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 บริษัทมีภาระผูกพันดังนี้

- 25.1 หนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารในนามบริษัทในการค้ำประกันกับผู้ให้บริการเช่าสถานที่และส่วนราชการในจำนวนเงินรวม 52.43 ล้านบาท (ปี 2548 : 50.36 ล้านบาท)
- 25.2 บริษัทมีภาระผูกพันจากหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคาร เพื่อใช้ในการค้ำประกันกับบริษัทอื่น ๆ จำนวนเงินรวม 14.82 ล้านบาท
- 25.3 บริษัทมีภาระผูกพันเกี่ยวกับสัญญาเช่าอาคารและบริการกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่งเป็นจำนวนเงิน 90.32 ล้านบาท (ปี 2548 : 14.98 ล้านบาท)
- 25.4 บริษัทมีภาระผูกพันจากหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารเพื่อใช้ในการค้ำประกันไฟฟ้าจำนวนเงินรวม 0.16 ล้านบาท
- 25.5 บริษัทค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีจากสถาบันการเงินของบริษัทย่อยแห่งหนึ่งจำนวนเงิน 10 ล้านบาท

บริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 บริษัทย่อยมีภาระผูกพันดังนี้

- 25.6 บริษัทย่อยมีภาระผูกพันจากหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารในนามบริษัทในการค้ำประกันกับผู้ให้บริการเช่าสถานที่ และส่วนราชการในจำนวนเงินรวม 1.21 ล้านบาท (ปี 2548 : 10.03 ล้านบาท)
- 25.7 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งมีภาระผูกพันจากหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารในนามบริษัทย่อย เพื่อใช้ในการค้ำประกันกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำนวนเงินรวม 0.11 ล้านบาท
- 25.8 บริษัทย่อยมีภาระผูกพันจากหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารเพื่อใช้ในการค้ำประกันไฟฟ้าจำนวนรวม 0.65 ล้านบาท (ปี 2548 : 0.71 ล้านบาท)
- 25.9 บริษัทย่อยมีภาระผูกพันเกี่ยวกับสัญญาเช่าอาคารและบริการกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่งเป็นจำนวนเงิน 20.17 ล้านบาท (ปี 2548 : 13.35 ล้านบาท)
- 25.10 บริษัทย่อยมีภาระผูกพันเกี่ยวกับสัญญาเช่าอาคารและบริการกับบริษัทอื่นเป็นจำนวนเงิน 11.38 ล้านบาท (ปี 2548 : 10.79 ล้านบาท)

- 25.11 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งและบริษัทใหญ่ได้ร่วมกันทำสัญญาว่าจ้างพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์กับบุคคลภายนอก วงเงิน 8 ล้านบาท กำหนดระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2549 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2550
- 25.12 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งและบริษัทใหญ่ได้ร่วมกันมีภาระผูกพันจากหนังสือค้ำประกันที่ออกโดย ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง เพื่อค้ำประกันการใช้บริการจัดเก็บและส่งสินค้า จำนวนเงิน 3.50 ล้านบาท
- 25.13 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งและบริษัทใหญ่ได้ร่วมกันมีภาระผูกพันจากหนังสือค้ำประกันที่ออกโดย ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง เพื่อค้ำประกันการซื้อสินค้า จำนวนเงิน 0.64 ล้านบาท
- 25.14 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งทำสัญญาต่างตอบแทนกับบริษัทแห่งหนึ่งกำหนดระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2549 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2550 เพื่อแลกเปลี่ยนระหว่างการโฆษณา ประชาสัมพันธ์บริการส่งข้อมูลข่าวสารและบริการรับและฝากข้อความในรูปแบบเสียงมูลค่า เดือนละ 0.20 ล้านบาท รวมเป็นจำนวนเงิน 2.38 ล้านบาท กับ ระบบส่งข้อมูลข่าวสาร และระบบรับและฝากข้อความในรูปแบบเสียง มูลค่าเดือนละ 0.20 ล้านบาท รวมเป็น จำนวนเงิน 2.40 ล้านบาท
- 25.15 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญาว่าจ้างบุคคลธรรมดาเพื่อรับคำปรึกษาในการดำเนินธุรกิจทาง ด้านวิทยุ กระจายเสียง ตามเงื่อนไขของสัญญา กำหนดระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2549 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2550 อัตราค่าที่ปรึกษาเดือนละ 0.18 ล้านบาท รวมเป็นจำนวนเงิน 2.16 ล้านบาท
- 25.16 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งทำสัญญาว่าจ้างโฆษณากับบริษัทแห่งหนึ่งจำนวน 1 ล้านบาท กำหนด ระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2549 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2550 ค่าบริการ โฆษณาเดือนละ 0.20 ล้านบาท รวมเป็นจำนวนเงิน 2.4 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548 บริษัทย่อยมีหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นดังนี้

