



รายงาน
ประจำปี
2548

สารบัญ

1	สาสน์	03
2	ผู้บริหาร	05
3	บทบาทและความรับผิดชอบ	06
4	การลงทุนในบริษัทย่อย	14
5	ข้อมูลทางการเงิน	15
6	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	16
7	ปัจจัยความเสี่ยง	58
8	โครงสร้างการถือหุ้นและการจัดการ	63
9	รายการระหว่างกัน	84
10	คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานการเงินและผลการดำเนินงาน	89
11	งบการเงิน	101

สารสนเทศจากประธานกรรมการและ ประธานกรรมการบริหาร

เรียนท่านผู้ถือหุ้น

ปี 2548 ที่ผ่านมา บริษัทมีรายได้รวมทั้งสิ้น 2,747.8 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโต 15.6% โดยมีสาเหตุการเติบโตมาจากรายได้โฆษณาจากรัฐกิจสื่อวิทยุและโทรทัศน์ รายได้จากการบริหารลิขสิทธิ์ของธุรกิจนิวมีเดีย และรายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาดของหน่วยงาน Image and Asset Management ที่บริษัทได้จัดตั้งขึ้นเพื่อบริหารภาพลักษณ์และศิลปิน เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้หน่วยงานนี้ยังเป็นผู้อุปถัมภ์งานด้านสินค้าลิขสิทธิ์ให้กับศิลปินในประเทศไทยเช่นเดียวกับศิลปินระดับโลกในต่างประเทศ โดยได้พัฒนาสินค้าลิขสิทธิ์สำหรับศิลปินชั้นนำของบริษัทฯ ซึ่งมีผู้ผลิตสินค้าลิขสิทธิ์ชั้นนำหลายรายซื้อสิทธิ์จากศิลปินของบริษัทฯ เพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าจำหน่ายให้กับผู้สนใจและแฟนคลับทั่วประเทศ

ในส่วนของธุรกิจสื่อวิทยุ บริษัทยังคงสามารถรักษาความเป็นอันดับหนึ่งทางด้านจำนวนผู้ฟังของสถานีวิทยุที่เปิดเพลงประเภท easy listening ไปได้ตลอดทั้งปี 2548 โดยคลื่นวิทยุ 93 Cool FM เป็นคลื่นอันดับหนึ่งในรายการประเภทนี้จากการสำรวจของ AC Neilson และ Tapscan ตลอดทั้งปี ส่วนคลื่นวิทยุ 88.5 FM Max และ 106 Life FM ก็มีความนิยมอยู่ใน 3 อันดับแรกของรายการประเภทเดียวกัน

นอกจากนี้บริษัทยังได้ขยายงานในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ด้วยการผลิตหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน ดารา เดลี และการขยายศูนย์ขายเพื่อรองรับตลาดกลุ่มผู้ชายในนาม นิตยสาร บอส ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้อ่านและลูกค้าผู้ซื้อโฆษณาเป็นอย่างดี ซึ่งการขยายตัวดังกล่าวถือเป็นการต่อยอดทางธุรกิจเพื่อการเจริญเติบโตที่มั่นคงสำหรับบริษัทในระยะยาว

ความสำเร็จในการสร้างการเติบโตทางด้านรายได้เหล่านี้เป็นผลมาจากการทุ่มเทของบุคลากรในทุกๆ ด้านหลังจากการปรับกระบวนการคิดและวิธีทำงานครั้งใหญ่ในปี 2547 ที่ผ่านมา อย่างไรก็ดี เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนไป บริษัทฯ ได้ตัดสินใจปรับเปลี่ยนนโยบายทางด้านบัญชีให้สอดคล้องกับวิธีการบริหารลิขสิทธิ์เพลงและภาพยนตร์ในปัจจุบัน รวมถึงการบริหารสินค้าคงคลังของสินค้าเพลงภายใต้สภาวะที่ช่องทางการจำหน่ายต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ซึ่งทำให้เกิดผลขาดทุนทางบัญชีเป็นจำนวนมากในปีนี้ ทั้งนี้หากไม่รวมผลขาดทุนเหล่านี้ บริษัทฯจะมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงานก่อนรายการดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ 28.2 ล้านบาท

อย่างไรก็ตามบริษัทจะยังคงพัฒนาในทุกๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาทรัพยากรบุคคล รวมถึงโครงการวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลผู้บริโภคและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอยู่เสมอเพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์การเป็น “ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ผลงานบันเทิง ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม” โดยในปี 2549 นี้เป็นปีที่บริษัทมีอายุครบ 25 ปี บริษัทจึงได้มีการปรับเปลี่ยนเครื่องหมายองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับภาพรวมของการเป็นองค์กรแห่ง “มหัศจรรย์ความสุขไม่รู้จบ” (A Journey of Happiness)

นอกจากนี้บริษัทฯยังได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2549 จึงได้มีมติอนุมัติและประกาศใช้คู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทอาร์เอส เพื่อให้กลุ่มบริษัทอาร์เอสมีแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจนสำหรับเรื่องจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณของพนักงานในกลุ่มบริษัทอาร์เอส อันจะมีผลทำให้กลุ่มบริษัทฯสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ในนามของคณะกรรมการบริษัทฯ ขอถือโอกาสนี้ขอบคุณท่านผู้ถือหุ้น ลูกค้า หน่วยงานราชการ และผู้มีอุปการะคุณ รวมถึงพนักงานทุกท่านที่ทุ่มเททำงานอย่างไม่เห็นแก่ความเหน็ดเหนื่อย เพื่อให้อาร์เอสเป็นองค์กรแห่งความสุขที่สามารถมอบสิ่งดีๆ ให้กับสังคมไทยตลอดไป



นายกรังโรจ เชษฐโชติศักดิ์
ประธานกรรมการ



นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์
ประธานกรรมการบริหาร

Chairman and CEO



1. เกรียงไกร เชมภูโชติศักดิ์ ประธานกรรมการ
2. สุรัชย์ เชมภูโชติศักดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ

Management Team



1. เกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์
2. สุรัชย์ เชษฐโชติศักดิ์
3. สุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์
4. มาลี เชษฐโชติศักดิ์
5. คมสันต์ เชษฐโชติศักดิ์
6. บรรณรงค์ พิษณุการ
7. ยรรยง อัครจินดานนท์
8. พรพรรณ รุ่งเรืองบางชั้น
9. ประสงค์ รุ่งสมัยทอง

- ประธานกรรมการ
 ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ
 รองประธานกรรมการบริหาร
 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
 รองกรรมการผู้จัดการ - การเงินและบัญชี
 รองกรรมการผู้จัดการ - ทั่วไป
 รองกรรมการผู้จัดการ - สำนักประธาน
 รองกรรมการผู้จัดการ - บริหารภาพลักษณ์ และ สินทรัพย์องค์กร



บทมาก
และความรับผิดชอบ
ต่อสังคม

สืบเนื่องจากอาร์เอส เป็นหนึ่งในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบนเท็งแบบครบวงจร ซึ่งถือว่าเป็นสื่อกลางของประชาชนส่วนใหญ่ในสังคมไทย ดังนั้นบริษัทฯ จึงดำเนินนโยบายให้สอดคล้องและตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสำคัญ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงการพัฒนาสังคมและการรักษามาตรฐานในการดำเนินธุรกิจ โดยในปี 2548 ที่ผ่านมา อาร์เอส ได้เข้าร่วมและดำเนินกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในหลายๆ โครงการ ดังตัวอย่างเช่น

สีนามีที่อีสาน

ช่วงเวลาของโครงการ : 10-11 พฤษภาคม 2548



หลักการและเหตุผล :

จากผลกระทบของเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิไม่เพียงแต่ประชาชนใน 6 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันเท่านั้นที่ได้รับความเดือดร้อน แต่ยังมีประชาชนและครอบครัวในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออีกจำนวนหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ครั้งนี้ด้วย ปัญหาที่เกิดขึ้นเกิดจากการโยกย้ายแรงงานไปยังพื้นที่ดังกล่าว โดยจำนวนแรงงานที่ประสบเหตุคลื่นยักษ์สึนามิมีจำนวนหลายร้อยคน และนักเรียนเกือบสองร้อยคนต้องสูญเสียบิดามารดาหรือบุคคลที่รับผิดชอบครอบครัวไป ทำให้เด็กนักเรียนเหล่านี้ประสบปัญหาความยากลำบากในชีวิต และปัญหาครอบครัวอื่นๆ ตามมา เช่น การขาดรายได้มาจุนเจือครอบครัว ปัญหาสุขภาพจิตต่างๆ เป็นต้น

หลังจากเหตุการณ์สีนามิได้ผ่านพ้นไป ความช่วยเหลือได้ไหลเข้าไปสู่พื้นที่ 6 จังหวัดที่ประสบภัยพิบัติเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ แต่อย่างไรก็ตาม ความเสียหายในพื้นที่ภาคอีสานก็ควรจะได้รับ การฟื้นฟูเช่นเดียวกัน จากข้อมูลพื้นฐานที่EDFได้รับเบื้องต้น จังหวัดที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีแรงงานเดินทางไปทำงานในพื้นที่ประมาณ 1,000 คน ในขณะที่เกิดเหตุการณ์มีแรงงานเกือบ 300 คนที่ประสบกับคลื่นยักษ์ มีผู้สูญเสียประมาณ 70 คน โดยเฉพาะจาก อำเภอชำนิ มีจำนวนผู้สูญเสียมากที่สุด

ดังนั้นการดำเนินโครงการจึงได้กำหนดพื้นที่นำร่องขึ้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ และศิลปินโอเน้าซึ่งเป็นชาวบุรีรัมย์เป็นผู้นำให้เกิดการรับรู้ และระดมความช่วยเหลือให้กับผู้ประสบภัยในภาคอีสาน โดยร่วมกับ EDF ทำการระดมทุนให้กับครอบครัวเด็กนักเรียนที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิในครั้งนี้ โดยความช่วยเหลือเบื้องต้นมุ่งเน้นในการช่วยเหลือระยะยาว คือ การให้การศึกษากับเด็กเหล่านั้น เพื่อเป็นบivioให้สามารถสร้างชีวิตของตนเองต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้ถึงผลกระทบของคลื่นยักษ์สึนามิที่มีต่อประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อแสดงให้เห็นถึงความร่วมมือของหน่วยงานเอกชนในการร่วมกันช่วยเหลือและฟื้นฟูผู้ที่ตกเป็นเหยื่อจากภัยพิบัติที่เกิดขึ้นภายในประเทศ
3. เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความห่วงใยและความรับผิดชอบของกลุ่มศิลปินโอเน้าที่มีต่อสังคมและชุมชนในบ้านเกิดของตนเอง

ผลการดำเนินงาน :

1. ทำให้ครอบครัวของผู้ประสบภัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้รับทุนการศึกษา
2. ทำให้ผู้ประสบภัยและครอบครัว โดยเฉพาะกลุ่มเด็กนักเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความรู้สึกไม่ไดถูกทอดทิ้งและมีกำลังใจที่จะต่อสู้ต่อไป
3. สาธารณชนได้รับรู้ถึงผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิที่มีต่อประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านการประชาสัมพันธ์จากกลุ่มศิลปินโอเน้า
4. กลุ่มศิลปินโอเน้าที่เป็นศิลปินที่บ้านเกิดอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถส่งเสริมให้เห็นความรับผิดชอบและความห่วงใยที่มีต่อชุมชนของตนเอง และขยายไปยังชุมชนใหญ่ของทั้งประเทศได้

ใส่ใจใต้กิจกรรมให้กำลังใจทหารและประชาชน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ช่วงเวลาของโครงการ : 12 ตุลาคม 2548



หลักการและเหตุผล :

สืบเนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทางอาร์เอส ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนสายธุรกิจบันเทิงที่ให้ความสำคัญและให้ความช่วยเหลืองานด้านสังคมมาโดยตลอด ดังนั้นเพื่อเป็นการให้กำลังใจประชาชน ทหาร ตำรวจ ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทางบริษัทฯ เห็นว่าสมควรดำเนินกิจกรรม “ให้กำลังใจทหารและประชาชน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้”

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อสร้างและยกระดับภาพลักษณ์ให้กับบริษัทฯ ในการให้กำลังใจกับพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
2. เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกองทัพภาคที่ 4 และสำนักพระราชวัง

ผลการดำเนินงาน :

1. ทำให้ประชาชนและทหารที่อยู่ในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้รับกำลังใจมากขึ้น
2. ทหารที่ได้รับบาดเจ็บรู้สึกดีใจที่มีดาราสีลปินในดวงใจไปเยี่ยมและให้กำลังใจ

ใส่ใจใต้, กิจกรรมทอดกฐิน จ.นราธิวาส

ช่วงเวลาของโครงการ : 31 ตุลาคม 2548



หลักการและเหตุผล :

สืบเนื่องจากทางบริษัทฯ ได้จัดส่ง 3 ศิลปินชื่อดังเข้าเยี่ยมทหาร ตำรวจ และประชาชน ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ซึ่งผลการต้อนรับพบว่าประสบความสำเร็จ และได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดี ดังนั้นเพื่อเป็นการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งต่อยอดภาพให้ชัดเจนยิ่งขึ้นในการเป็นบริษัท เอกชนบริษัทเดียวที่ให้ความสำคัญกับ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยในเดือนตุลาคมนี้เป็นช่วงออกพรรษา ซึ่งเป็นประเพณีหนึ่งที่สำคัญทางพุทธศาสนา โดยจะมีการทอดกฐินซึ่งจัดภายในเดือนตุลาคม เท่านั้น ทางอาร์เอส เล็งเห็นว่าวัดใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นจำนวนกว่า 40 วัดที่ร้างกฐิน ดังนั้นจึงประสานงานร่วมกับทางกองทัพภาคที่ 4 ร่วมจัดกฐิน โดยเลือกวัด ซึ่งอยู่ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อสร้างและยกระดับภาพลักษณ์ให้กับบริษัทฯ ในการให้ความสำคัญกับพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
2. เพื่อสร้างและยกระดับภาพลักษณ์ให้กับบริษัทฯ ในการให้ความสำคัญกับประเพณีทางพุทธศาสนา
3. เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับทางกองทัพบก ในที่นี้คือกองทัพภาคที่ 4 และสำนักพระราชวัง

ผลการดำเนินงาน :

1. ประชาชน และคารา - ศิลปินได้ทำบุญทอดกฐิน ร่วมกันและสัมผัสเหตุร้ายที่เกิดขึ้น
2. ประชาชนบริเวณใกล้เคียงรับทราบและมาทำบุญที่วัดมากขึ้น

ครบรอบ 1 ปี สีนามิ

ช่วงเวลาของโครงการ : 17 พฤศจิกายน 2548



หลักการและเหตุผล :

จากเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ เข้าถล่ม 6 จังหวัดของไทย ซึ่งนับว่าเป็นความสูญเสียครั้งยิ่งใหญ่ของคนไทยที่ไม่อาจลืมเลือน และเนื่องจากในวันที่ 26 ธันวาคม 2548 ที่กำลังจะมาถึงนี้ เป็นวันครบรอบ 1 ปี และในปีนี้ทางกองทัพอากาศได้เล็งเห็นว่า อาร์เอสเป็นหนึ่งในหน่วยงานภาคเอกชนที่ได้ให้การสนับสนุนช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ต้น และเป็นบริษัทชั้นนำด้านธุรกิจบันเทิงมีศิลปิน-ดาราที่มีคุณภาพ และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีกับทางกองทัพอากาศตลอดมา ทางกองทัพอากาศจึงขอเชิญอาร์เอส เข้าร่วมโครงการในวาระครบรอบ 1 ปี สีนามิที่กำลังจะมาถึงนี้

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อสร้างและยกระดับภาพลักษณ์ให้กับบริษัทฯ เพื่อแสดงให้เห็นว่ามีความสำคัญกับการระลึกถึงเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิที่เกิดขึ้น
2. เพื่อสร้างและยกระดับภาพลักษณ์ของบริษัทเอกชนที่ทำงานเพื่อสังคมให้เด่นชัดยิ่งขึ้น

3. เพื่อสร้างและยกระดับภาพลักษณ์ของศิลปิน-ดาราให้เป็นตัวแทนของคนไทยทั้งประเทศในการทำความดีเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการ ได้แก่ กองทัพอากาศ

ผลการดำเนินงาน :

1. ทำให้ครอบครัว ประชาชน ผู้ประสบภัย รู้สึกถึงความห่วงใยจากประชาชนในประเทศ
2. ประชาชนผู้ประสบภัยมีกำลังใจที่จะทำงานต่อไป เพราะได้รับกำลังใจที่ดีจากดารา-ศิลปินอย่างต่อเนื่อง
3. ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจถึงวิธีการทรมภัยที่ถูกต้อง

หนึ่งคนให้...หลายคนรับ-มหกรรมให้ เพื่อชีวิตใหม่

ช่วงเวลาของโครงการ : 26 พฤศจิกายน 2548



หลักการและเหตุผล :

ปัจจุบันการปลูกถ่ายอวัยวะ เป็นวิธีการรักษาที่ช่วยชีวิตใหม่ ให้ผู้ป่วยที่หมดหวัง จะรักษาด้วยวิธีอื่น ปัจจุบันสำคัญที่สุด ในการรักษา คือ การได้มาซึ่ง อวัยวะ บริจาคจากผู้เสียชีวิตที่ยังมีข้อจำกัดอยู่มาก กล่าวคือ ปัญหาการขาด ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ ทั้งวงการแพทย์ และ สาธารณชนทั่วไป และปัญหาในการประสานงาน ระหว่างสถาบัน ต่างๆ ที่มี ผู้บริจาคอวัยวะ ที่สำคัญคือปัญหาตางกล่าว อาจนำไปสู่ การซื้อขาย อวัยวะได้ในที่สุด ศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย ได้เปิดรับบริจาคอวัยวะจากประชาชนทั่วไป อย่างต่อเนื่องแต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ป่วยที่ต้องการปลูกถ่ายอวัยวะ และประชาชนทั่วไปก็ยังไม่ทราบข้อมูล รายละเอียด ในการสมัครเพื่อบริจาคอวัยวะต่างๆ ดังนั้น ศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย ร่วมกับ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรม โครงการ “หนึ่งคนให้...หลายคนรับ-มหกรรมให้ เพื่อชีวิตใหม่” เพื่อรณรงค์ให้ความรู้และจัดกิจกรรมรับบริจาคโลหิต เซลล์ต้นกำเนิดเม็ดโลหิต อวัยวะ และดวงตา จากประชาชนทั่วไป

วัตถุประสงค์ :

1. สร้างให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ, โโลหิต เซลล์ต้นกำเนิด เม็ดโลหิต และดวงตา
2. เพื่อสร้างกระแส เพื่อให้เกิดจิตสำนึกของคนในสังคม

3. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร
4. เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อศิลปิน ในการเข้าร่วมกิจกรรมและบริจาค

ผลการดำเนินงาน :

1. ประชาชนได้เข้าใจเกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะเพิ่มมากขึ้นจากการประชาสัมพันธ์
2. มีผู้เข้ามาบริจาคอวัยวะ ดวงตา และบริจาคโลหิต เพิ่มขึ้น
3. ภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรและศิลปินในแง่ของการช่วยเหลือกิจกรรมเพื่อสังคม

ออกแรงกาย ได้แรงใจ เพื่อคนไทย ห่างไกลเอ็ดส์

ช่วงเวลาของโครงการ : 30 พฤศจิกายน 2548



หลักการและเหตุผล :

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข โดยสำนักงานโรคเอดส์ วัณโรค และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ จัดกิจกรรมรณรงค์วันรวมใจต้านภัยเอดส์ ปีงบประมาณ 2549 ซึ่งเป็นวันเอดส์โลก (World AIDS) ซึ่งในปีนี้องค์การต้านเอดส์แห่งสหประชาชาติ (UNAIDS) ได้ กำหนดคำขวัญว่า “Stop AIDS. Keep the Promise.” ซึ่งถอดความเป็นภาษาไทยได้ว่า “เอดส์หยุดได้...ร่วมใจรักษาสัญญา” โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อขยายความร่วมมือในการตอบสนองต่อเรื่องเอดส์ ให้ประชาชนตระหนักถึงข้อตกลง และสัญญาเกี่ยวกับเอดส์ โดยสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อลดการรังเกียจตีด่วนกับต่อผู้ติดเชื้อ และผู้ป่วยเอดส์ เน้นให้เยาวชนได้รับข้อมูลข่าวสาร และบริการ เพื่อให้ปลอดภัยจากเอดส์ และส่งเสริมให้คนไทยมีอายุยืนยาว โดยจัดกิจกรรมในชื่อโครงการ “ออกแรงกาย ได้แรงใจ เพื่อคนไทยห่างไกลเอดส์”

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อสร้างและยกระดับภาพลักษณ์ให้กับบริษัทฯ ให้เห็นว่าบริษัทฯ มีความสำคัญกับปัญหาโรคเอดส์ที่เกิดขึ้น
2. เพื่อสร้างและยกระดับภาพลักษณ์ของบริษัทเอกชนที่ทำงานเพื่อสังคม ให้เด่นชัดยิ่งขึ้น

3. เพื่อสร้างและยกระดับภาพลักษณ์ของศิลปิน – ดาราให้เป็นตัวแทนของคนไทยทั้งประเทศในการทำความดี
4. เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เข้าร่วมโครงการ

ผลการดำเนินงาน :

1. ส่งเสริมภาพลักษณ์ ของบริษัทฯ ในฐานะที่เป็นบริษัทเอกชนที่ให้ความสำคัญกับปัญหาโรคเอดส์ที่เกิดขึ้น
2. ส่งเสริมภาพลักษณ์ของศิลปิน – ดารา ซึ่งเป็นตัวแทนของคนไทยทั้งประเทศในการทำความดี
3. ประชาสัมพันธ์ศิลปินของทางบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
4. ประสานความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เข้าร่วมกับโครงการ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

รวมทานน้ำใจ ช่วยเหลือภัยน้ำท่วม

ช่วงเวลาของโครงการ : 22 ธันวาคม 2548



หลักการและเหตุผล :

จากเหตุการณ์อุทกภัยที่เกิดขึ้น ทำให้หลายจังหวัดในเขตภาคใต้ได้รับผลกระทบ น้ำท่วมบ้านเรือน ทรัพย์สินเกิดความเสียหาย รวมทั้งสภาพจิตใจ ของผู้ที่ประสบอุทกภัยในครั้งนี้ ดังนั้นทางบริษัทฯ ซึ่งเป็นหน่วยงานของภาคเอกชน จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการแก้ปัญหา อย่างกัน ท่วงที และเพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับประชาชนที่ประสบอุทกภัยให้ตติงเต็ม ทางบริษัทฯ จึงได้จับมือร่วมกับกองทัพอากาศ และสภาภาษาตติงอีกครั้ง เพื่อบรรเทาสาธารณภัยให้เบาบางและหายไปจากใจชาวใต้อีกคน

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อการบรรเทาความเดือดร้อนจากอุทกภัยน้ำท่วม
2. เพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้กับประชาชนที่ประสบภัยน้ำท่วม
3. เพื่อสร้าง และยกระดับภาพลักษณ์ให้บริษัทฯ ๑ และศิลปิน - ดารา ในการเป็นตัวแทนของคนไทยทั้งประเทศในการทำความดี
4. เพื่อเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่จะเข้าร่วมโครงการ อันได้แก่ กองทัพอากาศสภา ภาษาตติง

ผลการดำเนินงาน :

1. ส่งผลให้ภาพลักษณ์ บริษัทฯ ในฐานะที่เป็นบริษัทเอกชนที่ให้ ความสำคัญกับปัญหาอุทกภัยน้ำท่วมที่เกิดขึ้น
2. ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของศิลปิน - ดารา ซึ่งเป็นตัวแทนของคนไทย ทั้งประเทศในการทำความดี
3. ประชาสัมพันธ์ศิลปินของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
4. สามารถประสานความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการ ได้แก่ กองทัพอากาศ , สภาภาษาตติง
5. บรรเทาสาธารณภัย และสภาพจิตใจของประชาชนให้ดีขึ้น

วัตถุประสงค์บริษัทฯ ก่อตั้งตั้งระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป

ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2548



บริษัทย่อย		ประเภทกิจการ		โทรศัพท์		โทรสาร		หุ้นที่ออกจำหน่ายได้แล้ว	
								ชนิด จำนวน	
1	บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด		จัดจำหน่ายขน ไซต์ วัสดุ วัสดุก่อสร้าง	02-955-5650-52	02-955-5690	หุ้นสามัญ		2,000,000	
2	บริษัท บุญพร้อม จำกัด (เดิมชื่อบริษัท เสด แอสเลอส์ จำกัด)		ออกแบบงานคอมพิวเตอร์กราฟิก	02-717-1151-2	02-717-1153	หุ้นสามัญ		310,000	
3	บริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อบริษัท ร็อก สกิน จำกัด)		ผลิตและจำหน่ายเสื้อสังขมัม	02-938-7759	02-938-7523	หุ้นสามัญ		50,000	
4	บริษัท อาร สยาม จำกัด		ถือหุ้นทางอ้อมโดยบริษัท โปเอน่า จำกัด						
5	บริษัท จัดเก็บวัสดุไทย จำกัด		ผลิตและโปรโมทงานเพลงลูกทุ่ง	02-938-8596-7	02-938-8598	หุ้นสามัญ		10,000	
6	บริษัท สกาย-โฮ นีเคอส์ จำกัด		จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลง	02-938-8016-7	02-938-8402	หุ้นสามัญ		100,000	
7	บริษัท โปเอน่า จำกัด		ผลิตรายการวิทยุ	02-938-5691-3	02-938-5614	หุ้นสามัญ		1,000,000	
8	บริษัท อ.ลาดิน เอ็นจี จำกัด		ผลิตและจำหน่ายเสื้อสังขมัม	02-938-5647-8	02-938-5420	หุ้นสามัญ		100,000	
9	บริษัท อาร.เอส.เทลวชั่น จำกัด		รับจ้างผลิตภาพยนตร์ สคริปต์และรายการโทรทัศน์	02-938-5630-2	02-938-5620	หุ้นสามัญ		50,000	
10	บริษัท พี.โอ.วี (เอชอี) จำกัด		รับจ้างผลิตภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์	02-938-5624-6	02-938-5629	หุ้นสามัญ		40,000	
11	บริษัท ปากาเซย์ จำกัด		รับจ้างผลิตภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์	02-938-8470-3	02-938-8474	หุ้นสามัญ		40,000	
12	บริษัท อาร. เอส. สตูดิโอ จำกัด		ผลิตและรับจ้างผลิตภาพยนตร์ สคริปต์และรายการโทรทัศน์	02-513-0470-3	02-513-8808	หุ้นสามัญ		100,000	
13	บริษัท มรดก เอ็มพอร์เนอแม้นท์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สกรีน เสด จำกัด)		ให้บริการเช่าชุดชุดโต โรงถ่ายและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทำและจัดต่อ	02-939-3020-4	02-938-0784	หุ้นสามัญ		100,000	
14	บริษัท อาร.เอส. สอริตมาสเตอร์ จำกัด *		ผลิตและรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์	02-559-3071	02-559-0909	หุ้นสามัญ		28,000	
15	บริษัท ชาโดว์ เอ็มพอร์เนอแม้นท์ จำกัด *		(ออกแบบสิ่งพิมพ์)						
16	บริษัท เมจิก เอ็ดวอร์เนอแม้นท์ จำกัด *		ผลิตรายการโทรทัศน์และรับจ้างผลิตงานกิจกรรม	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ		45,000	
17	บริษัท เรด คราน่า จำกัด *		(รับจ้างผลิตงานโปรโมท)						
18	บริษัท อวอง จำกัด *		ผลิตและรับจ้างผลิตสคริปต์และรายการโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ		92,500	
19	บริษัท อาร เอส พีสัม แอนต์ ดีสทริบิวชั่น จำกัด *		ผลิตและรับจ้างผลิตและรายการโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ		117,500	
20	บริษัท พีสัมเชอร์ จำกัด *		รับจ้างผลิตและรายการโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ		100,000	
21	บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด *		ผลิตและรับจ้างผลิตภาพยนตร์และ-ละคร	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ		100,000	
			จัดจำหน่ายภาพยนตร์และรับจ้างผลิตภาพยนตร์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ		50,000	
			ผลิตและรับจ้างผลิตภาพยนตร์ สคริปต์และรายการโทรทัศน์	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ		100,000	
			รับจ้างจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ	02-511-0555	02-511-2324	หุ้นสามัญ		30,000	

* หมายถึง บริษัทที่ยุติการชั่วคราว

สรุปข้อมูลทางการเงิน

รายการ	งบตรวจสอบ		งบตรวจสอบ	
	งบการเงินรวม	2546	งบการเงินรวม	2547
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	206,032,962	240,077,946	226,783,864	
ลูกหนี้การค้า-สุทธิ	471,113,774	670,806,276	670,409,287	
สินค้าคงเหลือ	739,204,629	522,497,429	259,018,840	
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์-สุทธิ	437,850,188	403,060,189	357,095,635	
รวมสินทรัพย์	2,226,383,941	2,359,969,176	1,861,328,254	
เงินเบิกเกินบัญชีและ เงินกู้ยืมระยะสั้น	78,500,000	308,000,000	160,000,000	
เจ้าหนี้การค้า	287,770,936	283,544,799	309,648,870	
เงินกู้ยืมระยะยาว	0	0	0	
รวมหนี้สิน	707,217,540	972,156,839	905,351,243	
ทุนจดทะเบียน	700,000,000	700,000,000	725,000,000	
ทุนสำรองแล้ว	700,000,000	700,000,000	700,000,000	
กำไรสะสม	211,650,162	79,969,141	(353,146,903)	
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,519,166,401	1,387,812,337	955,977,011	
รายได้รวม	1,961,266,375	2,377,870,616	2,747,810,623	
ต้นทุนขายและบริการ	1,329,183,417	1,878,824,318	2,012,706,457	
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	458,297,863	611,263,767	1,108,010,725	
ดอกเบี้ยจ่าย	7,402,835	6,319,777	6,535,106	
ภาษีเงินได้	58,207,924	12,022,601	52,723,506	
กำไรสุทธิ	107,814,336	(131,681,021)	(433,116,044)	
จำนวนหุ้นเฉลี่ยส่งมอบบ้านพัก ณ มูลค่าที่ตราไว้ที่ 5 บาท	129,896,790	140,000,000	145,000,000	
กำไรสุทธิต่อหุ้น	0.83	(0.94)	(3.09)	
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น	11.70	9.91	6.59	



การประกอบธุรกิจ



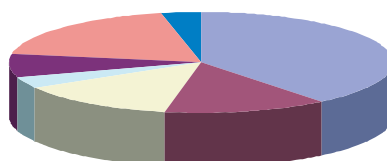
ธุรกิจหลักของกลุ่มประกอบด้วย ธุรกิจเพลง ธุรกิจสื่อ ซึ่งได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร, หนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน และธุรกิจผลิตภาพยนตร์และรับจ้างผลิต

โครงสร้างรายได้

ประเภทรายได้	2546		2547		2548	
	จำนวน (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	จำนวน (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	จำนวน (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
รายได้จากการขายสินค้า	838.75	43%	931.66	39%	797.84	34%
รายได้ค่าลิขสิทธิ์และอื่นๆ	166.29	8%	330.08	14%	451.43	19%
รายได้จากการรับจ้างผลิต	214.56	11%	324.10	14%	313.22	13%
รายได้ภาพยนตร์	134.03	7%	87.10	4%	102.80	4%
รายได้คอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด	129.1	7%	179.12	8%	228.77	10%
รายได้จากการขายโฆษณา	399.2	20%	445.54	19%	774.36	33%
อื่นๆ	79.34	4%	80.27	3%	79.39	3%
รวม	1,961.27		2,377.87		2,747.81	



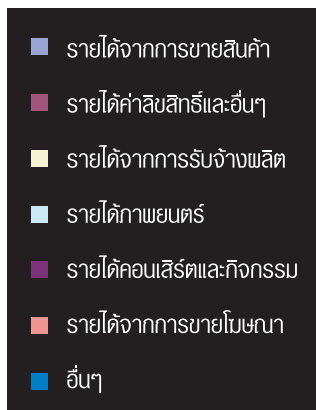
2546



2547



2548



ธุรกิจเพลง

ธุรกิจเพลงสตรีม

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจเพลงของกลุ่มอาร์ เอสมีดังนี้

1) การวางโครงสร้างการประกอบธุรกิจเพลง (Business Model)

ในลักษณะครบวงจร ทุกขั้นตอนของการดำเนินงานภายใต้บริษัทในกลุ่มดังกล่าวข้างต้น เนื่องจากอาร์ เอสมีศิลปินจำนวนมากทำให้สามารถผลิตผลงานเพลงได้หลากหลายเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้ครบทุกกลุ่มและสามารถผลิตผลงานออกสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่อง การทำงานเพลงจะเริ่มต้นจากการนำเสนอแนวความคิด คอนเซ็ปต์ของงาน และกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายต่อคณะกรรมการบริหารธุรกิจเพลง (Music Business Management Board) เพื่อพิจารณาอนุมัติในหลักการ โดยแผนการการผลิตแต่ละอัลบั้มจะแตกต่างกันไปตามประเภทและประมาณการยอดขายของแต่ละอัลบั้มเป็นสำคัญ หลังจากนั้นการทำงานเพลงจะดำเนินการโดยอิสระโดยทีมงานในแต่ละค่ายเพลง หลังจากนั้น แผนการประชาสัมพันธ์ การวางกลยุทธ์การโปรโมท จะถูกจัดทำขึ้นโดยทีมงานของแต่ละค่ายเพลง และนำมาประสานงานร่วมกับหน่วยงานบริหารการใช้สื่อและหน่วยงานจัดจำหน่าย เพื่อให้ผลงานที่ออกมาผ่านการวางแผนและการกลั่นกรองทุกขั้นตอน ดังนั้นคุณภาพของผลงานจะตรงกับความต้องการและกระแสนิยมของตลาด ณ ปัจจุบัน

2) การวางนโยบายการผลิตผลงานในจำนวนที่เหมาะสม

เน้นการให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลงาน และการดูแลสินค้าเมื่อออกสู่ตลาดอย่างใกล้ชิดตลอดจนจบกระบวนการ ทำให้การผลิตผลงานแต่ละชุดเป็นไปตามการวางแผนในขั้นต้น และมียอดขายเป็นไปตามการคาดการณ์

3) การใช้ประโยชน์จากสื่อต่างๆ

ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อบนอินเทอร์เน็ตของบริษัทในกลุ่ม เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อใช้สื่อที่มีอยู่ทั้งหมดให้มีประสิทธิภาพสูงที่สุด

4) การมีระบบการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ

สามารถกระจายสินค้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง มีการจัดระบบการบริหารสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม มีการติดตาม การทำงาน และบริหารระบบการจัดจำหน่ายอย่างใกล้ชิด

5) การบริหารจัดการลิขสิทธิ์งานเพลง

ที่มีอยู่อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างรายได้เพิ่มเติมต่อกิจการ โดยรายได้ลิขสิทธิ์งานเพลงมีสัดส่วนเติบโตขึ้นมากจากปีก่อน และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต ทางบริษัทฯจึงมีการวางแผนทางธุรกิจล่วงหน้าเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

การประกอบธุรกิจเพลง มีรายได้หลักจาก 5 แหล่งดังนี้

- 1) รายได้จากการขายลิขสิทธิ์เพลงทั้งงานชุดใหม่และชุดรวมฮิตในรูปแบบต่างๆ ได้แก่เทป ซีดี วีซีดี และดีวีดี
- 2) รายได้จากการทาสปอนเซอร์สนับสนุนอัลบั้ม และกิจกรรมการตลาด
- 3) รายได้จากการขายบัตรและคำสนับสนุน (Sponsor) งานแสดงคอนเสิร์ต
- 4) รายได้จากการรับงานโชว์ตัว งานโฆษณาสินค้า (Presenter) ของศิลปินนักร้องในสังกัด รวมถึงรายได้ลิขสิทธิ์เพื่อผลิตเป็นสินค้าต่างๆ (Merchandising- License) เช่น บริษัทเจ้าของสินค้านำรูปของศิลปินบนเสื้อ หรือหมวก เป็นต้น
- 5) รายได้จากการบริหารจัดการเก็บค่าลิขสิทธิ์งานเพลง ในรูปแบบต่างๆ เช่น การดาวน์โหลดริงโทน การจัดเก็บลิขสิทธิ์ คาราโอเกะ เป็นต้น





ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

งานเพลงของค่ายอาร์ เอส ในกลุ่มผลิตงานเพลงสตริงประกอบด้วยงานเพลงไทยสากลเป็นหลัก และบริษัทฯ ยังมีการทำตลาดเพลงสากลให้กับค่ายเพลงต่างประเทศ มีรายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบการผลิตงานเพลง

ทีมงานสรรหา คัดเลือก และพัฒนาศิลปิน

(Pre-Production Unit)

อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัทฯ โดยทีมงานที่มากด้วยประสบการณ์ ขั้นตอนการสรรหา คัดเลือกและพัฒนาศิลปินมีความสำคัญต่อการผลิตผลงานในขั้นต่อไปเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นขั้นตอนของการเฟ้นหาบุคลากรที่จะเป็นศิลปินคุณภาพต่อไป และการมีศิลปินใหม่เพิ่มขึ้นมา ทำให้บริษัทฯ มีโอกาสในการสร้างงานเพิ่มมากขึ้นทั้งงานเพลง งานแสดง งานโฆษณา และภาพยนตร์

ค่ายเพลง

(Music Label)

ในปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีค่ายเพลงผลิตเพลงสตริงทั้งสิ้น 8 ค่าย ซึ่งแต่ละค่ายมีความถนัดในแนวเพลงที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นป๊อป ร็อก ฮิบฮอป อาร์แอนด์บี หรือ อีซี ลิสซึนนิ่ง (Easy Listening)

ทุกค่ายล้วนประกอบด้วย โปรดิวเซอร์ ครีเอทีฟ นักแต่งเพลง ทำนอง ผู้เรียบเรียงเสียงประสาน ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในวงการเพลงเป็นระยะเวลานาน และสามารถผลิตงานเพลงที่มีคุณภาพได้หลากหลายทุกแนวเพลง ค่ายเพลงจะทำหน้าที่ผลิตงานเพลงออกมาในรูปแบบของมาสเตอร์เพื่อส่งต่อไปบริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยและทำหน้าที่ผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบของเทป ซีดี วีซีดี และดีวีดี และจัดจำหน่ายถึงผู้บริโภคผ่านระบบผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และร้านค้าประเภท Modern Trade ต่อไป



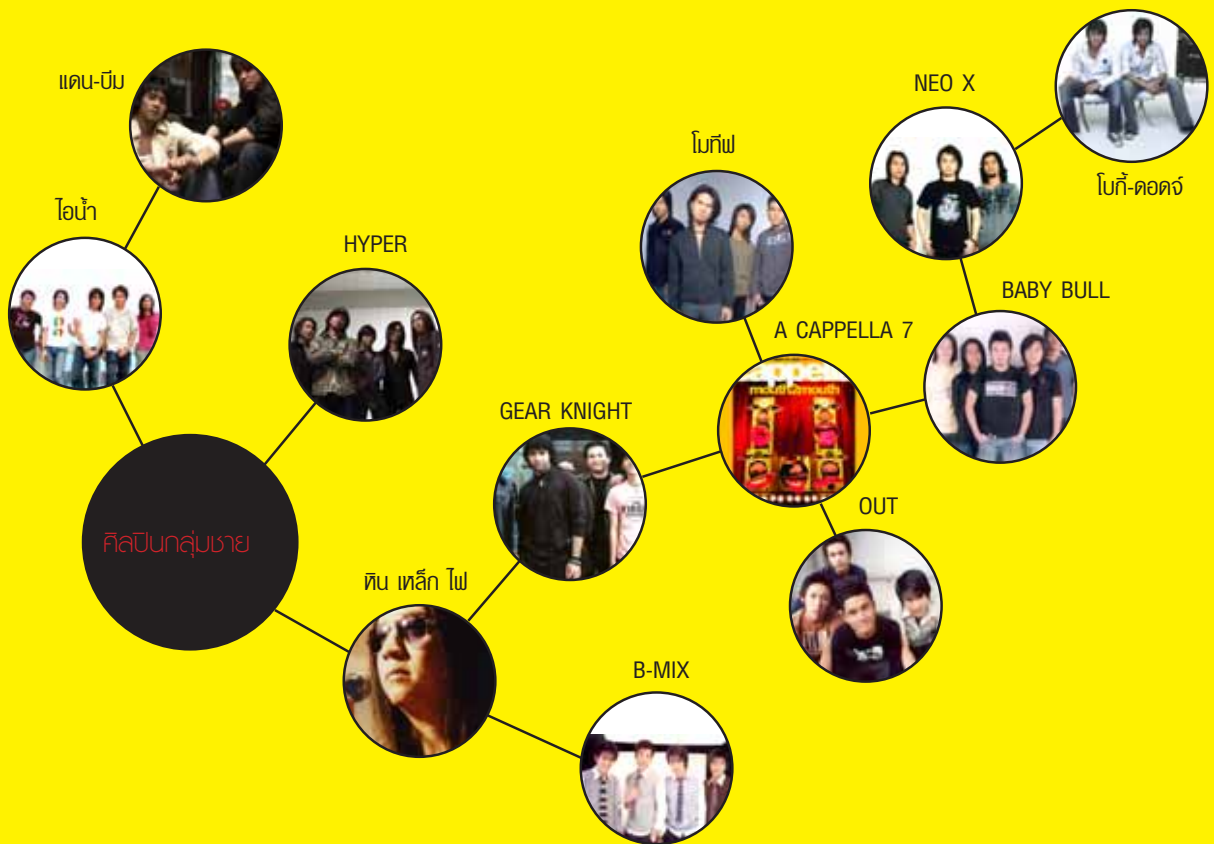
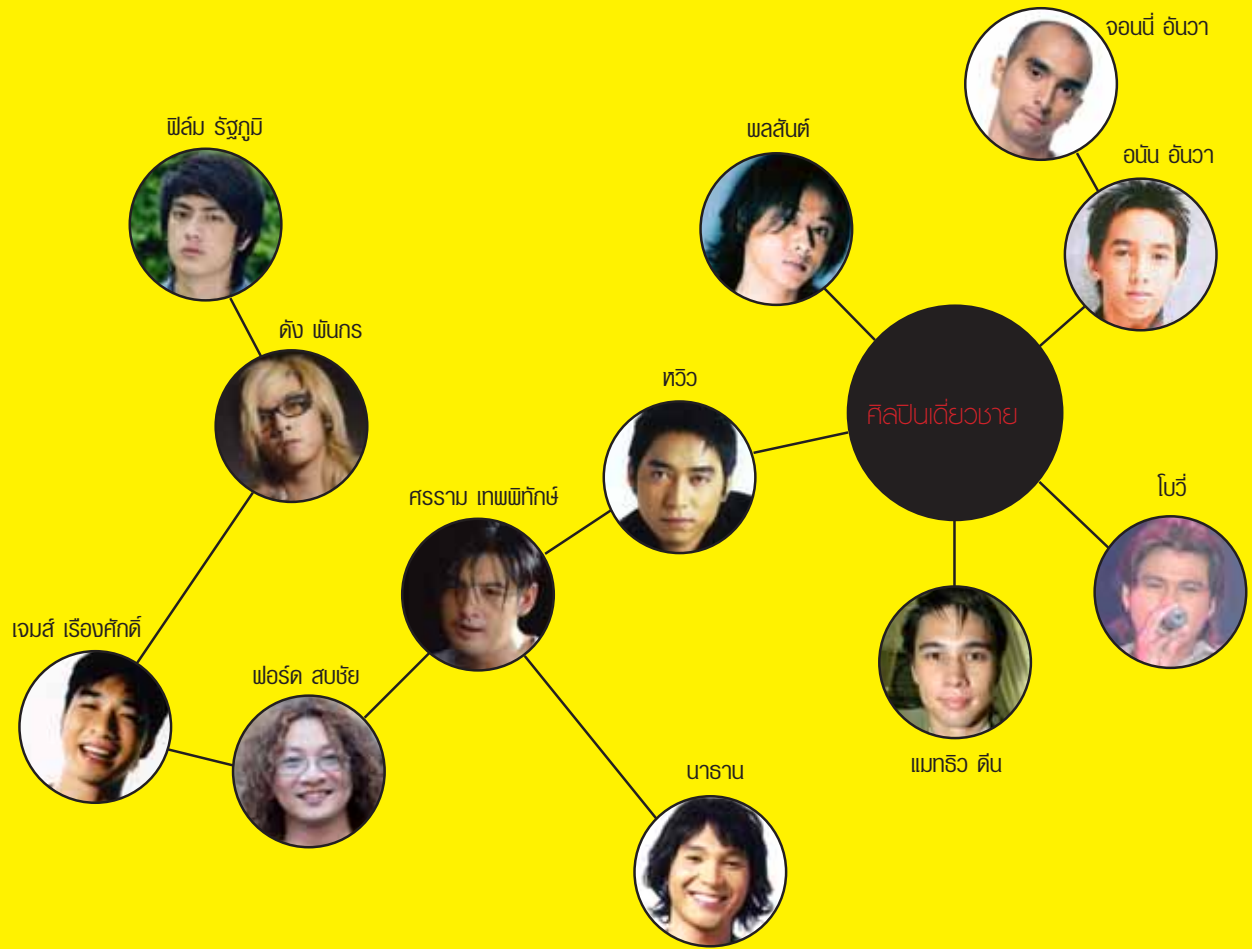
ทีมงานการตลาด MCM (Music Content Management)