- 25.17 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งอยู่ระหว่างการถูกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหาย เนื่องจากการปฏิบัติงานเกี่ยว กับการละเมิดลิขสิทธิ์ของบริษัทย่อยจำนวนทุนทรัพย์รวม 12.67 ล้านบาท (ปี 2548 : 8.97 ล้านบาท) แต่อย่างไรก็ดีบริษัทย่อยได้มีการประมาณการหนี้สินดังกล่าวในงบดุล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 เป็นจำนวนเงิน 1.27 ล้านบาท ปัจจุบันอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาล
- 25.18 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งอยู่ระหว่างการถูกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายคดีอาญาในความผิดฐานหมิ่น ประมาท ปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างการประนีประนอม และบริษัทย่อยคาดว่าจะสามารถ ประนีประนอมได้และอาจไม่ต้องจ่ายค่าเสียหายแก่โจทก์
- 25.19 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งอยู่ระหว่างการถูกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายคดีแพ่งในความผิดฐานหมิ่น ประมาท มูลค่าการฟ้องร้องรวมเป็นจำนวนเงิน 50 ล้านบาท ปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างการ พิจารณาของศาล ซึ่งยังไม่อาจทราบข้อยุติของคดีความ ดังนั้นบริษัทจึงยังไม่ได้บันทึกค่าเสียหาย ที่อาจเกิดขึ้นจากคดีดังกล่าว

- 25.20 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์กับหน่วยงานต่างประเทศแห่งหนึ่ง เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2548 โดยมีหนี้สินที่จะต้องจ่ายชำระจำนวน 9 งวด ในระหว่างปี 2550 - 2557 จำนวนเงิน 8,200,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา รวมค่าประกันโดยกรรมการ บริษัทใหญ่นาครพาณิชย์ แห่งหนึ่งออกหนังสือค้ำประกันตามค่างวดที่ถึงกำหนดชำระ

26. เรื่องอื่น ๆ

ตามรายงานการประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2548 ที่ประชุมมีมติอนุมัติการตั้งค่าเพื่อสินค้าคงเหลือล้าสมัย ค่าเพื่อการด้อยค่าของลิขสิทธิ์ภาพยนตร์และลิขสิทธิ์มาสเตอร์เพลงของกลุ่มบริษัท อาร์เอส จำนวนเงิน 203.5 ล้านบาท ซึ่งเกิดจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน โดยรายการดังกล่าวได้บันทึกในงบการเงินสำหรับปี 2548

27. เหตุการณ์ภายหลังวันที่ในงบดุล

เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2550 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างให้กับบุคคลภายนอก มูลค่าตามสัญญา จำนวนเงิน 110 ล้านบาท โดยผ่อนจ่ายชำระเป็นจำนวน 16 งวด เริ่มงวดแรกวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2550 (วันโอนกรรมสิทธิ์สิ้นสุดงวดสุดท้ายภายในเดือนเมษายน 2551)

28. การอนุมัติงบการเงิน

งบการเงินนี้ได้รับการอนุมัติให้ออกโดยกรรมการผู้มีอำนาจของบริษัทเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2550