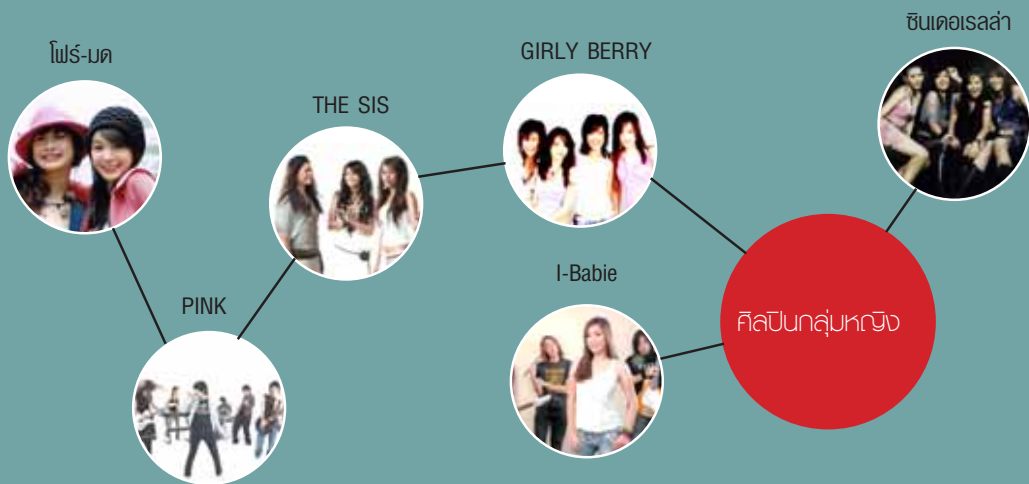
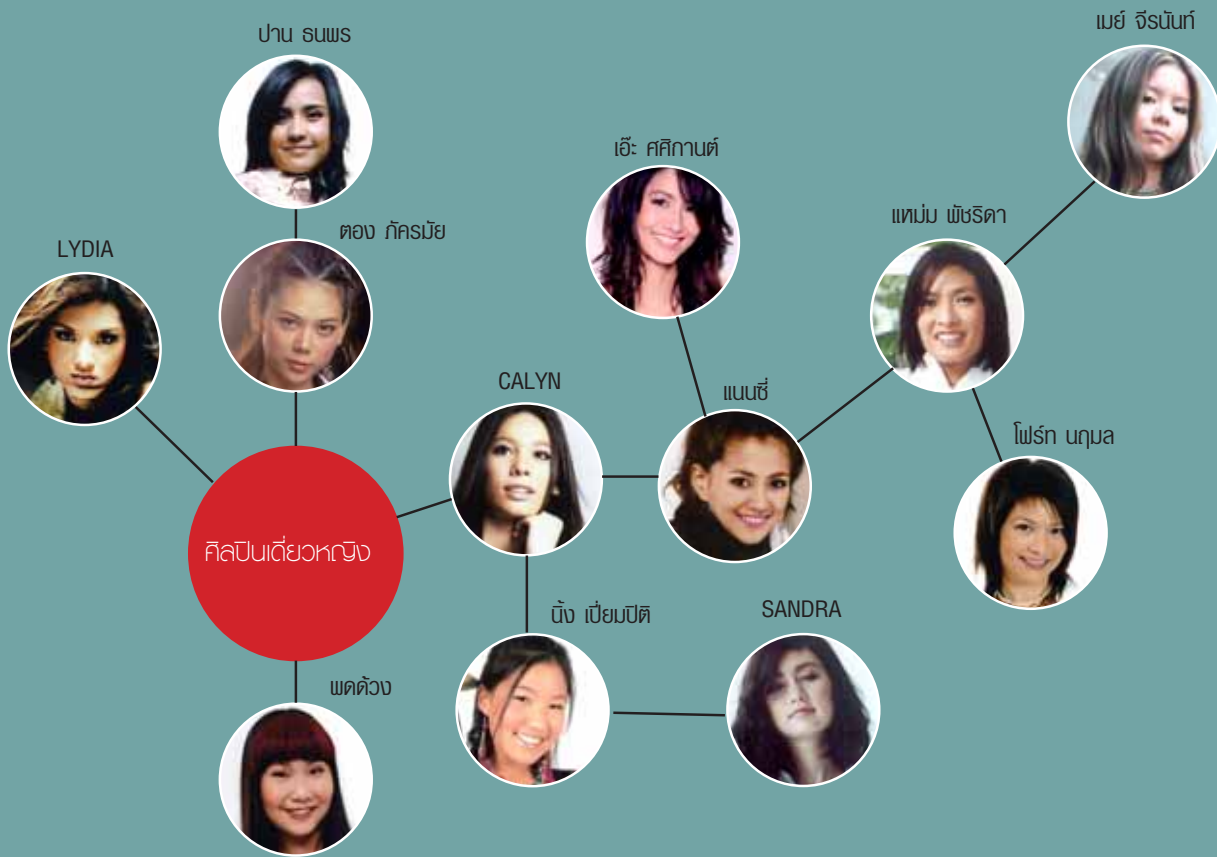
ทีมงานการตลาด MCM รับหน้าที่เป็นศูนย์กลางของธุรกิจเพลงในการดูแลการหารายได้ที่ยอดจากคอนเสิร์ตเพลงนอกเหนือจากรายได้จากการขายเทป ซีดี วีซีดี โดยมุ่งเน้นการสร้างรายได้จากการตอบโต้การทำการตลาดของลูกค้ายกอร์ที่ใช้ Music Marketing เป็นเครื่องมือในการทำตลาด ผ่านการเชื่อมโยงระหว่างตราสินค้าและศิลปินในกิจกรรมรูปแบบต่างๆ โดยการพัฒนารายได้จากกิจกรรมที่เป็นช่องทางสำคัญในการโปรโมทอัลบั้ม และศิลปินต่างๆของธุรกิจเพลง นอกจากนี้จะเป็นการเพิ่มช่องทางในการหารายได้ให้กับธุรกิจเพลงแล้ว ยังเป็นการลดต้นทุนในการโปรโมทอัลบั้มต่างๆ ของธุรกิจเพลงลง รายได้หลักของ MCM มาจากช่องทางดังต่อไปนี้ :-

- 1) สปอนเซอร์อัลบั้ม เป็นการสร้างรายได้จากการจัดแพ็คเกจการขายพื้นที่โฆษณาให้กับสินค้าอื่นๆ ในปกเทป ซีดี วีซีดี, กายสปอตมิวสิควิดีโอ และสปอตโฆษณาอัลบั้ม รวมไปถึงการปรากฏสินค้าในมิวสิควิดีโอของศิลปิน
- 2) สปอนเซอร์คอนเสิร์ตใหญ่ เป็นการสร้างรายได้จากการจัดคอนเสิร์ตใหญ่ และจัดแพ็คเกจการขายสิทธิ์ในการเป็นผู้สนับสนุนคอนเสิร์ตให้กับสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการ โดยมีการขายในหลากหลายรูปแบบ ทั้ง Sole Sponsorship หรือ Co-Sponsorship ในขณะที่เดียวกันก็สามารถหารายได้เพิ่มเติมจากการขายตั๋วคอนเสิร์ต และในปี 2548 ที่ผ่านมา คอนเสิร์ตใหญ่ของบริษัท ที่มีรายได้จากการขายสปอนเซอร์สนับสนุนคอนเสิร์ต อาทิ แคน & บีม Unseen Concert, คอนเสิร์ต ฟิล์ม Where R U? และคอนเสิร์ต เจมส์ พี่บัวออนทัวร์ 4 ภูมิภาค
- 3) สปอนเซอร์กิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ เป็นการสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมย่อยทางการตลาดเพื่อโปรโมทศิลปินต่างๆ อาทิ School Tour, Mall Tour รวมไปถึงการประกวด และการจัดแพ็คเกจการขายสิทธิ์ในการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมให้กับสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการ ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้ายกอร์เป็นอย่างดี เนื่องจากการขยายตัวของการทำตลาดแบบ below-the-line และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกในปี 2549

ศิลปินนักร้องในสังกัด (Artist /Singer)

ปัจจุบันบริษัทฯ มีศิลปินนักร้องในสังกัดรวมประมาณ 377 คน (เฉพาะศิลปินเพลงไทยสากลประมาณ 334 คน ศิลปินเพลงไทยลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตประมาณ 43 คน) ประกอบด้วยศิลปินเดี่ยวและศิลปินกลุ่ม ซึ่งสามารถผลิตงานเพลงในแนวที่หลากหลายต่างกัน ตัวอย่างศิลปินในค่ายอาร์ เอส ได้แก่





งานรวมฮิต

งานรวมฮิตเป็นอีกช่องทางหนึ่งของการหารายได้ จากลิขสิทธิ์งานเพลงที่ออกเป็นอัลบั้มแล้วนำกลับมา รวมฮิตใหม่เฉพาะเพลงที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟัง ผู้ซื้อบางกลุ่มนิยมซื้ออัลบั้มใหม่และเมื่อมีการนำเพลง ที่ชอบมาทำการรวมฮิตอีกครั้ง ก็สามารถตอบสนอง พฤติกรรมของผู้ซื้อบางกลุ่มที่นิยมฟังเฉพาะชุด รวมฮิต และเลือกซื้อเก็บไว้เป็นของสะสม (Collection) ทำให้ผลงานรวมฮิตมีตลาดรองรับและมีแนวโน้ม ที่จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

1) กลยุทธ์การนำเสนองานคุณภาพ

อาร์ เอส ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าเป็น อันดับหนึ่ง ทั้งคุณภาพศิลปินและคุณภาพงานเพลง ในการสร้างศิลปินคุณภาพบริษัทฯมีกระบวนการ สรรหาคัดเลือก และพัฒนาศิลปินในขั้นต้นที่มี ประสบภาพ และมีนโยบายพัฒนาความสามารถ ของศิลปินอย่างสม่ำเสมอในการผลิตงานเพลง รวมถึงงานแสดงต่างๆ ตามความสามารถของ ศิลปินแต่ละคน กลุ่มบริษัทฯมีทีมงานเพลงแยกเป็น 8 ฝ่าย ทุกฝ่ายล้วนเป็นบุคลากรผู้มีประสบการณ์ ในวงการเพลงมานานกว่า 10-20 ปี เข้าใจตลาด เพลงไทยเป็นอย่างดี ผลงานที่ผลิตออกมาตาม ความถนัดของแต่ละฝ่ายทำให้ได้ผลงานเพลงที่มี คุณภาพ ความหลากหลาย และสามารถตอบสนองรสนิยมผู้ฟังได้หลายกลุ่ม

ภาวะการแข่งขัน

ในตลาดเพลงไทยมีผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 ฝ่าย คือ บริษัทฯและค่ายคู่แข่งรายใหญ่ ส่วนที่เหลือเป็น ผู้ประกอบการรายเล็กที่มีส่วนแบ่งการตลาดใน แห่งของยอดขายน้อย และมีกลุ่มคนฟังเฉพาะกลุ่ม โดยในปี 2548 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งทางการตลาด ในแห่งของยอดขายอยู่ที่ประมาณ 25%

แนวโน้มตลาดธุรกิจเพลงสดริงของกลุ่มบริษัทฯ ในปี 2549 คาดว่าจะมีการเติบโตจากการขยาย ช่องทางการจำหน่ายใหม่อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะ ช่องทาง เช่น ร้านขายเพลงออนไลน์ หรือฟังเพลง ทางโทรศัพท์มือถือ ซึ่งช่องทางดังกล่าวเริ่มต้น ในปี 2548 บริษัทฯยังเน้นการทำกิจกรรมประเภท Below-the-line เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมี ประสิทธิภาพ และเป็นการโปรโมทสนับสนุนผลงาน เพลงของอาร์ เอส

นอกจากนี้ในปี 2549 บริษัทฯดำเนินธุรกิจมาครบ 25 ปีแล้ว จึงมีการวางแผนการจัดกิจกรรมและ โครงการใหญ่ตลอดทั้งปี โดยธุรกิจเพลงจะ ผลิตผลงานเพลงจากศิลปินคุณภาพหน้าใหม่ และ จัดกิจกรรมทางการตลาดสนับสนุนอัลบั้มต่างๆดัง กล่าว เพื่อฉลองวาระครบรอบ 25 ปีของอาร์ เอส และตอบแทนผู้บริโภคที่ให้การสนับสนุนผลงานของ บริษัทฯเสมอมา

ภาวะการแข่งขันของธุรกิจเพลงไทยในประเทศยังคงเป็นการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ และการตลาด เพื่อส่งเสริมการขายมากกว่าการแข่งขันด้านราคา โดยแต่ละค่ายในกลุ่มบริษัทฯมีแนวโน้มที่จะนำเสนอ ผลงานเพลงที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะ แข่งขันกันที่คุณภาพงานเป็นหลักและบริษัทฯจะเน้น ความร่วมมือ (Partnership) กับบริษัทอื่นๆมากขึ้น เพื่อส่งเสริมการทำธุรกิจอย่างเข้มแข็ง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจเพลงลูกทุ่ง

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ท่ามกลางกระแสความนิยมในเพลงประเภทไทยสากล หรือเพลงสดริงของสังคมไทยในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้สังเกตเห็นคุณค่าของเพลงไทยพื้นบ้านประเภทเพลง ไทยลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิต ซึ่งมีกลุ่มแฟนเพลงที่มีใจ รักการฟังอย่างเหนียวแน่นและมีปริมาณคนฟังเพิ่ม มากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะกลุ่มแฟนเพลงในต่างจังหวัด เท่านั้น หากแต่มีการขยายวงกว้างไปยังกลุ่มคน รุ่นใหม่ทั้งในกรุงเทพฯและปริมณฑล ทั้งนี้ เพื่อ เป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้เพลงไทยลูกทุ่งและเพลง เพื่อชีวิตดำรงอยู่คู่กับสังคมไทย “บริษัท อาร์ สยาม จำกัด” จึงได้ถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ.2544

ในการดำเนินงานของ “บริษัท อาร์ สยาม จำกัด” มีภาระหน้าที่ที่สำคัญในการสร้างสรรค์ผลงานเพลง ไทยลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตอย่างต่อเนื่องและ ครบวงจร นับตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์ทางการ ตลาด การคัดเลือกศิลปินและบทเพลงไทยลูกทุ่งที่เน้น ด้วยคุณภาพ การดูแลภาพลักษณ์ของศิลปิน รวมถึงการผลิตสื่อที่ใช้ในกิจกรรมการส่งเสริม ทางการตลาดเพลงไทยลูกทุ่ง อาทิ มีวสิควีดีโอ คาราโอเกะ สปอตโมชัน สื่อบอร์ดพิมพ์ และผลิต รายการวิทยุ-โทรทัศน์ที่นำเสนอเพลงไทยลูกทุ่ง และเพลงเพื่อชีวิตในรูปแบบที่ทันสมัย เพื่อความ บันเทิงอย่างสูงสุดของผู้บริโภคทั่วประเทศ

องค์ประกอบการผลิตงานเพลง

ทีมงานสรรหา คัดเลือก และพัฒนา ศิลปิน (Pre-Production Unit)

บริษัท อาร์ สยาม จำกัดเป็นศูนย์รวมของกลุ่ม โปรดิวเซอร์ นักแต่งเพลง/ท่วงทำนอง ผู้เรียบเรียง เสียงประสานที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ สูง เพื่อทำหน้าที่ดูแล-สร้างสรรค์ผลงานอย่าง ครบคลุม และมีความหลากหลายของแนวเพลง ทั้ง ลูกทุ่งอีสาน ลูกทุ่งภาคกลาง ลูกทุ่งเพื่อชีวิต และ ลูกทุ่งทอมอล่า



ค่ายเพลง

(Music Label)

ปัจจุบันมีค่ายเพลงที่ทำหน้าที่ผลิตเพลงไทยลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตจำนวนทั้งสิ้น 4 ยูนิต์ โดยแต่ละค่ายจะดูแลการผลิตงานเพลงที่แตกต่างกันไป ดังนี้

- | | |
|--------------------------|----------------------------------|
| 1) ยูนิต์ มีดี เร็คคอร์ด | เน้นผลิตงานเพลงลูกทุ่งเพื่อชีวิต |
| 2) ยูนิต์ เพลงโซโย | เน้นผลิตงานเพลงลูกทุ่งภาคกลาง |
| 3) ยูนิต์ แคน เร็คคอร์ด | เน้นผลิตงานเพลงลูกทุ่งหมอลำ |
| 4) ยูนิต์ รักษ์โก | เน้นผลิตงานเพลงลูกทุ่งแนวหวาน |

ซึ่งแต่ละยูนิต์จะทำหน้าที่ผลิตงานเพลงออกมาในรูปแบบของมาสเตอร์ และส่งต่อไปให้กับบริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด เช่นเดียวกับธุรกิจเพลงสตริง เพื่อผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบของเทป ซีดี วีซีดี และดีวีดี และจัดจำหน่ายถึงผู้บริโภคผ่านระบบผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และร้านค้าประเภท Modern Trade

ศิลปินนักร้องในสังกัด

(Artist /Singer)

ภารกิจที่สำคัญของธุรกิจเพลงลูกทุ่ง คือ ความมุ่งมั่นที่จะผลิตศิลปินคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากผลงานในปัจจุบัน ซึ่งมีศิลปินทั้งชาย / หญิง และศิลปินกลุ่มในสังกัดกว่า 30 คน ได้แก่

ศิลปินชาย	ศิลปินหญิง	ศิลปินกลุ่ม
เอกชัย ศรีวิชัย, หนู มิเตอร์, กัษ ณ ตะกั่วทุ่ง, ต้อย ทมวกแดง, หลวงไก่, สนั่น สิงห์มาตร, สักคม ยอดนิยม, วิว ชัชวาล, เอ กัธกร (เอ พงศกร), บั๊มพ์ ณรงค์ภักดิ์, นพรัตน์ ไหมหอม, โทตี้ ธนาพล, อานนท์ หนึ่นนา, วิทย์ มหาชน, อาเล็ก, บ่าววี, วิสา ศัญทัพ, ยิว คนเขียนเพลง, หน่งบั้ง, รักแท้ ไทยนิยม	หญิง ธิติกานต์, อินดา, แคน รัตกาล, การะเกด, เจ็บบ เบญจพร, เจ็บบ กนกพร, ไท่ม เสาวภา, นุ่น รมีดา, เซียร์, บิว กัลยาณี	โปงลางสะออน, วงศรีวิชัยโซว์, บิ๊ก & เปรี๊ยะ, ฟูตปารแฟมิซี่, คู่แฝดเล็ก&ใหญ่, ระกะแหลม, คู่คู่อัฒมอลำ

รายการโทรทัศน์

ปัจจุบันธุรกิจเพลงลูกทุ่งดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อนำเสนอผลงานเพลงลูกทุ่งอย่างแพร่หลายทางสถานีโทรทัศน์ ทั้งที่เรียกว่า เฟิร์ทวิ และ เคเบิลทีวี ดังนี้

ที่	รายการ	วัน/เวลา	สถานี	พิธีกร
1.	เมืองไทยโซโย	อาทิตย์ / 0030-01.00 น.	ช่อง 9	ตุ๊กตา อุบลวรรณ
2.	สาวคุณสอง	อาทิตย์ / 01.00-01.30 น. จันทร์-พุธ / 01.30-02.00 น.	ช่อง 7	คู่แฝดเล็ก-ใหญ่ (รุ่งนภา-รุ่งราตรี สุหงษา)
3.	คู่ป่วนกวนเพลง	ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์/ 02.30-03.00น.	ช่อง 9	ดีเจกฤษ (ณัฐสิทธิ์), ดีเจบุษ (บุษรา)
4.	บันเทิงเมืองเกียง	พฤหัสบดีที่ 1,3,5 ของเดือน /14.00-14.30 น.	ช่อง 5	ดีเจ กบ ธวัชชัย
5.	ลูกทุ่งฮิตสนั่นเมือง	ทุกวัน / 13.00-15.00 น. และ 01.00-06.00 น.	TTV2	ดีเจในรายการลูกทุ่งสลับสับเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ ทุกวัน



รายการวิทยุทีวี (Multi Radio)

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

เว็บไซต์ (Web site)

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

การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การตลาด กลยุทธ์การตลาด

1) กลยุทธ์การนำเสนองานคุณภาพ

แม้ว่าธุรกิจเพลงลูกทุ่งจะเป็นธุรกิจใหม่ของอาร์ เอส แต่กลุ่มผู้ฟังเพลงลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตให้การตอบรับค่อนข้างดี ดังนั้นทางบริษัท อาร์ สยาม จำกัด จึงเน้นให้ความสำคัญกับการผลิตผลงานเพลงและศิลปินที่มีคุณภาพ โดยมีนโยบายในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงผ่านนักแต่งเพลงและโปรดิวเซอร์ที่มีประสบการณ์ และอยู่ในวงการเพลงลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตมาเป็นเวลานาน รวมถึงการสรรหาและพัฒนาศิลปินไปพร้อมกัน เพื่อให้ผลงานเพลงที่ออกมาสู่ผู้บริโภคเป็นที่ยอมรับและสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

ภาวะการแข่งขัน

ตลาดเพลงลูกทุ่งมีผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 ค่ายคือ บริษัทฯและค่ายคู่แข่งรายใหญ่ ส่วนที่เหลือเป็นผู้ประกอบการรายเล็กที่มีส่วนแบ่งการตลาดในแง่ของยอดขายน้อย และมีกลุ่มคนฟังเฉพาะกลุ่ม โดยในปี 2548 ธุรกิจเพลงลูกทุ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดในแง่ของยอดขายอยู่ที่ประมาณ 25%

สำหรับตลาดธุรกิจเพลงลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิต ในปี 2549 มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นจากการวางแผนกลยุทธ์ของแต่ละอัลบั้ม รวมถึงมีการลงทุนใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นทั้งในส่วนของสื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ นอกจากนี้ยังเน้นเรื่องการหารายได้จากช่องทางอื่นๆเพิ่มเติม โดยนำคอนเทนต์เพลงมาเพิ่มมูลค่า เช่น ดาวนโหลดริงโทน และการจัดกิจกรรมการตลาด เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

บริษัท อาร์ สยาม จำกัดยังมีการวางแผนการจัดคอนเสิร์ตครั้งยิ่งใหญ่ประจำปี 2549 เพื่อเฉลิมฉลองอาร์ เอส ในโอกาสครบรอบ 25 ปี ซึ่งจะนำศิลปินในบริษัทมาจัดทำอัลบั้มร่วมกัน และจัดคอนเสิร์ตใหญ่ เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและพัฒนาการของธุรกิจเพลงลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตของอาร์ เอส ภาวะการแข่งขันของธุรกิจเพลงไทยลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตในประเทศยังคงเป็นการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์และการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายมากกว่าการแข่งขันด้านราคาเช่นเดียวกับธุรกิจเพลงสตริง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

งานบริหารภาพลักษณ์และสินทรัพย์องค์กร

(Image and Asset Management)

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หลังจากที่อาร์ เอส ดำเนินธุรกิจบันเทิงแบบครบวงจรมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน พบว่ามีศิลปิน นักแสดงในสังกัดมากมาย ซึ่งศิลปิน นักแสดงเหล่านี้ถือเป็นสินทรัพย์ของอาร์ เอส ที่สร้างมูลค่าและเป็นตัวแทนของบริษัทในการเข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรอื่นๆ รวมถึงการรับงานหลังจากออกอัลบั้มและโปรโมทผลงานเพลงจนเป็นที่นิยมแล้ว ดังนั้นเพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวของศิลปิน นักแสดงตามอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมและกิจกรรมที่รับเข้ามา โดยรวมถึงการดูแลบทบาทขององค์กรและผู้บริหารต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง บริษัทฯจึงจัดตั้งสายงานบริหารภาพลักษณ์และสินทรัพย์องค์กรขึ้นในวันที่ 1 มกราคม 2548 เพื่อกำหน้าที่หลัก 2 ด้าน คือ

1) บริหารภาพลักษณ์องค์กร ผู้บริหาร และศิลปิน

มีการรวมหน่วยงานประชาสัมพันธ์และบริษัทในเครือเข้าด้วยกันเพื่อความ เป็นเอกภาพ และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภาพลักษณ์โดยรวมของ องค์กร ผู้บริหาร และศิลปินในสังกัดต่อสาธารณชนและภายในองค์กรอาร์ เอส เอง

2) บริหารจัดการเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ตัวศิลปิน

สายงานบริหารภาพลักษณ์และสินทรัพย์องค์กร มุ่งเน้นในการสร้างงาน เพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับศิลปินในสังกัด นอกเหนือจากการออกผลงาน เพลงหรือผลงานแสดงตามปกติ โดยผลงานเหล่านี้จะต้องสอดคล้อง และเกื้อหนุนให้ภาพลักษณ์ของศิลปินดีขึ้นหรือชัดเจนขึ้น ซึ่ง งานที่กล่าวมาข้างต้นสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

- 1) งานพีรเชนเตอร์
- 2) งานโชว์ตัว และร่วมกิจกรรมกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ
- 3) งานแสดงละคร ภาพยนตร์ให้กับผู้จัดละคร ผู้สร้างภาพยนตร์นอก เครื่องบริษัท
- 4) งานแสดงคอนเสิร์ตกลางแจ้งและในสถานบันเทิง ในและต่างประเทศ
- 5) งานสินค้าลิขสิทธิ์ (Licensing Business)

ปัจจุบันมีศิลปินในสังกัดจำนวนมากเป็นพีรเชนเตอร์ให้กับสินค้าชั้นนำหลาย ผลิตภัณฑ์ อันเป็นการเสริมภาพลักษณ์ให้กับตัวศิลปิน ซึ่งสินค้าเหล่านั้นมีการ ทำกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาพและข่าวความเคลื่อนไหวของ ศิลปินมีการเผยแพร่สู่สาธารณชนโดยตลอด

นอกจากนี้อาร์ เอส นับว่าเป็นผู้บุกเบิกงานด้านสินค้าลิขสิทธิ์ให้กับศิลปินใน ประเทศไทยเช่นเดียวกับศิลปินระดับโลกในต่างประเทศ สายงานบริหารภาพ ลักษณ์และสินทรัพย์องค์กรได้พัฒนาสินค้าลิขสิทธิ์สำหรับศิลปินชั้นนำของบริ ษัทฯ อาทิ แคน – มิม, ฟิล์ม รัฐภูมิ ซึ่งมีผู้ผลิตสินค้าลิขสิทธิ์ชั้นนำหลายราย ชื้อสิทธิ์จากศิลปินดังกล่าว เพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าจำหน่ายให้กับผู้สนใจและแฟน คลับทั่วประเทศ

การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

การนำเสนองานให้กับลูกค้า สายงาน IAM จะไม่นำเสนอศิลปินเพียงอย่างเดียว แต่จะรวบรวมศักยภาพทั้งหมดของทั้งบริษัทและบริษัทในเครือมาสร้างเป็นแพน งานกิจกรรมที่ครบวงจรและต่อเนื่องที่ทำให้ลูกค้าได้ใช้ประโยชน์สูงสุดจากการ เลือกใช้ศิลปินของบริษัท ซึ่งจะทำให้ลูกค้าได้ใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่าที่สุด ศิลปินที่ได้รับการนำเสนอภาพผลงานอย่างต่อเนื่องและเกื้อหนุนภาพลักษณ์ ของศิลปินได้อย่างเต็มที่

ภาวะการแข่งขัน

สำหรับตลาดของงาน 4 รูปแบบ ดังได้กล่าวไว้ในข้อ 2) มีการแข่งขัน ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีผู้เล่นในตลาดหลายราย เช่น ค่ายเพลงต่างๆ สถานบันเทิงต่างๆ ที่มีศิลปินในสังกัด

สำหรับตลาดของงาน Licensing ของศิลปิน บริษัทยังคงฐานะผู้นำ ตลาดเพียงผู้เดียว โดยยังไม่มีคู่แข่งเข้ามาในตลาดนี้ ทั้งนี้ ที่ตลาดมี การขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -





งานบริหารการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดเก็บลิขสิทธิ์

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

สำหรับปี 2548 TCC ได้พัฒนาระบบการอนุญาตให้กับผู้ประกอบการที่จะนำงานลิขสิทธิ์ไปเผยแพร่ต่อสาธารณชนตามสถานวิทยุ สถานจัดจำหน่าย เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์ การจัดงานในรูปแบบของมหรสพ เทศกาล นิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งได้รับการตอบรับและยินยอมเข้าสู่ระบบการขออนุญาตเพื่อใช้ประโยชน์จากงานลิขสิทธิ์ของผู้ประกอบการที่ใช้งานลิขสิทธิ์มากขึ้นเป็นลำดับอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในปี 2549 TCC จึงได้วางนโยบายให้เปิดช่องทางการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์และการอนุญาตให้ครอบคลุมทุกประเภทของการใช้งานลิขสิทธิ์ อาทิ การใช้งานลิขสิทธิ์เพื่อการเผยแพร่ต่อสาธารณชนในทางสรรพสินค้า ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ หรือประกอบการแสดงหรือละคร ภาพยนตร์หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่ประสงค์จะใช้งานลิขสิทธิ์หรือเพื่อประโยชน์แห่งการใช้งานลิขสิทธิ์ หรือสิทธิทำซ้ำรูปแบบใหม่ๆ เช่น รูปแบบ WMA ซึ่ง TCC มีความมั่นใจว่าจะทำให้เจ้าของลิขสิทธิ์ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่ และทำให้สาธารณชนได้ใช้ผลงานเพลงอันมีลิขสิทธิ์อย่างสะดวกยิ่งขึ้น เป็นการทำให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

ลิขสิทธิ์งานเพลงและภาพศิลป์

TCC ได้จำแนกค่าลิขสิทธิ์งานเพลงและภาพศิลป์เป็น ออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่ได้สิทธิในการทำซ้ำ เช่นผู้ประกอบการ website ผู้ให้บริการดาวนโหลดเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์มือถือ ปัจจุบันลูกค้ากลุ่มนี้มีจำนวนทั้งหมด 41 ราย กลุ่มที่สองเป็นกลุ่มที่ได้สิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชนของผู้ประกอบการ ได้แก่ ร้านคาราโอเกะ บูธ (ทยอดเหรียญ) ห้องโถงและห้องวีไอพี Jukebox งานดนตรีกรรม อาทิ การแสดงสด เสียงตามสาย และช่องทางการจัดเก็บอื่นๆที่เพิ่มขึ้น และสิทธิทำซ้ำงานดนตรีกรรมและสัตทัศนวิสัย ประเภทมีดีฟาย ฮาร์ดดิสก์ต่อเครื่องและฮาร์ดดิสก์ต่อระบบ หรือสิทธิทำซ้ำรูปแบบใหม่ ทำให้ ณ ปัจจุบัน TCC มีสมาชิกรวมทั้งสิ้น 14,520 ราย และคิดเป็น 42,714 หน่วย

งานจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในรูปแบบอื่น

เป็นอีกช่องทางหนึ่งของการสร้างรายได้เสริมจากทรัพย์สินทางปัญญา ที่ทางบริษัทฯ เป็นทั้งผู้ผลิตและเจ้าของลิขสิทธิ์ เช่น เพลง ภาพดาราศิลปิน คอนเสิร์ต ภาพยนตร์ ละคร และรายการโทรทัศน์ ฯลฯ โดยการให้บริการคอนเทนต์ สำหรับโทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และเครื่องเล่นพกพาต่างๆ อาทิเช่น การให้บริการดาวนโหลดเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์หรือที่เรียกว่า ริ่งโทน (Ring tone) การให้บริการดาวนโหลดภาพดาราศิลปินเป็นภาพท่นำจอโทรศัพท์ (Wallpaper) การให้บริการดาวนโหลดเพลงดิจิทัล (Digital Audio) สำหรับคอมพิวเตอร์กับเครื่องเล่นพกพา ผ่านทางเว็บไซต์ www.mobclub.net กับ www.mixclub.com ของบริษัทฯ และผู้ให้บริการดาวนโหลดอื่นที่ทำงานร่วมกัน ทั้งเว็บไซต์ของบริษัทผู้แทนจำหน่ายโทรศัพท์ ฯลฯ นอกจากนี้การเพิ่มรูปแบบและช่องทางการให้บริการใหม่ๆที่พัฒนาตามเทคโนโลยีเช่น เพลงเต็มเพลงสำหรับโทรศัพท์ (MobiMix) ที่บริษัทฯ เปิดให้บริการแล้ว และสำหรับบริการใหม่ในอนาคตจะเป็นการนำทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่มาหมุนเวียนใช้ เพื่อสร้างรายได้เข้าสู่บริษัทฯ และเสริมมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านี้

การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การตลาด

บริษัท เค มาสเตอร์ จำกัดจำหน่ายที่ผลิตและจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์บันเทิงต่างๆ ของอาร์ เอส (สินค้าในรูปแบบของเทป ซีดี วีซีดี และ ดีวีดี) ผ่านช่องทางทางการจัดจำหน่ายต่างๆ โดยมีรายละเอียดในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

เค มาสเตอร์เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับดนตรีให้กับค่ายเพลงต่างๆและบริษัทอื่นๆในเครืออาร์ เอสเป็นหลัก รวมถึง RTD Card (Card download) ทั้งยังมีจำหน่ายสินค้านอกเครื่องในรูปแบบของเทป ซีดี วีซีดีและ ดีวีดีด้วย เช่น เพลงสากล, เพลงลูกทุ่ง, เพลงไทยสากล นอกจากนี้ยังมีการจัดจำหน่ายเพิ่มเติมในส่วนของผลงานบันเทิงทางด้านดนตรีอื่นๆ เช่น Edutainment software, สินค้า merchandising ของศิลปิน อาทิ Stix - it, เลือ, ทมวก, วงกฤษณะ เป็นต้น โดยผ่านช่องทางจำหน่ายต่างๆที่มีอยู่ เช่น Open trade (ร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีก) และ Modern trade (Hypermarket, convenience store, music and movie shop) รวมถึงร้านค้าปลีกและหน่วยงานขายเคสที่กายใต้ชื่อ Gecko และช่องทางใหม่อื่นๆ

แนวทางการบริหารงาน

1. การวางโครงสร้างระบบการจัดจำหน่าย

เป็นการบริหารงานเพื่อให้สินค้าของอาร์ เอส กระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ เนื่องจากสินค้าที่เค มาสเตอร์จัดจำหน่ายนั้นหลากหลายประเภท ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นระบบการจัดจำหน่ายถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมให้สินค้าต่างๆเหล่านี้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กว้างไว้ รวมถึงการเพิ่มจำนวนสาขาของร้านค้าที่ดูแลอยู่ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่งจะเป็ปัจจัยเสริมในการผลักดันให้สินค้าของอาร์ เอส เป็นที่รู้จักและกระจายตัวได้อย่างแพร่หลายยิ่งขึ้น

2. การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของการผลิตสินค้า

เค มาสเตอร์ได้วางนโยบายในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า โดยเริ่มต้นจากกระบวนการตรวจสอบมาสเตอร์เทปให้สมบูรณ์แบบ ก่อนจะนำไปผลิตเป็นซอฟต์แวร์บันเทิง และดำเนินการผลิตด้วยเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ทันสมัย และผ่านการรับรองจากองค์กรมาตรฐานสากล นอกจากนี้ยังมีกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพของการผลิต อาทิ ความสมบูรณ์ของภาพและเสียง, คุณภาพการพิมพ์ปก เป็นต้น และการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและการผลิตชิ้นส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผ่นและกล่องซีดี เพื่อให้สินค้าที่ผลิตออกมาสู่กลุ่มลูกค้ามีคุณภาพสูงที่สุด

3. การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ

การนำเสนอผลงานเพลงให้กับกลุ่มคนฟังที่มีหลากหลายประเภทนั้น เค มาสเตอร์ในฐานะที่เป็นตัวแทนจำหน่ายผลงานเพลงของอาร์ เอส ซึ่งเป็นหน่วยงานที่พบปะลูกค้าในตลาดอยู่ตลอดเวลา ทำให้เค มาสเตอร์สามารถสำรวจความต้องการของลูกค้าได้สม่ำเสมอทุกเดือน ทั้งยังมีการประเมินผลการสำรวจหลังจากที่ได้สรุปและประมวลผลการสำรวจแล้ว หลังจากนั้นก็จะประสานงานไปยังค่ายเพลงต้นสังกัดของอาร์ เอส เพื่อนำเสนอผลการตอบรับของลูกค้าในตลาด ทำให้แต่ละค่ายเพลงได้รับภาพสะท้อนจากลูกค้าได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถนำไปปรับปรุงการผลิตผลงานเพลงออกมาให้ตรงกับความต้องการ

ต้องการของตลาด และกลุ่มลูกค้ามากที่สุด นอกจากนี้เมื่อสามารถทำให้แต่ละค่ายเพลงของอาร์ เอสสามารถผลิตผลงานเพลงได้ตรงกับความต้องการของตลาดแล้ว เค มาสเตอร์ยังมีมาตรการในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในเครือเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าต่างๆด้วย อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

4. การควบคุมต้นทุนการผลิตและจัดจำหน่าย

เนื่องด้วยเค มาสเตอร์เป็นหน่วยงานหนึ่งที่จะต้องดูแลและบริหารงานทางด้านการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าของอาร์ เอส ทั้งหมด ทำให้เค มาสเตอร์ต้องวางแผนการทำงานด้านการผลิตให้สอดคล้องกับค่ายเพลงต่างๆ ทั้งนี้ได้มีการประสานงานและวางแผนการจัดจำหน่ายร่วมกับค่ายเพลงต่างๆ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าในจำนวนที่เหมาะสมกับจำนวนขายจริงที่ประมาณการไว้ รวมถึงการพยายามควบคุมต้นทุนการผลิตทางด้านจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม เช่น เม็ดพลาสติกสำหรับผลิตแผ่นซีดี, วีซีดี และ ดีวีดี เพื่อให้ภาพรวมของการบริหารและการดำเนินงานของอาร์ เอสเป็นไปอย่างมีคุณภาพและสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า นอกจากนี้เค มาสเตอร์ยังต้องดูแลเรื่องการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตในกระบวนการผลิตทั้งหมด เพื่อให้การผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

และหลังจากที่เค มาสเตอร์สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกมาแล้ว ยังมีการบริหารสินค้าคงคลังของอาร์ เอส ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เนื่องจากสินค้าของธุรกิจเพลงมีอัตราการหมุนเวียนสินค้าค่อนข้างสูง ทำให้เค มาสเตอร์ต้องวางนโยบายการบริหารและการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งแม้ว่าจะมีการวางแผนการจัดจำหน่ายตั้งแต่ต้นทางร่วมกับธุรกิจเพลงแล้วก็ตาม แต่ก็ยังต้องมีการปรับแผนการทำงานให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อป้องกันปัญหาเรื่องสินค้าล้าสมัย อันเป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบต่อการบริหารสินค้าคงคลังของอาร์ เอส

การแข่งขัน

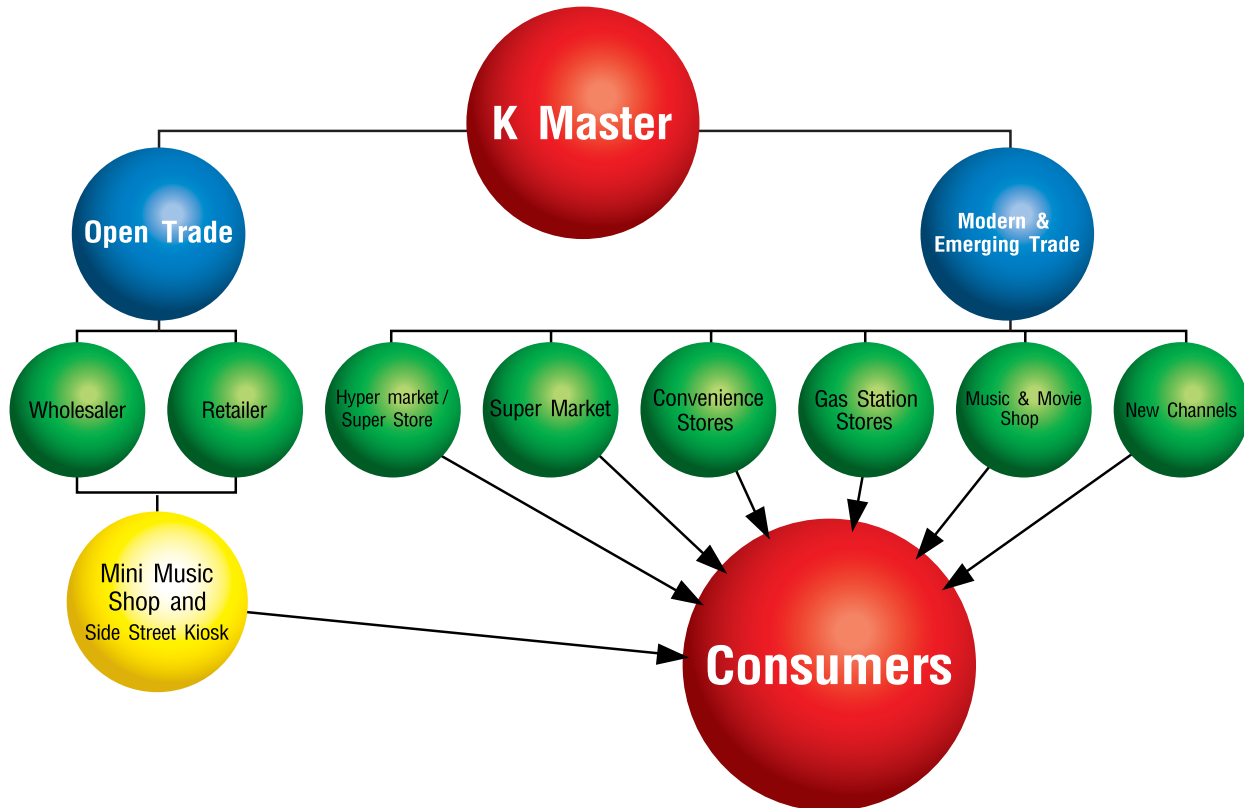
สภาวะการแข่งขันของตลาด

เนื่องจากปัจจุบันมีบริษัทเพลงต่างๆมากมายทั้งขนาดใหญ่ และเล็กที่ผลิตผลงานเพลงออกสู่ตลาดในหลากหลายแนวเพลง ทำให้การแข่งขันรุนแรงมากยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของปริมาณ และแนวเพลงที่น่าเสนอต่อผู้บริโภค และผู้บริโภคเองก็มีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าให้ตรงตามความพึงพอใจและความต้องการมากยิ่งขึ้น ประกอบกับปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้การละเมิดลิขสิทธิ์ทำได้ง่ายและกระจายเป็นวงกว้างในกลุ่มผู้บริโภค อาทิ MP3, download เพลง หรือ ซีดีที่ละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งจะส่งผลให้ความนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ปัจจุบันธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์นั้นต้องพิจารณาให้ถูกช่องทาง เวลา และสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ดังนั้นการประกอบธุรกิจการจัดจำหน่ายนี้ จึงต้องสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดในการนำเสนอสินค้าได้ตลอดเวลา

กลยุทธ์ทางการตลาด

1. การจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพ

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดจำหน่ายสินค้าของอาร์ เอส ทางเค มาสเตอร์จึงมีการกำหนดแผนงานก่อนที่จะจัดจำหน่ายสินค้าแต่ละรายการ ในจำนวนสินค้าที่เพียงพอ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ภายในช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้ง Open trade และ Modern trade คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 60% และ 40% ตามลำดับ โดยมีโครงสร้างดังนี้



2. การวางแผนกิจกรรมทางการตลาด

ฝ่ายการตลาดได้วางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย (Below the line activity) ในรูปแบบต่างๆ ตลอดปี ทั้งเพลงไทยสากลและเพลงลูกทุ่ง เพื่อพลัดเปลี่ยนและหมุนเวียนไปยังบริเวณจุดขายต่างๆที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งสามารถส่งเสริมยอดขายของธุรกิจเพลงได้ อาทิ การแจกของ premium กับ อัลบั้ม, ศิลปินไปแจกจ่ายเซนต์ หรือ โซวมีนคอนเสิร์ต รวมถึงการใช้สื่อ ณ จุดขาย (Point of sale) อาทิ โปสเตอร์, Banner, Standee ที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ในระดับหนึ่ง และได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ทั้งยังสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ

3. ระบบการวิเคราะห์ข้อมูลการขายที่ถูกต้องและแม่นยำ

จากการที่บริษัทฯนำเอาระบบคอมพิวเตอร์เพื่อการบริหารฐานข้อมูล เข้ามาใช้กับธุรกิจการจัดจำหน่าย ทำให้บริษัทฯสามารถตรวจสอบยอดขายและวางแผนการจัดจำหน่ายของร้านค้าได้รวดเร็ว ซึ่งส่งผลให้ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการขายและการตลาดได้รวดเร็วและทันกับสถานการณ์ในช่วงเวลานั้นๆ ตามข้อมูลที่ได้รับมาจากการวิเคราะห์ฐานข้อมูลผ่านระบบดังกล่าว

4. ระบบการขนส่ง (Logistic) ที่มีประสิทธิภาพ

สำหรับการบริหารและจัดการระบบการขนส่ง ทางอาร์ เอส ได้ใช้บริการการจัดเก็บสินค้าคงคลังและจัดส่งสินค้าโดยบริษัทขนส่งที่มีความน่าเชื่อถือในระดับต้นๆ ของประเทศไทย ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยสามารถจะตอบสนองความต้องการสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนดไว้

5. การวางแผนการผลิตได้เต็มกำลังอัตรา

เค มาสเตอร์ได้ทำการวางแผนการผลิต โดยการใช้งานจากเครื่องจักรที่มีอยู่ทั้งหมดในแต่ละเดือนให้เต็มประสิทธิภาพ และมีนโยบายที่จะให้บริการรับจ้างผลิตผลงานเพลงให้กับบริษัทเพลงภายนอกด้วย ซึ่งโรงงานของบริษัทตั้งอยู่เลขที่ 9/9 หมู่ 1 ต.บ้านฉาง อ.เมือง จ.ปทุมธานี บนเนื้อที่ 5.4 ไร่ พื้นที่ใช้สอยรวม 5,012 ตารางเมตร โดยมีกำลังการผลิตทั้งเทป ซีดี และ วีซีดี พร้อมทั้งปริมาณการผลิตจริงที่แสดงในตารางของปี 2546, ปี 2547 และปี 2548



กำลังการผลิต	จำนวนชั่วโมง ผลิตต่อวัน	2546	2547	2548
กำลังการผลิตเต็มที่	24 ชั่วโมง	31,860,000	30,000,000	32,280,000
เทป		15,000,000	15,000,000	15,000,000
อัตราการเพิ่มขึ้น(ร้อยละ)		0.00%	0.00%	0.00%
ซีดี / วีซีดี		16,860,000	15,000,000	17,280,000
อัตราการเพิ่มขึ้น(ร้อยละ) ปริมาณการผลิตจริง		124.80 %	-11.03%	15.20%
เทป	8 ชั่วโมง	5,239,762	4,597,852	2,504,658
อัตราการใช้กำลังการผลิต(ร้อยละ)		34.93%	30.65%	16.70%
ซีดี / วีซีดี	20 ชั่วโมง	13,617,462	14,745,353	13,693,278
อัตราการใช้กำลังการผลิต(ร้อยละ)		80.76%	98.30%	79.24%

หมายเหตุ :

สำหรับการผลิตซีดี วีซีดี ดีวีดี ในปี 2548 นั้นบริษัทมีการจ้างโรงงานภายนอกผลิตอีกจำนวนประมาณ 8.6 แสนชิ้น ซึ่งเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับยอดจ้างผลิตภายนอกปี 2547 ซึ่งมีจำนวน 1.6 แสนชิ้น

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

ธุรกิจสื่อ

กลุ่มอาร์ เอส ได้ขยายธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจสื่อ ด้วยการประสานประโยชน์ของการมีทรัพยากรภายในองค์กรที่มีความพร้อมด้านการมีศิลปินในสังกัด ทีมงานผลิต และเงินทุน สำหรับการขยายเข้าสู่ธุรกิจสื่อจะเริ่มจากสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจสื่อของบริษัทฯ ประกอบด้วย

1. สื่อโทรทัศน์
2. สื่อวิทยุ
3. สื่อสิ่งพิมพ์

• รายการประเภทรายการเพลง	12	รายการ
• รายการประเภทละคร	2	รายการ
• รายการประเภทสารบันเทิง	8	รายการ
รวมทั้งสิ้น	22	รายการ

นอกจากนี้การประกอบธุรกิจสื่อยังรวมถึงการจัดกิจกรรมการตลาด, คอนเสิร์ต, การจัดประกวด หรือ การจัดแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ

สื่อโทรทัศน์

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะบริการคือขายเวลาโฆษณาในรายการของกลุ่ม อาร์ เอส ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ได้แก่ ช่อง 3, 5, 7, 9 และ ITV โดยประเภทรายการแบ่งออกเป็น





โดยมีรายละเอียดของแต่ละรายการ ดังแสดงในตารางข้างล่างนี้

รายการเพลง	วัน	เวลา	สถานี
POP UP LIVE	เสาร์ - อาทิตย์	0.15 1.30	5
POP UP LIVE วันหยุด	วันหยุดนักขัตฤกษ์	11.00 12.00	5
T-UNITED	เสาร์	11.05 12.00	5
SATURNDAY SHOW	เสาร์	16.05 17.00	5
TV RELAX	อังคาร	14.05 14.30	5
ห้องชน (ROOM)	จันทร์	0.15 1.15	7
เมนูวันหยุด	วันหยุดนักขัตฤกษ์	12.15 13.00	7
2 Nite (live)	พุธ - พฤหัส	0.25 1.20	7
หัวใจสะพายเป้	อังคาร	1.05 2.00	9
มันทุก ม.	เสาร์	0.30 1.30	9
พระจันทร์บันเท็ง	จันทร์	3.05 4.00	9
SEE SAW SCENE	อาทิตย์	17.05 17.30	9

POP UP LIVE



SATURNDAY SHOW



T-UNITED



เมบูวันหยุด



ห้องชน (ROOM)



TV RELAX



2 Nite (live)



หัวใจสะพายเป้



พระจันทร์บันเท็ง



มันทุก ม.



SEE SAW SCENE





รายการ	ประเภท	วัน	เวลา	สถานี	
นายกระจอก	ละคร	เสาร์ - อาทิตย์	11.00	11.45	3
เปิดเมืองแปลก	สารบันเทิง	เสาร์	14.00	15.00	5
รายวันบันเทิง	สารบันเทิง	จันทร์ - ศุกร์	11.00	11.30	5
โชว์เฮียร์	สารบันเทิง	จันทร์ - ศุกร์	11.30	11.55	5
เมืองไทยวาไรตี้	สารบันเทิง	จันทร์ - ศุกร์	21.20	22.00	5
D-CLUB	สารบันเทิง	อาทิตย์	18.05	19.00	5
FRONT@FIVE	สารบันเทิง	เสาร์	8:05	8:30	5
FAMILY CIRCLE	สารบันเทิง	อาทิตย์	8:05	8:30	5
รถด่วนขบวนสุดท้าย	ละคร	อาทิตย์	16.00	17.00	9
@WOMAN	สารบันเทิง	อาทิตย์	9.30	10.00	ITV

นายกระจอก



เปิดเมืองแปลก



รายวันบันเทิง



เมืองไทยวาไรตี้



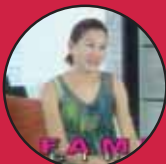
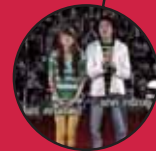
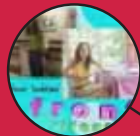
โชว์เฮียร์



D-CLUB



FRONT@FIVE



FAMILY CIRCLE



รถด่วนขบวนสุดท้าย



@WOMAN



การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

1) กลยุทธ์การกำหนด Positioning ของรายการ

การวางแผนและออกแบบรูปแบบรายการตลอดจน การเลือกพิธีกร ตัวละครหรือตัวละคร ทีมงาน รายการสื่อโทรทัศน์จะทำการศึกษาและกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน และจะพิจารณากระแส ความนิยมพฤติกรรมของผู้ชมรวมถึงฟังรายการ ในเวลาใกล้เคียงและฟังรายการของสถานีอื่นที่ออกอากาศในเวลาเดียวกัน เป็นส่วนประกอบในการ ออกแบบและผลิตรายการคุณภาพ สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมายในเวลาออกอากาศ ดังเช่นที่กล่าว ข้างต้นการผลิตละครช่วงเช้าจะเน้นที่ผู้ชมกลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา ซึ่งบริษัทฯ มีศิลปินวัยรุ่นที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้ถือโอกาสผลิต ผลงาน และทำให้ผลงานของบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับ ในกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้ละครมีเรตติ้งในระดับที่ดี ทำให้สามารถขยายเวลาโฆษณาได้ในอัตราที่ดีและขยาย ได้ครบทุกนาที

2) กลยุทธ์การมุ่งเน้นศักยภาพในการผลิตรายการ ที่มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ

นอกจากกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ชัดเจน การออกแบบ และผลิตรายการให้มีคุณภาพนั้น ทีมงานฯ ยัง พิจารณาจากปัจจัยภายใน กลุ่มบริษัท อาร์ เอส นั้นมีทรัพยากรที่มีความเข้มแข็งในเชิงการแข่งขันใน หลายสาขา อาทิ นักร้อง นักแสดง พิธีกร นักจัด รายการวิทยุ บทประพันธ์ บทเพลง บทคอลัมน์สตี ฯลฯ ดังนั้น การผลิตรายการจึงเลือกใช้ทรัพยากร ภายในก่อนเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นการสนับสนุนและ ศึกษากฎแบบครบวงจร ปัจจุบันการผลิตรายการ ของแต่ละทีมงานจาก 7 บริษัท ที่มีประสบการณ์ใน วงการที่ยาวนานและมีความชำนาญที่หลากหลาย ทำให้การผลิตรายการและละครของบริษัทฯ ออกมา อย่างมีคุณภาพและมีผลตอบรับที่ดี

3) กลยุทธ์การกำหนดรูปแบบการขยายเวลาโฆษณา

การขยายเวลาโฆษณาในรายการประเภทละคร และวาไรตี้ ที่ดำเนินงานโดยฝ่ายขายในกลุ่มธุรกิจสื่อ นั้น จะใช้ลักษณะการขายแบบ Loose Spot และ Package ของการลงโฆษณา ในรายการ และมี กลยุทธ์เสริมด้วยการขายโฆษณาประเภท Tie-in สินค้าร่วมในละครหรือรายการ ส่วนการขายเวลา โฆษณาในรายการเพลงจะเป็นลักษณะการขายแบบ Package ซึ่งบริษัทฯ จะจัดโฆษณาสินค้าลงในหลาย รายการ

4) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรธุรกิจ

พันธมิตรธุรกิจหลักของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ และกลุ่มลูกค้าโฆษณา บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดี กับพันธมิตรธุรกิจหลักทั้งสอง เนื่องด้วยสถานี โทรทัศน์เป็นทั้งผู้ให้เช่าเวลาออกอากาศรายการและ เป็นลูกค้าว่าจ้างผลิตละครที่แก่สถานี ความสัมพันธ์ ที่ดีประกอบกับความชำนาญในการผลิตงานที่มี คุณภาพมีผลทำให้โอกาสทางการค้าของบริษัทฯ มีเพิ่มมากขึ้น สำหรับลูกค้าโฆษณามีส่วน สำคัญในการสนับสนุนการค้าของบริษัทฯ ความร่วมมือ ของลูกค้าโฆษณามีส่วนอย่างมาก ต่อการเติบโต ของกิจการ

ลักษณะลูกค้าและช่องทางการจำหน่าย

1) กลุ่มลูกค้าโฆษณา

- บริษัทโฆษณา (Agency)
- บริษัทเจ้าของสินค้า (Direct Customer)

การขายเวลาโฆษณาของกลุ่มอาร์ เอส ผ่าน Agency และ Direct Customer ในสัดส่วนร้อยละ 90 และ 10 ของยอดขายโฆษณาสื่อโทรทัศน์รวม

2) กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

กลุ่มผู้ชมเป้าหมายจะแยกออกตามประเภทรายการ และช่วงเวลาออกอากาศ จึงทำให้มีกลุ่มผู้ชม แตกต่างกันไปในแต่ละรายการ

ภาวะการแข่งขัน

มูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อโทรทัศน์และการเติบโต

จากข้อมูลของบริษัท เอช ีวีแอล (ประเทศไทย) จำกัด มูลค่าโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ในปี 2548 เท่ากับ 50,016 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าซึ่ง มีมูลค่าเท่ากับ 47,173 ล้านบาท ในอัตราร้อยละ 6.03 และเป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมและได้รับ จัดสรรงบประมาณสูงสุดเมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 56.24 ของมูลค่าตลาด โฆษณาโดยรวมซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 88,931 ล้านบาท

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการในธุรกิจสื่อโทรทัศน์เริ่มเร่งหาจุดแตก ต่าง และเน้นความสามารถของตนเองในการผลิต โดย ส่วนใหญ่จะมีดารานักแสดงในสังกัดของตนเอง ต่างกันที่ จำนวนมากหรือน้อย และระดับความนิยมของดารานัก แสดงนำแต่ละคน ค่าใช้จ่ายผลิตรายการ ละคร ที่มีผล งานออกอากาศสม่ำเสมอได้แก่ กลุ่มอาร์ เอส, ค่า

จี เอ็ม เอ็ม, ค่าลิขสิทธิ์, ค่าลิขสิทธิ์ โทร, ค่า ขันตนา, ค่า เจ เอส แอล, ค่าลิขสิทธิ์ พ้อยท์ และ ค่าลิขสิทธิ์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีค่ายเล็กเกิดใหม่ที่ เร่งพัฒนาเฉพาะประเภทรายการเป็นสำคัญ อาทิ บางกอกการละคร และ ไร่ส้ม ผู้ผลิตรายการ ประเภทวิเคราะห์ข่าว ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการที่ สามารถแยกกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ชัดเจน ออกจาก กลุ่มคนดูส่วนใหญ่ของรายการสำคัญอื่นๆ ที่ออก อากาศในเวลาเดียวกัน ทำให้ลูกค้าโฆษณาต้อง พิจารณามากยิ่งขึ้นว่าจะเลือกหรือจัดสรรงบ โฆษณาลงในรายการตามกลุ่มผู้ชมเป้าหมายใดบ้าง

แนวโน้มภาวะการแข่งขัน

เนื่องด้วยการพิจารณาจัดสรรงบประมาณลง รายการโทรทัศน์ ลูกค้าโฆษณาส่วนหนึ่งยังคงดูที่ ความนิยมหรือเรตติ้งของรายการเป็นประเด็น สำคัญ รายการโทรทัศน์ใดที่มีเรตติ้งสูงแสดงว่ามีผู้ นิยมชมรายการจำนวนมาก แต่ยังมีลูกค้าโฆษณา บางส่วนที่สนใจกระแสการเจาะกลุ่มผู้ชมที่ชัดเจน จากการทำรายการเฉพาะประเภท ทำให้ผู้ลง โฆษณาเริ่มตัดสินใจจากกลุ่มผู้ชมเป้าหมายของ รายการ ว่าตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสินค้าที่ จะโฆษณาด้วย จากข้อพิจารณา 2 ประเด็นหลักดัง กล่าว ทำให้รูปแบบการแข่งขันมีทั้งในลักษณะการ พัฒนารายการให้ออกมามีคุณภาพและตรงกับ รสนิยมของผู้ชม เพื่อผลักดันให้รายการมีเรตติ้งใน อันดับที่ดี และการทำรายการให้ตอบสนองความ ต้องการของสินค้า โดยเลือกที่จะสื่อสารกับกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมายของสินค้าที่จะโฆษณาดังกล่าว

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ในการผลิตรายการและละครโทรทัศน์ ของกลุ่มอาร์ เอสโดยส่วนใหญ่เป็นการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ใน บริษัทฯ และบริษัทย่อย ทั้งในด้านของบุคลากรได้แก่ ดารา นักแสดง ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร) ใน สังกัดของบริษัทฯ และทีมงานผลิตรายการ ผลิต ละคร ซึ่งเป็นบุคลากรของ 7 บริษัทย่อย และในด้าน ของเครื่องมือและอุปกรณ์ ได้แก่ สตูดิโอ (โรงถ่าย ทำ) กล้อง อุปกรณ์ในการถ่ายทำ ห้องตัดต่อภาพ และเสียง เป็นการเช่าจากบริษัท อาร์.เอส. สตูดิโอ จำกัด อีกบริษัทย่อยหนึ่งในกลุ่มอาร์ เอส ทั้งนี้มี บางกรณีที่จะมีการใช้บุคลากรภายนอก เช่น ดารา นักแสดง ที่ไม่อยู่ในสังกัด ทั้งนี้เพื่อความ เหมาะสมของเนื้อหา ในส่วนของเวลาออกอากาศนั้น บริษัทฯ มีทีมงานสร้างสรรค์ที่จะคิดหารูปแบบราย การใหม่ๆ ที่น่าสนใจเพื่อไปนำเสนอให้กับสถานี เพื่อ การตัดสินใจอย่างสม่ำเสมอ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -



สื่อวิทยุ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในปี 2548 บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด ดำเนินการผลิตรายการวิทยุเพื่อธุรกิจสื่อวิทยุ จำนวน 4 สถานีได้แก่ คลื่น F.M. 88.5 MHz. คลื่น F.M. 93.0 MHz คลื่น F.M. 106.0 MHz และ คลื่น F.M. 90 MHz โดยบริษัทฯ ดำเนินการผลิตรายการให้กับทั้ง 3 คลื่นแรกเอง ส่วน คลื่น F.M. 90 MHz บริษัททำการบริหารร่วมกับพันธมิตรคือ บริษัท เวอร์จิ้น เรดิโอ ไทยแลนด์ จำกัด รายได้จากการขายเวลาโฆษณา โดยมีกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันตามรูปแบบรายการที่ชัดเจน ดังนี้

สถานีวิทยุ	F.M. 88.5 MHz. 88.5 FM MAX	F.M. 93.0 MHz. 93 COOL F.M.	F.M. 106.0 MHz. 106 LIFE FM
ผู้ให้สัมปทานคลื่นวิทยุ	สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ	สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ	สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ
วันและเวลาออกอากาศ	24 ชั่วโมง	24 ชั่วโมง	24 ชั่วโมง
สัญญาณส่งคลื่นวิทยุ ครอบคลุมพื้นที่	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	กรุงเทพฯ และปริมณฑล
คอนเซ็ปต์รายการ	MAXIMUM OF HITS	50 MINUTES MUSIC LONG PLAY	Lite rock less talk
กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย	นักเรียน นักศึกษา อายุ 12-24 ปี	นักศึกษา คนทำงาน อายุ 18-34 ปี	คนทำงาน อายุ 25-44 ปี

F.M. 88.5 MHz. 88.5 FM MAX	F.M. 93.0 MHz. 93 COOL F.M.	F.M. 106.0 MHz. 106 LIFE FM
		

ทั้ง 3 คลื่นดำเนินการตามนโยบายของบริษัทฯ ในการประกอบกิจการวิทยุเชิงพาณิชย์เต็มรูปแบบ หมายถึงสถานีวิทยุมีความเป็นอิสระในการเปิดเพลงของทุกค่ายเพลงที่มีในตลาด เร่งสร้างค่านิยมให้แก่สถานีและดำเนินการบริหารสถานีวิทยุในเชิงธุรกิจ ในปัจจุบันสถานีมีฐานผู้ฟังที่ชัดเจนและมีความนิยมในการรับฟังรายการของสถานีเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จนสามารถครองค่านิยมในอันดับสูงสุดของแต่ละกลุ่มเป้าหมายจากการสำรวจ ของ Tap scan และ AC Nielsen อย่างเป็นทางการ ส่งผลให้ลูกค้าบริษัทโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้ามีความเชื่อมั่นในการดำเนินการและความนิยมของสถานีและเริ่มจัดสรรงบโฆษณาให้กับสถานีเพิ่มมากขึ้น

รูปแบบของรายการวิทยุ

สถานีวิทยุ : F.M. 88.5 MHz. (FM MAX ... MAXIMUM OF HITS) สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ

88.5 FM MAX รายการวิทยุแนว CONTEMPORARY HITZ สำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่ และกลุ่มวัยรุ่น ที่นำเสนอเพลงฮิตทั้งไทย และเพลงสากล จากผลการสำรวจความนิยมของกลุ่มผู้ฟัง ผ่านการนำเสนอของทีม Presenter รุ่นใหม่ที่ได้รับการยอมรับ และเป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ฟังที่จะทำหน้าที่สื่อสารความ “ฮิตที่สุด มากที่สุด” ไปถึงกลุ่มผู้ฟัง ภายใต้ Concept “Maximum of hits” พร้อมทั้งกิจกรรมที่เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังและตอบสนองทุกกระแสฮิต รวมถึงไลฟ์สไตล์ใหม่ๆ ของวัยรุ่นอย่าง FM MAX Member on mobile ครั้งแรกของระบบสมาชิกบนหน้าจอสื่อที่มากด้วยสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ฟัง และเข้าถึงความต้องการของผู้ฟังอย่างแท้จริง นอกจากนี้ 88.5 FM MAX ยังเป็นสื่อกลางในการสนับสนุนกิจกรรมที่สร้างสรรคของเยาวชน ทุกๆ สถาบันการศึกษา เพื่อสร้างความใกล้ชิดกับกลุ่มผู้ฟังด้วย

F.M. 88.5 MHz. “ FM MAX”					
จันทร์-ศุกร์	ดีเจ	เสาร์-อาทิตย์	ดีเจ		
08.00 – 10.00	ทศพร แต่งเสียง	08.30 – 11.00	ปรวพรรณ วาณิชชา		
10.00 – 12.30	นภัสสร บุรณศิริ	11.00 – 14.00	รชต เข้มวรกุล		
13.00 – 16.00	ณัฐพล ชื่นจ่างนงค์	14.00 – 16.00	ธัม: กาญจนโพลิน		
16.00 – 19.00	ธนศ เหลืองวรชาติกุล	16.00 – 19.00	แคทรียา นิภามณี		
20.30 – 24.00	กัญดา ศรัทธาบุปผินทร์ พิพัฒน์ วิทยาปัญญาพันธ์ จิรภา สิตะบุตร	20.30 – 24.00	ณัฐพัชรสร์ ชูตสเลอร์		
24.00 – 02.00	ธนาวุฒิ จันทร์จิระ	24.00 – 03.00	ปิยเกียรติ บุญเรือง		
02.00 – 05.30	ณานวาทย์ ไชยศิริวงค์	03.00 – 05.30	SWEEP MUSIC		

กิจกรรมที่นำเสนอจะเน้นความฮิต ทันสมัย แปลกใหม่ โดนใจกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในวัยสนุกสนาน ชอบความท้าทาย โดยรายการจะเน้นความเป็นกันเอง ทำให้ผู้ฟังที่เป็นวัยรุ่นกล้าที่จะแสดงออก เสนอความคิดเห็นและร่วมสนุกกับกิจกรรมพิเศษที่โดดเด่นในรายการที่กลุ่มวัยรุ่นไม่ยอมพลาด โดยมีกิจกรรมที่โดดเด่นในปี 2548 คือ

- 1) กิจกรรมเปิดตัว 88.5 FM MAX ภายใต้ CONCEPT MAXIMUM OF HITS ที่ต้องการตอกย้ำให้กลุ่มเป้าหมายจดจำคำว่า “MAX” ในกิจกรรม “ FM MAX Splash on stage” ความบันเทิงในงานคอนเสิร์ตแบบใหม่ ให้ชาวแมกซ์ได้ถึงความมันส์ แบบชุ่มฉ่ำ ณ ลานมอเตอร์สปอร์ตแลนด์ (แดนเนรมิตเดิม) พร้อมความมันส์แบบ “Pop the day , Rock the night” กับศิลปินทั้งกลุ่มเพลงป๊อปทันสมัย และเพลงร็อกแบบมันส์สะใจพร้อมๆ กัน
- 2) กิจกรรม “MAX YEAR SALES ครั้งที่ 2 ภายใต้คอนเซ็ปต์ตามกระแสแฟชั่นฮิป ฮิป กับ “ชอย 3 / สยาม / เด็ก HIP ” ตามติดด้วยความมันส์ สำหรับนักช้อปปิ้งในช่วงปิดเทอมกับ ณ สยามสแควร์ ชอย 3 แหล่งช้อปปิ้งและย่านแฟชั่นวัยรุ่น
- 3) งาน “FM MAX CHEER MILITARY” ครั้งที่ 2 เป็นกิจกรรมใหญ่ปิดท้ายปี 2548 ของนักเรียน นักศึกษาที่ชื่นชอบกิจกรรมกองเชียร์กับ โดยในครั้งนี้เป็นการเพิ่มทีมของนักศึกษามหาวิทยาลัยด้วย เพื่อร่วมแข่งขันชิงถ้วยประทานจากทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา และถ้วยรองชนะเลิศจาก ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ทักษิณ ชินวัตร

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น กิจกรรมแจกชิงเป่า ในช่วงตรุษจีน โดยแจกชิงเป่าชั่วโมงละ 10,000 บาท ตลอดทั้งวัน, หรือกิจกรรม FM MAX JACKPOT ปอดแตก หากใครทำเสียง FM MAXXXXXX ได้ยาวเกิน 50 วินาที จะได้รับเงินรางวัลไปเลย 50,000 บาท เป็นต้น

จากกิจกรรมต่างๆ ข้างต้น รวมทั้งแนวทางการเปิดเพลงฮิตที่มาจากผลการสำรวจความคิดเห็นของคนฟังอย่างแท้จริง ทำให้คลื่นนี้ได้รับความนิยมเป็นคลื่น HITS ติดอันดับ TOP 10 ของกลุ่มอายุ 12+ ในการสำรวจของ AC Nielsen Research จากคลื่นวิทยุบนหน้าปิด 35 คลื่น ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (เดือนธันวาคม 2548) และได้รับความนิยมในอันดับ 3 ในกลุ่มรายการวิทยุวัยรุ่น TEEN (12 - 24 ปี) (จำนวนผู้ฟังเดือนธันวาคม 414,000 คน)



สถานีวิทยุ : F.M. 93.0 MHz. (93 COOL F.M.) สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ

F.M. 93.0 MHz. 93 COOL F.M.			
จันทร์ – ศุกร์	ดิเจ		เสาร์ - อาทิตย์
06.00-10.00 น.	รังรอง วันนรท		06.00-11.00 น.
10.00-12.30 น.	ปริญญา ทมื่นสุกแสง		10.00-12.30 น.
12.30-16.00 น.	วงศ์พร วิชัยดิษฐ์		12.30-16.00 น.
16.00-19.00 น.	ฉัตรชัย เจริญบุษณะ		16.00-19.00 น.
20.30-23.00 น.	บุญญิตตา งามศัพท์ศิลป์		20.30-23.00 น.
23.00-02.00 น.	ไอศูรย์ วากยานนท์		23.00-02.00 น.
02.00-06.00 น.	Sweep music		02.00-06.00 น.

Cool F.M. 50 MINUTES MUSIC LONG PLAY คลื่นที่นำเสนอเพลงไทยสากลในแนว EASY LISTENING ที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ฟังสูงสุดและเป็นรายการวิทยุคลื่นแรกที่สร้างปรากฏการณ์การนำเสนอเพลงเพราะต่อเนื่องมากที่สุด 50 นาที “50 MINUTES MUSIC LONG PLAY” โดยทุกๆบทเพลงเพราะได้ผ่านการคัดสรรจากพลสำรวจความนิยมของผู้ฟังอย่างแท้จริง พร้อมด้วยทีมดีเจมืออาชีพที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มคนฟัง และการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์และเปิดโลกทัศน์ของกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ 93 COOL F.M. สามารถเติบโตเป็นคลื่นอันดับ 1 บนหน้าปัดวิทยุอย่างรวดเร็ว และเป็นเอกลักษณ์ทั้งการสำรวจของ Tap Scan และ AC Nielsen

นอกจากรูปแบบรายการที่เป็นที่ยอมรับแล้ว รูปแบบกิจกรรมในรายการซึ่งนำเสนอในคอนเซ็ปต์ “ 50 MINUTES MUSIC LONG PLAY “ เป็นการต่อยอดการเป็นคลื่นวิทยุอันดับ 1 แห่งแรกบนหน้าปัดวิทยุที่มีรูปแบบเปิดเพลงเพราะต่อเนื่อง 50 นาที พร้อมกันนี้ทางคลื่นได้มีกิจกรรมเพื่อยืนยันความเป็นคลื่นวิทยุ EASY LISTENING ที่ได้รับความนิยมสูงสุด พร้อมทั้งการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนฟังและรายการด้วยกิจกรรมเชิง CRM เช่น

- 1) กิจกรรม Wonder Cool Rally เป็นกิจกรรมที่ทำติดต่อกันเป็นปีที่ 3 ในคอนเซ็ปต์ Romantic Racing แรลลี่สำหรับคู่รัก ด้วยเกมที่สร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักทุกคู่
- 2) Cool Journey # 6 Luxury at Saint Petersburg การเดินทางไปพิสูจน์ความหรูหราและสวยงามของเมือง เซนต์ ปีเตอร์สเบิร์ก ประเทศรัสเซีย
- 3) กิจกรรม Happy Cool Day at Disneyland เป็นกิจกรรมร่วมแสดงความยินดีในวันครบรอบวันเกิดของคลื่น 93 Cool F.M. ในเดือนกันยายน พร้อมกันร่วมเปิดสวนสนุกดิสนีย์แลนด์แห่งล่าสุดเป็นครั้งแรกกับรายการวิทยุ ณ เมืองฮ่องกง
- 4) กิจกรรม Cool Journey # 7 Best of the Alps...The Ultimate way of life กับทริปเหนือระดับที่พาคนฟังชาว Cool FM ไปสัมผัสกับความหนาวเย็นและวัฒนธรรมของ 4 ประเทศในแถบเทือกเขาแอลป์ สวิตเซอร์แลนด์ , ฝรั่งเศส , ออสเตรีย และเยอรมัน

ด้วยเหตุนี้ Cool F.M. จึงเป็นรายการวิทยุยอดนิยมจากการสำรวจความนิยมบนหน้าปัด 35 คลื่นของ Tap Scan และได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ยาวนานกว่า 2 ปี ตั้งแต่ปี 2547 จนกระทั่งปัจจุบันนี้ (ข้อมูลเดือนธันวาคม 2548) ในหมู่วัยรุ่นวิทยุคลื่น Easy listening ของกลุ่มคนทำงาน (18 – 35 ปี) (จำนวนผู้ฟังเดือนธันวาคม 2548 จำนวน 1,281,000 คน)

สถานีวิทยุ : F.M. 106.0 MHz. (106 LIFE F.M.) สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ

106 LIFE F.M. สถานีวิทยุคลื่นแรกและคลื่นเดียวบนหน้าปิด ที่นำเสนอเพลงในสไตล์ LIFE MUSIC แนว ROCK BALLAD, COUNTRY FOLK, ACOUSTIC และ ROCK ที่ได้รับความนิยมทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยเน้นการนำเสนอเพลงที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับประสบการณ์และสร้างความรู้สึกร่วมกับทุกแง่มุมในการดำเนินชีวิตของผู้ฟัง เพื่อให้เพลงเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ สำหรับกลุ่มคนทำงานผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต ตามแนวคิด “Lite rock less talk” ซึ่งทำให้ 106 LIFE F.M. เป็นทางเลือกใหม่ที่สามารถเติมเต็มช่องว่างในการฟังเพลงของผู้ฟังเป็นอย่างดี จนได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ ยังเสริมด้วยกิจกรรมที่สะท้อนมุมมองในการดำเนินชีวิต และสร้างสรรค์สังคม โดยพีเจ (Program Jockey) ที่มากด้วยประสบการณ์เป็นสื่อกลางในการสื่อสารเรื่องราวผ่านบทเพลงและสร้างความใกล้ชิดกับกลุ่มผู้ฟังวัยทำงานที่มีประสบการณ์อารมณ์สุนทรีย์ รักในเสียงเพลง อายุ 25 – 44 ปี รวมถึงกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่และกลุ่มนักศึกษาที่เปิดกว้างในการฟังเพลง

จากรูปแบบรายการที่โดดเด่น ทำให้คลื่น 106 LIFE F.M. ได้รับการตอบรับอย่างดีเยี่ยมจากกลุ่มเป้าหมาย อายุ 25 – 44 ปี จากการสำรวจความนิยมของ AC Nielsen Research ในเดือนมีนาคม 2548 โดยอยู่ในอันดับ 1 ในกลุ่มดังกล่าว (จำนวนผู้ฟังเดือนธันวาคม 2548 จำนวน 566,000 คน)

F.M. 106.0 MHz. 106 LIFE F.M.			
จันทร์ – ศุกร์	ดีเจ		เสาร์ - อาทิตย์
09.00-13.00 น.	เกรียงไกร	ธยานันท์	09.00-12.30 น.
13.00-16.00 น.	กুমรา	แก้วศรี	13.00-16.00 น.
16.00-19.00 น.	ศักดา	กุลสุนทร	16.00-19.00 น.
20.30-23.00 น.	ปิยะฉัตร	กรุณานนท์	20.30-23.00 น.
23.00-03.00 น.	อารยา	อนันต์ประภคติ	23.00-02.00 น.
03.00-06.00 น.	ประเสริฐ	ต้นตึกยะวีระ	02.00-04.00 น.

โดยในปี 2548 กิจกรรมต่างๆ ของคลื่น 106 LIFE F.M. จะยังคงตกย้ำความเป็นคลื่นเพลง Lite Rock พร้อมกับการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับชีวิตของกลุ่มคนทำงานในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากกิจกรรมของคลื่นอื่นๆ เช่น

- 1) กิจกรรม “Life Away : 7 Days in Tibet” เป็นกิจกรรมการเปิดโลกแห่งการท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นที่ใฝ่ฝันของนักเดินทางอีกแห่งหนึ่ง โดยเป็นการออกเดินทางไปค้นหาความสวยงามของธรรมชาติ ณ ดินแดนหลังคาโลก เทือกเขาทิมาลัย และประเทศทิเบต ที่น่าสนใจ และจากทริปการเดินทางดังกล่าวทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวในประเทศที่ตกว่างขวางยิ่งขึ้น สำหรับผู้ที่รักการเดินทางและต้องการค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ เป็นต้น
- 2) กิจกรรม Life Design ณ ศิริมาฮาร์สอร์ท สถานที่พักผ่อนสำหรับกลุ่มคนทำงานวัย 25 – 44 ปี ที่ต้องการสถานที่พักผ่อนที่นอกจากจะมีความสะดวกสบายแล้ว จะต้องมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเช่นกัน พร้อมทั้งการร่วมกิจกรรมการออกกำลังกาย เช่น โทชิ ศาสตร์การออกกำลังกายที่เป็นที่นิยมอย่างหนึ่งที่ใช้ท่าต่างๆ มุ่งเน้นในลักษณะยืดหยุ่นกล้ามเนื้อ (ร่างกาย) พสานเข้ากับสมาธิ (จิตใจ) และการหายใจ (อารมณ์) , กิจกรรมที่นำเอาเรื่องราวของศาสตร์แห่งฮวงจุ้ยมาประยุกต์ใช้กับการตกแต่งบ้านได้อย่างลงตัว
- 3) กิจกรรม Life Away Train – angle in BENELUX เป็นการปิดท้ายปีด้วยกิจกรรมที่พาคนฟังไปรับลมหนาวโดยท่องเที่ยวในดินแดน 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศเบลเยียม เนเธอร์แลนด์ และ ลักเซมเบิร์ก ค้นหาความลับของยุโรป ชิมชิมกับวิถีชีวิตของผู้คน วัฒนธรรม ศิลปกรรม สถาปัตยกรรมต่างๆ ที่ยังคงความงามยุโรปไว้อย่างเต็มเปี่ยมกับพื้นที่เป็นจุดศูนย์กลางของยุโรป ด้วยการเดินทางโดยรถไฟยุโรป ที่ขึ้นชื่อแห่งยุโรป



การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน

1) กลยุทธ์นโยบายความคุ้มค่า (Value for money)

ในปี 2548 บริษัทฯ ยังคงใช้กลยุทธ์ด้านความคุ้มค่า เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับงบประมาณที่ลูกค้ามีอยู่เพื่อการโฆษณา ในลักษณะของการขายแบบแพ็คเกจ คือ การขายเวลา loose spot ร่วมกับการจัด Activity In Program และ Event Marketing ซึ่งมีผลต่อการส่งเสริมการขายอย่างเป็นรูปธรรมและคุ้มค่าต่อการลงทุน เช่น กิจกรรม School Tour , Campus Tour ต่างๆ ตลอดปี 2548 ที่บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและผู้สนับสนุนให้จัดกิจกรรมภายใต้งบประมาณที่คุ้มค่า โดยการเซ็นสัญญาลงโฆษณายาวตลอดปี

นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังสามารถขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้นเป็นลำดับและส่งผลต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในปี 2548 เปรียบเทียบจากอัตราส่วนแบ่งทางการตลาดเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2547 ที่ 2.5 % เป็น 5.28% ในปี 2548 (AC Nielson, Industry Spending Jan – Dec, 05)

2) กลยุทธ์การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

จากสภาวะการแข่งขันอย่างเข้มข้นของธุรกิจวิทยุ ที่ต้องการสร้างความแตกต่างของรายการให้เกิดขึ้น เพื่อเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งต่อคลื่นวิทยุและต่อลูกค้า และสินค้าที่ร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ดังนั้นการขายเวลาโฆษณาอย่างเดียวยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และต่อการสร้างแบรนด์

ของบริษัทฯ และคลื่นวิทยุในเครื่องถึง 3 คลื่น ด้วยเหตุนี้ทางบริษัทฯ จึงมีการปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินการให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยมีกลยุทธ์การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Synergy) กับพันธมิตรในด้านต่างๆ เช่น การร่วมเป็นสปอนเซอร์สนับสนุนการประกวด Elite model 2005 , Miss Teen Thailand สปอนเซอร์สนับสนุนงานคอนเสิร์ตที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน เช่น FM MAX Smack down concert หรือแม้แต่การเป็นพันธมิตรร่วมประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหน่วยงานราชการ เช่น โครงการ Smart School ของกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

รวมทั้งการเพิ่มมูลค่าของสินค้าโดยมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทำร่วมกันระหว่างรายการและผู้ฟังเช่น การเล่นเกมในรายการ “FM MAX JACKPOT ปอดแตก” , Cool Diamond ที่ร่วมกับบริษัท ดิลลาวิ จำกัด, Life F.M. Full Tank และ 106 Life Reward แจกรถ BMW โดย German Auto เป็นต้น

กิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งหมดนี้ บริษัทฯ จะเน้นกิจกรรมที่มีคุณภาพที่สามารถให้สาระและบันเทิงกับผู้ร่วมกิจกรรมและในขณะเดียวกันยังสามารถตอบสนองนโยบายการตลาดของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในส่วนนี้ทางบริษัทฯ มีหน่วยงาน Marketing Department มาดูแลรับผิดชอบกลยุทธ์ทางการตลาด และนำเสนองานกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายให้กับลูกค้า

โดยเฉพาะ ส่งผลให้บริการ สามารถสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้แล้วบริษัทฯ ยังใช้ศักยภาพของฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่กิจกรรมของรายการวิทยุในสังกัด และกิจกรรมของลูกค้าให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักอย่างแพร่หลาย ทั้งในรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์และการโฆษณาในสื่ออื่นๆ เช่น รายการโทรทัศน์, นิตยสาร, สื่อกลางแจ้ง, สื่อเคลื่อนที่ ฯลฯ อีกด้วย

3) กลยุทธ์การให้บริการวางแผนโฆษณา

บุคลากรของบริษัทฯ เป็นผู้ที่อยู่ในสายงานวิทยุมาเป็นเวลานาน มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจสื่อวิทยุเป็นอย่างดี สามารถให้คำปรึกษากับลูกค้าในการวางแผนการบริหารสื่อให้มีคุณภาพมากที่สุด และการเลือกซื้อเวลาหรือแพ็คเกจโฆษณาที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ประสงค์ของลูกค้าและกลุ่มผู้ฟังรายการ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น บริษัทฯ ก็มีการวางแผนโฆษณาโดยสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษเฉพาะกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและข้อจำกัดของสินค้าแต่ละประเภท ซึ่งบริษัทฯ ได้ใช้นโยบายการเป็นคู่ค้าร่วมกับผลิตภัณฑ์ในการวางแผนโฆษณาเช่นนี้กับสินค้าทุกรายที่สนับสนุนรายการ เพื่อสร้างแรงจูงใจและเกิดความคุ้มค่าสูงสุดในการเลือกใช้บริการสื่อของบริษัทฯ

ภาวะการแข่งขัน

มูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อวิทยุและการเติบโต

จากข้อมูลของบริษัท เอซี นิลสัน (ประเทศไทย) จำกัด มูลค่าโฆษณาผ่านสื่อวิทยุในปี 2548 เท่ากับ 7,055 ล้านบาท เติบโตจากปี 2547 ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 6,743 ล้านบาท ในอัตราร้อยละ 4.63 และมีสัดส่วนร้อยละ 7.93 ของมูลค่าตลาดโฆษณาซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 88,931 ล้านบาท

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการสถานีวิทยุที่ดำเนินรายการเพลงไทยสากลเป็นหลัก และมีกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายใกล้เคียงกันมีอยู่ 13 รายการดังแสดงในตารางด้านล่าง สถานะของบริษัทฯ ในปัจจุบันจัดอยู่ในอันดับ 3 รองจากผู้นำตลาด มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.28 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.42 ในปี 2547 ซึ่งหากเปรียบเทียบกับจำนวนคลื่นที่มีอยู่ 3 คลื่น ส่วนแบ่งดังกล่าวจึงเป็นอัตราการเติบโตในระดับที่ดี

สถานีวิทยุ	วัยรุ่น 10-18 ปี	นักศึกษา 15-25 ปี	วัยทำงาน 18-35 ปี	ผู้ใหญ่ 25-45 ปี
F.M. 88.0 Peak FM		คู่แข่ง		
F.M. 88.5 FM MAX	สกาย-ไอเน็ตเวิร์ค	สกาย-ไอเน็ตเวิร์ค		
F.M. 89.0 Banana FM			คู่แข่ง	
F.M. 90.0 Virgin Soft		คู่แข่ง	คู่แข่ง	
F.M. 91.5 Hot Wave	คู่แข่ง			
F.M. 93.0 Cool F.M.		สกาย-ไอเน็ตเวิร์ค	สกาย-ไอเน็ตเวิร์ค	
F.M. 93.5 E F.M.		คู่แข่ง	คู่แข่ง	
F.M. 95.5 Virgin Hits	คู่แข่ง	คู่แข่ง	คู่แข่ง	
F.M. 97.5 Seed F.M.	คู่แข่ง	คู่แข่ง		
F.M. 103.5 FM ONE			คู่แข่ง	คู่แข่ง
F.M. 104.5 Fat Radio		คู่แข่ง		
F.M. 106 LIFE F.M.			สกาย-ไอเน็ตเวิร์ค	สกาย-ไอเน็ตเวิร์ค
F.M. 106.5 Green Wave			คู่แข่ง	คู่แข่ง

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- บริษัทโฆษณา (Agency)
- บริษัทเจ้าของสินค้า (Direct Customer)

2) กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

88.5 MHz. FM MAX: กลุ่มนักเรียนและนักศึกษาวัยรุ่นทั้งชายและหญิงอายุระหว่าง 12-24 ปี

93.0 MHz. COOL F.M.: กลุ่มนักศึกษาและคนทำงานทั้งชายและหญิงอายุระหว่าง 18-35 ปี

106.0 MHz. LIFE F.M.: คนทำงานทั้งชายและหญิงอายุระหว่าง 25-44 ปี

ช่องทางการจำหน่าย

การขายเวลาของธุรกิจสื่อวิทยุจะขายให้บริษัทโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 70 และขายโดยตรงให้บริษัทเจ้าของสินค้าคิดเป็นร้อยละ 30 ของยอดขายทั้งหมด



แนวโน้มภาวะการแข่งขัน

การแข่งขันของธุรกิจสื่อวิทยุเพิ่มความรุนแรงมากขึ้นเนื่องจากงบประมาณโฆษณาที่มีจำกัด ทำให้ลูกค้าจะเลือกซื้อเวลาโฆษณาจากรายการวิทยุที่ได้รับความนิยมสูงเป็นปัจจัยหลัก แต่ในขณะเดียวกัน กลยุทธ์ด้านราคานั้นก็มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อโฆษณาส่ง เนื่องจากจะทำให้ลูกค้าสามารถได้เวลาโฆษณามากขึ้น หรือ ได้รูปแบบโฆษณาที่หลากหลายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การขายของแต่ละบริษัทที่จะมุ่งใจให้ลูกค้าให้เห็นว่าคุณค่ากับเงินที่เข้าไปสูงที่สุด

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

นักจัดรายการวิทยุ (พีเจ) และบุคลากรฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์

บริษัทฯ ได้สร้างนวัตกรรมใหม่ของวงการวิทยุโดยการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบใหม่ “ PJ MARKETING” จากการประสบความสำเร็จในการผลิตรายการวิทยุของคลื่น 93 Cool F.M. และคลื่นอื่นๆ ในเครือบริษัทฯ ที่มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการจัดรายการจากเดิมจาก DJ เข้าสู่ยุคของ PJ (Program Jockey) ที่นักจัดรายการวิทยุแต่ละคนจะต้องเพิ่มศักยภาพของตนเองให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะจะต้องมีเรื่องของความรู้เบื้องต้นทางการตลาด และรู้จักการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในปัจจุบัน บริษัทฯ มีจำนวนนักจัดรายการวิทยุ (P.J.) ทั้งหมด 27 คนและทีมงานสร้างสรรค์อีกจำนวน 44 คน นักจัดรายการในยุค PJ MARKETING จึงเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการสร้างความนิยมให้แก่สถานี ต้องเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการโต้ตอบกับผู้ฟังและมีความรู้เกี่ยวกับเพลงและหลักการทางการตลาดในเบื้องต้นเป็นอย่างดี อีกทั้งยังต้องผ่านการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อสามารถใช้เครื่องมือและ Software กับสมัยได้อย่างคล่องตัว สามารถดำเนินรายการตามรูปแบบของรายการที่วางไว้ให้สอดคล้องกับรสนิยมของกลุ่มฟังเป้าหมาย และปัจจุบันนักจัดรายการของบริษัทฯ ยังต้องเป็นผู้มีทักษะในการเป็นผู้ดำเนินรายการภาคสนามในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อรองรับงานกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายอีกทางหนึ่งด้วย

ห้องส่งสัญญาณ

บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาห้องส่งสัญญาณให้เข้าสู่ระบบดิจิทัลสมบูรณ์แบบแห่งแรกในประเทศไทย มาตั้งแต่เดือนกรกฎาคมปี 2546 โดยติดตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ของกลุ่มบริษัท อาร์ เอส จำกัด (มหาชน) ณ อาคารเซเชนซ์ไฮด์สคีกด์ 2 พร้อมด้วยอุปกรณ์เครื่องมือมีการนำ Software Radioman จากประเทศฟินแลนด์มาเป็นเครื่องมือเสริมในการผลิตรายการที่เป็นมาตรฐานโลกของสถานี

วิทยุ BCC ของอังกฤษและ NHK ของญี่ปุ่น ที่ทันสมัย โดยตลอดปีที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้ทำการพัฒนาปรับปรุงอุปกรณ์ ซอฟต์แวร์ต่างๆ ให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะทำให้การผลิตรายการและการกระจายเสียงมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้สามารถเพิ่มจำนวนผู้ฟังรายการได้มากขึ้น

ห้องส่งสัญญาณวิทยุ (Digital Studio) ประกอบด้วย

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

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี -

front:

mini

04

OCTOBER
2005
6 & 8ANT



เลือกบริจา 5 ฟ้า

สื่อสิ่งพิมพ์

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มอาร์ เอส ประกอบด้วยนิตยสารสำหรับผู้หญิง “FRONT”, ‘FAME’ และงานหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กสี่ในนามสำนักพิมพ์ “Poema Book” นอกจากนี้ อาร์ เอส ยังวางแผนการขยายกลุ่มผู้อ่านให้ครอบคลุมยิ่งขึ้นในส่วนของนิตยสารสำหรับผู้ชาย “Boss” และหนังสือพิมพ์รายวัน “ดารา เคส”

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เปิดตัวธุรกิจใหม่ในสื่อสิ่งพิมพ์ด้วยนิตยสาร “Front” ซึ่งเป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงระดับแนวหน้า วางแผนรายเดือน โดยแยกเป็นสองเล่มขายคู่กัน ได้แก่ front : mini มีเนื้อหาที่โดดเด่นนำเสนอไลฟ์สไตล์ของผู้หญิงทำงานทันสมัยในทุกๆด้าน ทั้งเรื่องของแฟชั่น การดูแลความงาม สังคม รวมถึงความสัมพันธ์กับผู้คนรอบตัว และ front :shopping เสมือนคู่มือช้อปปิ้งอันชาญฉลาด โดยวางจำหน่ายทั้งสองเล่มในราคาเดียว เพื่อเติมเต็มชีวิตของสาวทำงานยุคใหม่ทุกคน

นิตยสาร “Fame” นิตยสารไลฟ์สไตล์เจาะกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง สำหรับทุกคนที่ต้องการสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิตด้วยรูปเล่มขนาดใหญ่พิเศษ และภาพลักษณ์ที่หรูหรา โดยจะวางแผนรายสามเดือนในปี 2549 และเริ่มฉบับแรกในเดือน เมษายน 2549

นอกจากนิตยสารสำหรับผู้หญิงทั้ง 2 เล่ม ยังมีสำนักพิมพ์ “Poema Book” ทำหน้าที่ในการผลิตหนังสือขนาดพ็อกเก็ตบุ๊กสี่ โดยเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นงานแปลวรรณกรรมร่วมสมัยที่คัดอันดับหนังสือขายดีจากทางทวีปยุโรปและอเมริกา อดีตชิวประวัติดาราคณที่มีชื่อเสียงและกำลังอยู่ในกระแสนิยม ผลงานในรอบปีที่ผ่านมามีแนวโน้มวรรณกรรมที่จับกลุ่มผู้อ่านสุภาพสตรี ซึ่งกำลังเป็นแนวที่ได้รับความนิยมอยู่ในขณะนี้ และในปี 2548 ที่ผ่านมามีสามารถออกจำหน่ายรวม 11 เล่มและคาดว่าจะวางจำหน่าย 24 เล่มในปี 2549

front:

FAME



ISSN 1688-9228
Volume 007
December 2006
No. 048

CELEBRITY
BEAUTY
FASHION
LIFESTYLE

NEW YEAR SKIN

ผิวสวยครบสูตรรับศักราชใหม่

กฤษฎา สุโกศล แคลปป์

สองตัวคนในหนึ่งร่าง

little black dress

MUST HAVE

สวยเกินใครในปาร์ตีท้ายปี

PLUS!

Hair Special

รวมสุดยอดผมสวยชอลลิวู้ด

ดาวจรัสแสง

ลลิตา ศศิประภา

ผู้ไม่เคยลับฟ้าจากไกล



ต่อมาในปี 2548 บริษัทได้จัดทำการขายกลุ่มลูกค้าให้กว้างมากขึ้น ด้วยการเปิดตัวนิตยสาร “BOSS” ซึ่งเป็นนิตยสารรายเดือนสำหรับผู้ชาย โดยนำเสนอเนื้อหาในแง่มุมของไลฟ์สไตล์ของผู้ชาย อาทิ เรื่องกีฬา, ภาพยนตร์, ดนตรี, การดูแลสุขภาพ โดยมีคอลัมนิสต์ที่มีชื่อเสียง อาทิ ศ.เจริญ วรรณะสิน ศ.ดร. ศรีศักดิ์ จามรมาน นพ.วิทยา นาควัชระ คุณจักรภพ เพ็ญแข คุณสมชาย สาโรวิท คุณอารี แก่นคำ คุณธัญญา พลอนันต์ คุณ อัมพร สุขเกษม คุณไพโรจน์ กิ่งแก้ว และคุณพิชญ์ นิลกลัด ตลอดจนมีเนื้อหาสาระที่ให้ความรู้ผ่านบทความและสัมภาษณ์พิเศษเกี่ยวกับการจัดการทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการจัดการทรัพยากรบุคคล การตลาด การเงิน ฯลฯ ซึ่งจะถ่ายทอดโดยผู้บริหารที่มีประสบการณ์สูงในแวดวงธุรกิจ นิตยสาร “BOSS” จึงเป็นนิตยสารที่มีความเหมาะสมกับนักบริหารรุ่นใหม่ที่ต้องการรับข้อมูล ข่าวสารที่น่าเชื่อถือ และมุมมองใหม่ๆ ในด้านบริหารจัดการควบคู่กับเนื้อหาด้านไลฟ์สไตล์ของผู้ชายที่ไม่สามารถหาได้จากนิตยสารเล่มอื่น

จากการที่บริษัทฯ อยู่ในธุรกิจบันเทิงที่มีความคุ้นเคยกับวงการสื่อภายในเป็นอย่างดี จึงต้องการเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข่าวสารของบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง ให้ประชาชนทั่วไปรับทราบข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ดังนั้นจึงเปิดดำเนินการหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน “ดาราเดลี” ซึ่งนับว่าเป็นหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวันฉบับแรกและฉบับเดียวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในการนำเสนอเนื้อหาในแวดวงบันเทิง ดารา นักร้อง ศิลปิน ทั้งเบื้องหน้า และเบื้องหลัง การนำเสนอข่าวในแวดวงไฮโซ ข่าวสังคม ข้อมูลในวงการละคร ภาพยนตร์ ดนตรีไทยสากล และลูกทุ่ง ความเป็นไปของธุรกิจบันเทิงในแขนงต่างๆ อีกทั้งยังมีการเปิดมุมมองใหม่ด้านความเคลื่อนไหวในแวดวงการตลาดจากบริษัทเอเจนซีโฆษณาชั้นนำ หนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน “ดาราเดลี” จึงมีจุดแข็งของการนำเสนอข่าวที่เข้มข้น เจาะลึก และรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ทั่วทั้งสาระและความบันเทิงต่อผู้อ่านนำทีมโดย คุณต๋อย แอคนอร์ และทีมบรรณาธิการที่มีประสบการณ์สูงในวงการบันเทิง



การตลาดและภาวะการแข่งขัน

นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน

1) กลยุทธ์เน้นจุดขายที่ชัดเจน สร้างความต้องการให้กับผู้อ่าน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ครบถ้วน

การวางคอนเซ็ปต์ของนิตยสาร “Front” ให้เป็นนิตยสารเพื่อผู้หญิงระดับแนวหน้าอย่างชัดเจน เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้หญิงทำงานรุ่นใหม่ จึงเน้นความโดดเด่นทั้งรูปแบบและเนื้อหาโดยรวมเอาจุดเด่นของรูปแบบ และวิธีการนำเสนอของนิตยสารต่างประเทศมาผสมผสานกับเนื้อหาที่ใกล้ตัวและตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้หญิง โดยสามารถนำมาถ่ายทอดเรื่องราวด้วยสำนวนภาษาเฉพาะตัวที่เป็นกันเองให้ความรู้สึกเสมือนเป็นเพื่อนผู้อ่านอย่างแท้จริง

สำหรับนิตยสาร ‘Fame’ สามารถตอบโจทย์การเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อสูงสุด โดยการนำเสนอรูปแบบที่ฉีกแนวออกไปด้วยการสืบเสาะบรรณาธิการอยู่ตลอด ทั้งนี้จะมีการแนะนำบรรณาธิการรับเชิญคนดังประจำฉบับ และจัดงานแนะนำบรรณาธิการดังกล่าวทุกครั้งที่นิตยสารออกวางแผง ซึ่งคาดว่าจะได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้อ่านเป็นอย่างดี

ในส่วนของนิตยสาร BOSS ซึ่งอยู่ในตลาดมานานกว่า 13 ปี ได้มีการปรับรูปแบบใหม่เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านในยุคปัจจุบันได้อย่างลงตัว โดยการนำเสนอข่าวสารข้อมูลทั้งสองด้านเพื่อให้เหมาะสมกับผู้อ่านที่เป็นนักบริหารรุ่นใหม่ เนื่องจากกลุ่มผู้อ่านผู้ชายส่วนใหญ่ต้องการอ่านนิตยสารที่มีการนำเสนอข้อมูลที่ไม่น่าเบื่อที่เข้มข้นเกินไป และในขณะเดียวกันก็ต้องการอ่านนิตยสารที่นำเสนอแต่เพียงไลฟ์สไตล์เพียงด้านเดียว ทั้งนี้บริษัทสรุปข้อมูลดังกล่าวจากการจัดเก็บข้อมูลเพื่อหาความต้องการจากผู้อ่านโดยการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง



สำหรับหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน “ดาราดัง” จะเน้นกลยุทธ์เพื่อสร้างความต้องการให้กับผู้อ่าน เนื่องจากเดิมในตลาดหนังสือพิมพ์ไม่เคยมีหนังสือพิมพ์บันเทิงที่เป็นรายวันมาก่อน ดังนั้นการสร้างความต้องการในอนาคตให้กับผู้อ่านถือเป็นเรื่องที่ใหม่ในสังคม แต่จากการทำวิจัยเพื่อสำรวจพฤติกรรมของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปพบว่าร้อยละ 60 ของผู้อ่านมีความต้องการอ่านข่าวบันเทิงมากกว่าข่าวอื่นๆ ประกอบกับทีมบรรณาธิการที่มีประสบการณ์สูงในวงการบันเทิงมาเป็นผู้นำกำหนดทิศทางข่าว ทำให้ภายหลังจากการเปิดตัวเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2548 นั้น หนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน “ดาราดัง” ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้อ่าน

2) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมการตลาด

กลยุทธ์การขายโฆษณาในนิตยสาร ทางบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งทางสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ประกอบกับอาร์ เอสมีสื่ออื่นๆ อีกมากมายหลายช่องทางที่สามารถช่วยโปรโมทผลงานของนิตยสารด้วย ทำให้นิตยสาร “Front” ได้ผลตอบรับจากกลุ่มผู้อ่านเป็นอย่างดีในระยะเวลาอันรวดเร็ว จนกระทั่งมีผู้อ่านนิตยสาร “Front” ประมาณ 150,000 คนต่อฉบับ และคาดว่าสำหรับนิตยสาร ‘Fame’ จะวางแผนจัดจำหน่ายอยู่ที่ 100,000 คนต่อฉบับ

ในส่วนของนิตยสาร BOSS หลังจากที่มีการปรับรูปแบบนิตยสาร “BOSS” แล้ว บริษัทฯก็เลือกใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ โครงการส่งเสริมการขายเช่นเดียวกับนิตยสารสำหรับผู้หญิงและเพิ่มเติมด้วยการจัดกิจกรรมการตลาด เพื่อสร้างความจดจำในตราสินค้า รวมไปถึงการจัดจํารูปแบบนิตยสารในโฉมใหม่ อาทิ การจัดงานมอบรางวัล BOSS OF THE YEAR เพื่อให้รางวัลกับผู้บริหารที่มีการจัดการที่ดี และประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับในสาขาต่างๆ ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวทำให้กลุ่มผู้อ่านนิตยสาร “BOSS” ทั้งที่เป็นผู้อ่านเดิมและผู้อ่านใหม่ได้รับรู้ถึงรูปแบบเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้อ่าน และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้อ่าน ซึ่งส่งผลให้มียอดขายเติบโตได้อย่างดีเยี่ยมในระยะเวลาอันรวดเร็ว

นอกจากนี้บริษัทฯยังใช้สื่อในโรงภาพยนตร์เพิ่มเติม ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์บนแท็บเล็ตรายวัน “ดาราดัง” ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายมากขึ้น รวมไปถึงการจัดโครงการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมทางการตลาดต่างๆเช่นเดียวกับนิตยสารต่างๆ อาทิ การจัดกิจกรรมเพื่อหาผู้โชคดีรับบัตรโดยสารเครื่องบิน (ในเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน2548) หรือ กิจกรรมชิงโชครางวัลรวมกว่า 2.4 ล้านบาท (ในเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม2548) เพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง

ลักษณะลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจำหน่าย

1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มผู้อ่านเป้าหมายนิตยสาร “FRONT”, “FAME”

ผู้หญิง อายุตั้งแต่ 20-45 ปี มีฐานะรายได้ในระดับบน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีฐานะการบริโภคและอ่านนิตยสารผู้หญิงจำนวนมาก และมีอำนาจในการซื้อสูง

กลุ่มผู้อ่านเป้าหมายนิตยสาร “BOSS”

ผู้ชาย อายุตั้งแต่ 25-45 ปี รายได้ครอบครัวสูงกว่า 40,000 บาท/เดือน การศึกษาโดยเฉลี่ยระดับปริญญาตรี มีความสนใจในการรับข่าวสารข้อมูลความเคลื่อนไหวในวงการธุรกิจ ในขณะที่มีความสนใจในเรื่องกีฬา การท่องเที่ยว ภาพยนตร์ เพลง ฯลฯ

กลุ่มผู้อ่านเป้าหมายหนังสือพิมพ์บนแท็บเล็ตรายวัน “ดาราดัง”

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

ผู้อ่านสามารถหาซื้อนิตยสารและหนังสือพิมพ์รายวันบนแท็บเล็ตจาก 2 วิธีคือเป็นสมาชิกประจำ และสามารถซื้อได้จากแผงหนังสือทั่วไปโดยผ่านระบบตัวแทนจำหน่าย

2) ตัวแทนจำหน่าย

บริษัทฯวางแผนการจัดจำหน่ายนิตยสาร “FRONT” “FAME” “BOSS” และหนังสือพิมพ์บนแท็บเล็ตรายวัน “ดาราดัง” ทั่วประเทศผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายชั้นนำ เพื่อเพิ่มความมั่นใจของลูกค้าในเรื่องความสะดวกในการจัดซื้อจัดจำหน่าย โดยมีส่วนของการจัดจำหน่ายใน

เขตกรุงเทพฯและปริมณฑลอยู่ที่ประมาณร้อยละ 70 และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 30 จะกระจายออกสู่ต่างจังหวัด

3) ลูกค้าโฆษณา ได้แก่

- บริษัทโฆษณา (Agency)
- บริษัทเจ้าของสินค้า (Direct Customer)

การขายโฆษณาในนิตยสาร “FRONT” “FAME” เป็นการขายผ่านบริษัทโฆษณาในสัดส่วนร้อยละ 70 และขายตรงกับบริษัทเจ้าของสินค้าในสัดส่วนร้อยละ 30

ในขณะที่การขายโฆษณาในนิตยสาร “BOSS” และหนังสือพิมพ์บนแท็บเล็ตรายวัน “ดาราดัง” เป็นการขายผ่านบริษัทโฆษณาในสัดส่วนร้อยละ 50 และขายตรงกับบริษัทเจ้าของสินค้าในสัดส่วนร้อยละ 50

ภาวะการแข่งขัน

มูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์และแนวโน้มการเติบโต

มูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์ รวมทั้งสิ้น 24,151 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.71 ของมูลค่ารวมของตลาดโฆษณาปี 2547 ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 84,139 ล้านบาท

ในปี 2548 ตลาดสื่อหนังสือพิมพ์ได้เติบโต 0.72% และมีมูลค่าถึง 18,159 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 20.42 ของมูลค่าตลาดรวมโฆษณาซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 88,931 ล้านบาท ในขณะที่นิตยสารได้เติบโตถึง 8.45% และมีมูลค่าถึง 6,638 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.47 จากมูลค่าตลาดรวมโฆษณาในปีเดียวกัน*

สำหรับตลาดนิตยสารมีมูลค่า 6,091 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7 ของมูลค่ารวมของตลาดโฆษณาปี 2548 ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 87,017 ล้านบาท ในปี 2549 ตลาดนิตยสารคาดว่าจะเติบโต 10 % และมีมูลค่าถึง 6,700 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 7% ของมูลค่าตลาดรวมโฆษณาซึ่งคาดว่าจะมีมูลค่าเท่ากับ 95,718 ล้านบาท

* จากการสำรวจข้อมูลโดย Nielsen Media Research: 10 ธันวาคม 2548

ตลาดสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในทุกๆปีจะมีหนังสือใหม่เปิดตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากเม็ดเงินโฆษณาในตลาดที่สูงเป็นอันดับ 4 (รองจากสื่อโทรทัศน์, วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ) ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องการเข้ามาในตลาดเพื่อชิงส่วนแบ่งดังกล่าว โดยแต่ละรายจะมีจุดขายและกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายของตนเอง ทำให้ผู้ประกอบการรายเดิมต้องพัฒนาคุณภาพของงาน และรักษาฐานลูกค้าด้วยการนำเสนอเนื้อหาและปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ทันกับสถานการณ์ตลาด นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงกิจกรรมในเล่มร่วมกับผู้อ่าน อาทิ การชิงรางวัล ของแถมของแจก ซึ่งกิจกรรมต่างๆที่บริษัทฯได้จัดขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างความใกล้ชิดกับผู้อ่านที่ผ่านๆมา มีทั้งการจัดทำ workshop, การออก roadshow ไปตามอาคารสำนักงานขนาดใหญ่ ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับผลการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี และการสร้างฐานลูกค้าใหม่นั้น จะต้องมีการปรับปรุงคุณภาพ รูปแบบของหนังสือให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน หรือการสร้างมูลค่าเพิ่มมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า อาทิ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การทำให้หนังสือพิมพ์หรือนิตยสารเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวัน ที่ขาดไม่ได้ของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย โดยผ่านกระบวนการทางการโฆษณา และการตลาดอย่างต่อเนื่อง



ผู้ประกอบการและส่วนแบ่งตลาด

ผู้ประกอบการนิตยสารผู้หญิงมีจำนวนมากรายในปัจจุบัน ประกอบด้วยรายใหญ่ที่มีหนังสือในสังกัดจำนวนมาก มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง และรายอิสระอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก

แนวโน้มภาวะการแข่งขัน

จากผลการสำรวจของ บริษัท ซีอีเคยูเคชั่น จำกัดในระหว่างปี 2548 พบว่า นิตยสารผู้หญิงของต่างประเทศกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากการผ่านการทำตลาดมาแล้วจากต่างประเทศ และมีรูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ประสบความสำเร็จ จึงทำให้ใช้ระยะเวลาในการสร้างคามนิยมสั้นกว่า นิตยสารใหม่อื่นๆ ทั้งนี้คาดว่าในปี 2549 จะมีนิตยสารออกใหม่โดยประมาณถึง 50 เล่ม

สำหรับตลาดหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวันมีการแข่งขันที่สูงมากนัก เนื่องจากการจัดทำหนังสือพิมพ์บันเทิงนั้นต้องอาศัยความชำนาญและประสบการณ์ที่สูง ในการทำข่าว การวางรูปแบบหนังสือรวมทั้งการนำเสนอข่าวที่ตรงกับความต้องการของผู้อ่าน นอกจากนี้ต้องใช้จ่ายเงินลงทุนที่สูงกว่าธุรกิจของนิตยสาร ซึ่งยังมีแนวโน้มแข่งขันสูงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการซื้อนิตยสารหัวนอก และใช้รูปแบบความสำเร็จจากต่างประเทศมาปรับให้เข้ากับคนอ่านที่เป็นคนไทย

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ในการผลิตสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน และนิตยสารรายเดือนนั้น ประกอบด้วยหน่วยงานผู้รับพิมพ์ชอใน 2 ขั้นตอนหลัก คือ ขั้นตอนการจัดหาคัดเลือกเนื้อหา เพื่อจัดเรียงลงในเล่ม และขั้นตอนการ พิมพ์เป็นรูปเล่ม สำหรับขั้นตอนการจัดหาคัดเลือกเนื้อหานั้น บริษัทฯมีทีมบรรณาธิการที่มีประสบการณ์สูง เป็นผู้ทำการวางโครงเรื่อง หรือประเด็นที่น่าสนใจ และกันเหตุการณ์ คัดสรรเรื่องและวางรูปแบบเล่ม รวมทั้งการคัดเลือกนักเขียนมีชื่อ ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอาชีพเฉพาะด้าน มาเขียนคอลัมน์ภายในเล่ม

ส่วนขั้นตอนการพิมพ์จะเป็นการส่งงานให้โรงพิมพ์ภายนอกรับเหมาจัดการ โดยผ่านการเสนอราคาจ้างเหมาคิดรวมต้นทุนค่ากระดาษ ค่าจ้างพิมพ์งาน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

ธุรกิจผลิตภาพยนตร์และงานรับจ้างผลิต

ธุรกิจผลิตภาพยนตร์

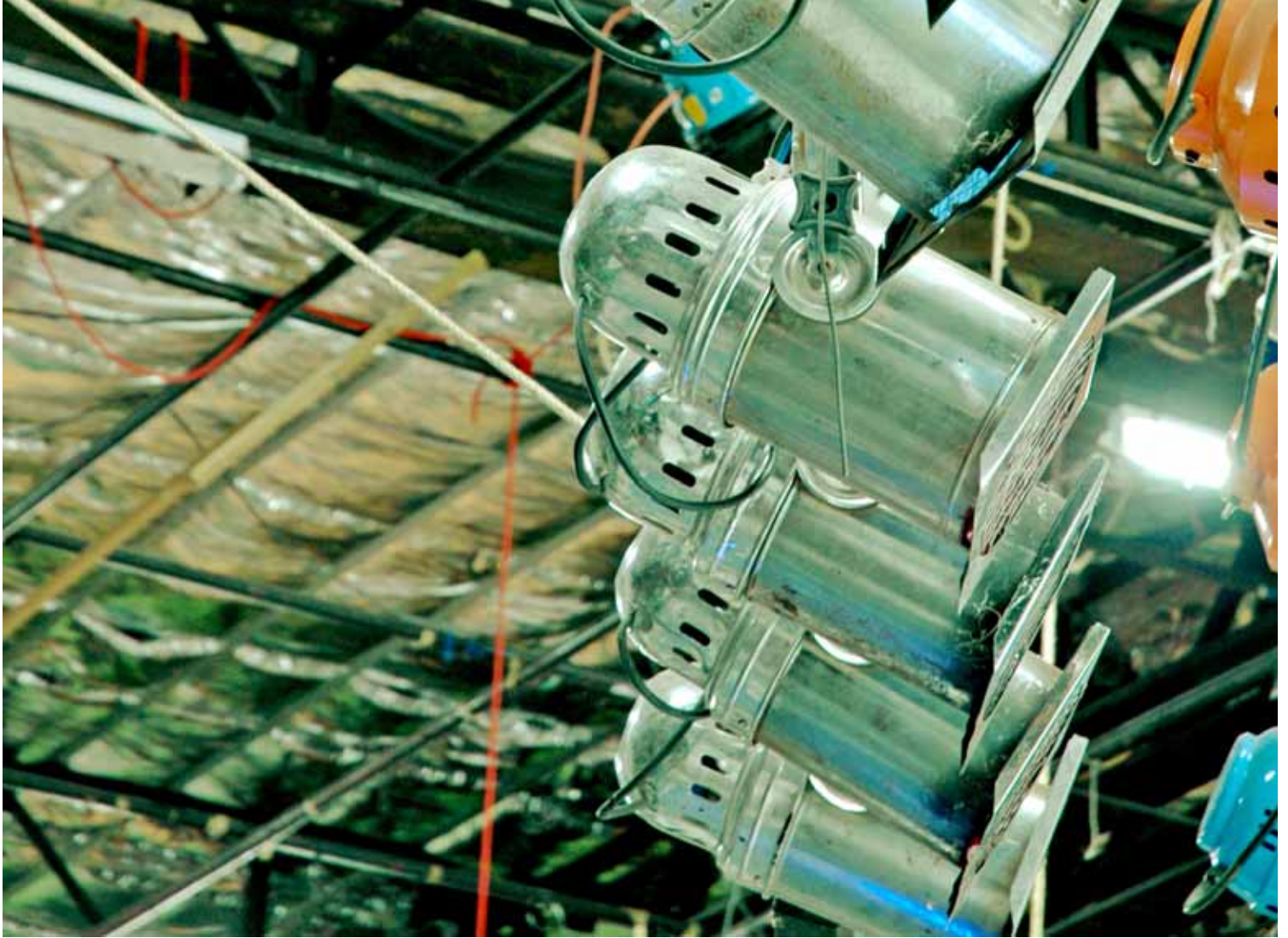
ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การประกอบธุรกิจภาพยนตร์มีลักษณะเด่นของธุรกิจ พอสรุปได้ 5 ประการดังนี้

1. ต้นทุนการสร้างและค่าใช้จ่ายในการโปรโมทภาพยนตร์แต่ละเรื่องไม่เท่ากัน จะแปรผันตามประเภทและขนาดของภาพยนตร์ โดยเฉลี่ยอยู่ที่ระดับเรื่องละ 15-50 ล้านบาท สำหรับต้นทุนผลิต และประมาณ 15-20 ล้านบาทโดยเฉลี่ยสำหรับค่าใช้จ่ายในการ โปรโมท
2. ต้นทุนผลิตส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 60-70 เป็นค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำซึ่งใช้เวลาประมาณ 3-4 เดือน และขั้นตอนในท้องลับใช้เวลาประมาณ 2 เดือน
3. การขายงานภาพยนตร์ จะเริ่มจากการขาย Pre-Sale คือการขายสิทธิให้แก่สายหนังต่างจังหวัด วีซีดี, ดีวีดี และการขายสิทธิในการแพร่ภาพทางเคเบิลทีวี สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี และการขายสิทธิให้ต่างประเทศ
4. รายได้จากการเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ในระบบส่วนแบ่ง (Sharing) จากค่าบัตรเข้าชมภาพยนตร์ในเขตกทม. และปริมณฑลปัจจุบันอัตราส่วนแบ่งอยู่ที่ร้อยละ 50
5. รายได้จากการนำภาพยนตร์ที่ออกจากโรงภาพยนตร์ไปบรรจุลงแผ่น วีซีดี และ ดีวีดี ซึ่งถ้าหากภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ได้รับความนิยมมากตอนที่ฉายในโรงภาพยนตร์ ยอดขาย วีซีดี และดีวีดี ก็จะสูงตามไปด้วย

ที่ผ่านมากลุ่มอาร์ เอสมีเป้าหมายในการเป็นผู้นำในธุรกิจภาพยนตร์ โดยมีแผนที่จะผลิตภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง ด้วยความพร้อมในทุกด้านทั้งเงินทุน นักแสดง และทีมงานผลิตที่มีความชำนาญในการผลิตงานภาพยนตร์และประสบการณ์ในการประเมินตลาดภาพยนตร์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลงานภาพยนตร์ของกลุ่มฯ ได้รับความนิยมตลอดมา





การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

1) กลยุทธ์การนำเสนอผลงานคุณภาพและตรงตามรสนิยมของตลาด

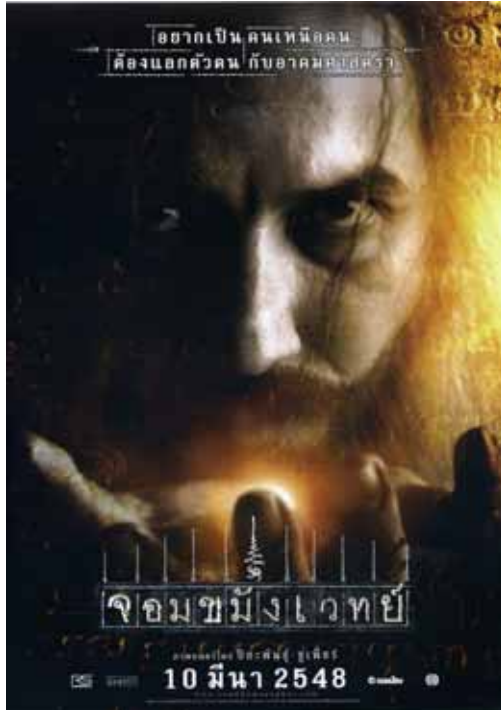
ในการผลิตงานภาพยนตร์ และงานละคร กลุ่มอาร์ เอสให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของการผลิต เริ่มจากทีมงานทำการศึกษาประเมินเหตุการณ์สภาพตลาดและรสนิยมของตลาดผู้ชมในขณะนั้น และเมื่อได้โครงเรื่องที่เหมาะสมจะเป็นขั้นตอนการเขียนบท กำหนดตัวนักแสดงและกระบวนการถ่ายทำ การตัดต่อและการบันทึกเสียงด้วยความพิถีพิถันทำให้ผลงานที่ออกมามีคุณภาพและตรงกับคความนิยมของผู้ชม

2) กลยุทธ์ความต่อเนื่อง

ด้วยประสบการณ์ในธุรกิจอันยาวนานกว่า 25 ปี ทำให้กลุ่มอาร์ เอสตระหนักดีว่า ความต่อเนื่องเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะทำให้เกิดความมั่นใจและความไว้วางใจจากบริษัทคู่ค้าอันได้แก่เจ้าของสถานีโทรทัศน์ เจ้าของโรงภาพยนตร์ ผู้ประกอบการสายหนัง ผู้ประกอบการ Home Entertainment และจากผู้ชม นอกจากนี้การทำธุรกิจที่ต่อเนื่องทำให้กลุ่มอาร์ เอสสามารถขยายการลงทุนในส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างต่อเนื่อง เช่นการเพิ่มจำนวนทีมงานผลิต การลงทุนในอุปกรณ์ถ่ายทำที่ทันสมัย และการทำการตลาดที่ต่อเนื่อง

3) กลยุทธ์การนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้เพื่อพัฒนางาน

เช่นการนำระบบถ่ายทำใหม่ล่าสุดในระบบดิจิทัลมาใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์เป็นครั้งแรกและเป็นรายแรกในประเทศไทย ช่วยพัฒนาคุณภาพงานให้สูงขึ้นในขณะที่ประหยัดต้นทุนการถ่ายทำ และลดต้นทุนค่าฟิล์มซึ่งเป็นวิธีการถ่ายทำแบบเดิม



ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) กลุ่มลูกค้าภาพยนตร์

ลูกค้าหลักได้แก่ โรงภาพยนตร์ สายหนังต่างจังหวัด สถานีโทรทัศน์ ภูมิภาคฟรีทีวี เคเบิลทีวี ผู้ประกอบการโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ และผู้ซื้อสิทธิ์ในตลาดต่างประเทศ

ช่องทางการจำหน่าย

1) ช่องทางการจำหน่ายภาพยนตร์มี 5 ช่องทางดังนี้

1. สายหนังต่างจังหวัด
2. ผู้ประกอบการโทรทัศน์ทั้งเคเบิลทีวี และฟรีทีวี
3. ผู้ชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
4. ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ ในรูปแบบของ วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี
5. ผู้ซื้อสิทธิ์ในตลาดต่างประเทศ

ภาวะการแข่งขัน

มูลค่าตลาดภาพยนตร์และแนวโน้มการเติบโต

ตลาดภาพยนตร์ในปี 2548 ที่ผ่านมามีมูลค่าประมาณ 3,100 ล้านบาท โดยลดลงจากปี 2547 ประมาณ 300 ล้านบาท สำหรับภาพยนตร์ไทยมีมูลค่าประมาณ 1,100 ล้านบาทจากภาพยนตร์ที่ออกฉาย 37 เรื่อง เติบโตกว่าปีก่อน 260 ล้านบาท หรือร้อยละ 24 และมีจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าน้อยกว่าถึง 9 เรื่อง

ในส่วนของอาร์ เอสมีภาพยนตร์ออกฉายทั้งสิ้น 5 เรื่องในปี 2548 และมีอัตรารายได้เพิ่มขึ้นกว่าปีก่อน ร้อยละ 25

ตารางมูลค่าตลาดภาพยนตร์

(ล้านบาท)

	2546	2547	2548
ภาพยนตร์ไทย	920	840	1,100
ภาพยนตร์ Hollywood	2,200	2,400	1,880
ภาพยนตร์ต่างประเทศอื่นๆ	212	176	120
	3,332	3,416	3,100

ที่มา : บริษัทฯ และบริษัทตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์

ผู้ประกอบการภาพยนตร์

ผู้ประกอบการภาพยนตร์ไทยรายใหญ่ที่มีผลงานสร้างอย่างต่อเนื่องในปัจจุบันมีจำนวน 5 รายหลักได้แก่ กลุ่มอาร์ เอส มงคลฟิล์ม โพลีสตาร์ พระนครฟิล์ม และ จีทีเอช โดยหากพิจารณาจากยอดรายได้เครือข่าย บริษัทฯ คาดว่า น่าจะมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ประมาณอันดับสาม

แนวโน้มภาวะการแข่งขัน

บริษัทฯ ประเมินภาวะการแข่งขันของธุรกิจภาพยนตร์ไทยในปี 2549 น่าจะเป็นไปในทางที่ตึงเครียดกว่าปี 2548 เนื่องจากปีที่ผ่านมามีผู้ชมภาพยนตร์ให้ความสนใจภาพยนตร์ไทยมากขึ้น โดยเห็นได้จากมีภาพยนตร์ไทยทำรายได้เกินกว่า 100 ล้านบาทถึง 3 เรื่อง และทำรายได้เกินกว่า 70 ล้านบาท อีก 3 เรื่อง ซึ่งเป็นสถิติใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ในส่วนสภาวะที่ผู้ผลิตจะต้องระมัดระวังกันมากขึ้น และให้ความสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ช่วงเวลาการนำภาพยนตร์ออกฉาย เนื่องจากปีที่ผ่านมามีประสบการณ์จากภาพยนตร์ไทยเข้าฉายพร้อมกัน 2 หรือ 3 เรื่อง ผู้ชมภาพยนตร์มักจะเลือกชมเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น และมีผลมาจากมีภาพยนตร์รอดฉายในสัปดาห์ถัดไปอีกหลายเรื่องทำให้รอดฉายลดลงอย่างรวดเร็วถ้าหากภาพยนตร์เรื่องนั้นๆไม่ทำรายได้ นอกจากนี้แล้ว เชื่อว่าผู้ผลิตจะพยายามขยายช่องทางการจำหน่ายออกสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้นอันสืบเนื่องมาจากการประสบความสำเร็จของภาพยนตร์ไทยหลายๆ เรื่องในตลาดต่างประเทศ ประกอบกับปัญหาจากตลาดภายในประเทศดิ่งตกแล้วข้างต้น

จิ๊กโก๋หน้ามัน ปะทะ เวรกรรมหน้าหล่อ



การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ด้วยโครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ที่วางไว้ของกลุ่มอาร์ เอสทำให้การประกอบธุรกิจภาพยนตร์ดำเนินไปอย่างมีศักยภาพ กลุ่มอาร์ เอสการสร้างภาพยนตร์ดำเนินการโดยทีมงานของบริษัทย่อยของกลุ่ม และได้รับการสนับสนุนด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ในการถ่ายทำจากบริษัท อาร์.เอส. สตูดิโอ จำกัด ทำให้แผนงานการผลิตภาพยนตร์ของกลุ่มดำเนินไปอย่างราบรื่น

ในด้านการสรรหานักแสดงนั้น บริษัทฯ มีนโยบายการสรรหาที่เป็นอิสระ สามารถวางตัวนักแสดงจากนอกสังกัดอาร์ เอสได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของ Character ของนักแสดงกับบทภาพยนตร์แต่ละเรื่อง สำหรับการสรรหาผู้กำกับภาพยนตร์ที่ผ่านมานอกจากการร่วมงานกับผู้กำกับภาพยนตร์มืออาชีพที่มีชื่อเสียง กลุ่มอาร์ เอสได้ผลิตผู้กำกับใหม่จากบุคลากรภายในที่มีแนวคิดสร้างสรรค์เพื่อเสนองานภาพยนตร์ที่มีรูปแบบใหม่ๆ ไม่ซ้ำแนวตลาดเดิม ทำให้งานภาพยนตร์ของกลุ่มอาร์ เอสเป็นที่น่าติดตามของผู้ชมภาพยนตร์ตลอดมา และเนื่องด้วยการดำเนินแผนงานผลิตภาพยนตร์ที่ต่อเนื่องทำให้บุคลากรด้านต่างๆ อันได้แก่ ผู้เขียนบทภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพยนตร์ นักแสดง และทีมงานผลิตให้ความสำคัญติดตามและสนใจเข้าร่วมงานกับกลุ่มฯ อย่างต่อเนื่อง

การผลิตแต่ละเรื่องนั้น จะใช้เวลาในการลงทุนสร้างรวมประมาณ 8-10 เดือน ประกอบด้วยช่วงแรกประมาณ 3-4 เดือน เป็นขั้นตอนของการเตรียมงานเริ่มตั้งแต่การคัดเลือก พัดบทบาท และเขียนบทภาพยนตร์ เมื่อบทเรียบร้อย ขั้นตอนต่อไปเป็นการคัดเลือกนักแสดง เตรียมคิวถ่ายทำ และวางแผนด้านสถานที่และอุปกรณ์การถ่ายทำทั้งหมด เมื่อทุกอย่างพร้อมจะเริ่มเปิดกล้องกันและใช้ระยะเวลาโดยประมาณ 3-4 เดือนจนงานถ่ายทำแล้วเสร็จ จากนั้นเป็นขั้นตอนในท้องตัดต่อ ซึ่งใช้เวลาโดยประมาณ 2 เดือน ก่อนจะทำทวนฉัดฉายในโรงภาพยนตร์ บริษัทฯ จะวางแผนการตลาดสินค้าโดยการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าประมาณ 2 เดือน เพื่อให้ลูกค้าผู้ชมรับทราบข่าวสาร

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

ธุรกิจรับจ้างผลิตละครโทรทัศน์และอื่นๆ

ปัจจุบันกลุ่มอาร์ เอสได้รับความไว้วางใจจากสถานีโทรทัศน์ และบริษัทผู้ว่าจ้างอื่นๆ โดยที่ผ่านมามีผลงานการผลิตละครได้เสนอผ่านช่องดังนี้ ช่อง 3 ช่อง 7 และ ช่อง 9 ให้ทำการผลิตละครส่งสถานีเพื่อออกอากาศในช่วงเวลา Prime time ได้แก่ละครก่อนข่าว และละครหลังข่าวภาคค่ำ โดยมีรายได้เป็นค่าจ้างผลิตละครในลักษณะเหมาจ่ายต่อเรื่อง จำนวนละครที่รับจ้างผลิตให้สถานีและออกอากาศเฉพาะในปี 2548 ที่ผ่านมารวมทั้งสิ้น 8 เรื่อง ได้แก่

สถานี	ชื่อเรื่อง	นักแสดงนำ
ช่อง 3	ฮอยอันฉันรักเธอ	วรเวช ดานุวงศ์, เจนี่ เทียนโพธิ์สุวรรณ
ช่อง 3	สุภาพบุรุษตีนควาย	จักรินทร์ ศิลปชัยกิจ, เพชรธาดา เทียมเพ็ชร
ช่อง 3	ย.ยักษ์ยอดยุ่ง	นิโน่ แมงนี่, โอ วรุตม์, ธัญญาดา พรรณบัว
ช่อง 3	รักของนายดอกไม้	ศรธรรม เทพพิทักษ์, เจนี่ เทียนโพธิ์สุวรรณ
ช่อง 3	มนต์รักลือตเตอร์	วรเวช ดานุวงศ์, กัทธอน กัทธิดุสุขเจริญ
ช่อง 7	รักวันละนิด	รพีภัทร์ เอกพันธ์กุล, กุมวารี ยอดกมล
ช่อง 7	รักนิค ๆ ต้องซิกอ๊ฟ	นवल ภูวดล, สุจิตา เรืองรองศิริญา
ช่อง 7	บันทึกรักของบุญลือ	รพีภัทร์ เอกพันธ์กุล, ศิษฐ์ภัทร อันติมานนท์

การรับจ้างผลิตอื่นๆ

งานรับจ้างผลิตอื่นๆ ประกอบด้วย งานรับจ้างผลิตให้โครงการราชการ ซึ่งเป็นงานที่บริษัทฯ เข้าไปสนับสนุนงานให้กับหน่วยงานราชการ ในลักษณะของการจัดกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์ต่างๆ โดยมีผลงานโดดเด่นในปีที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการของกรุงเทพมหานคร, การจัดแสดงดนตรีในสวน 2548, โครงการโรงเรียนอัจฉริยะ, โครงการ Andaman Count Forward, โครงการมือสะอาดปราศจากโรค, การรณรงค์ “ใบกำกับภาษีมีรางวัล” ฯลฯ, งานรับจ้างผลิตภาพยนตร์โฆษณาของการกีฬาแห่งประเทศไทย ชุด “เจ้าหญิง” และงานรับจ้างผลิตกิจกรรมต่างๆ

การตลาดและการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

1) กลยุทธ์การนำเสนอผลงานคุณภาพและตรงตามรสนิยมของตลาด

ในการผลิตงานละคร กลุ่มอาร์ เอสให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของการผลิต เริ่มจากทีมงานทำการศึกษาประเมินเหตุการณ์สภาพตลาดและรสนิยมของตลาดผู้ชมในขณะนั้น และเมื่อได้โครงเรื่องที่เหมาะสมจะเป็นขั้นตอนการเขียนบท กำหนดตัวนักแสดงและกระบวนการถ่ายทำ การติดต่อและการบันทึกเสียงด้วยความพิถีพิถันทำให้ผลงานที่ออกมามีคุณภาพและตรงกับความนิยมของผู้ชม

2) กลยุทธ์ความต่อเนื่อง

ด้วยประสบการณ์ในธุรกิจอันยาวนานกว่า 25 ปี ทำให้กลุ่มอาร์ เอสตระหนักดีว่า ความต่อเนื่องเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะทำให้เกิดความมั่นคงและความไว้วางใจจากบริษัทคู่ค้าอันได้แก่ เจ้าของสถานีโทรทัศน์ เจ้าของโรงภาพยนตร์ ผู้ประกอบการสายหนัง ผู้ประกอบการ Home Entertainment และจาก ผู้ชม นอกจากนี้การทำธุรกิจที่ต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มอาร์ เอสสามารถขยายการลงทุนในส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างต่อเนื่อง เช่นการเพิ่มจำนวนทีมงานผลิต การลงทุนในอุปกรณ์ถ่ายทำที่ทันสมัย และการทำการตลาดที่ต่อเนื่อง

3) กลยุทธ์การนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้เพื่อพัฒนางาน

เช่นการนำระบบถ่ายทำใหม่ล่าสุดในระบบดิจิทัลมาใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์เป็นครั้งแรกและเป็นรายแรกในประเทศไทย เพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพงานให้สูงขึ้น ในขณะที่ประหยัดต้นทุนการถ่ายทำ และลดต้นทุนค่าฟิล์มซึ่งเป็นวิธีการถ่ายทำแบบเดิม



ลักษณะลูกค้ำและกลุ่มลูกค้ำเป้าหมาย

1) กลุ่มลูกค้ำว่าจ้างผลิตละคร

ปัจจุบันได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ช่องทางการจำหน่าย

1) ช่องทางการเสนองานรับจ้างผลิตละคร

เป็นการทำงานต่อเนื่องกับสถานีโทรทัศน์ และบริษัทผู้ว่าจ้างหลังจากได้รับความไว้วางใจในการผลิตงานคุณภาพและทันเวลาส่งงานตามที่กำหนด

การจัดหาผลิตภัณฑหรือบริการ

การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑเพื่อจำหน่าย

ในการผลิตรายการและละครโทรทัศน์ ของกลุ่มอาร์ เอสโดยส่วนใหญ่เป็นการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ในบริษัทฯ และบริษัทย่อย ทั้งในด้านของบุคลากรได้แก่ ดารา นักแสดง ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร) ในสังกัดของบริษัทฯ และทีมงานผลิตรายการ ผลิตละคร ซึ่งเป็นบุคลากรของ 7 บริษัทย่อย และในด้านของเครื่องมือและอุปกรณ์ ได้แก่ สตูดิโอ (โรงถ่ายทำ) กล้อง อุปกรณ์ในการถ่ายทำ ห้องตัดต่อภาพและเสียง เป็นการเช่าจากบริษัท อาร์.เอส. สตูดิโอ จำกัด อีกบริษัทย่อยหนึ่งในกลุ่มอาร์ เอส ทั้งนี้มีบางกรณีที่อาจจะมีการใช้บุคลากรภายนอก เช่น ดารา นักแสดง ที่ไม่อยู่ในสังกัด ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสมของเนื้อหา ในส่วนของเวลาออกอากาศนั้น บริษัทฯ มีทีมงานสร้างสรรค์ที่จะคิดหารูปแบบรายการใหม่ๆ ที่น่าสนใจเพื่อนำเสนอให้กับสถานี เพื่อการตัดสินใจอย่างสม่ำเสมอ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -



ธุรกิจรับจ้างผลิต

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

จากอัตราการขยายตัวของธุรกิจสื่อโฆษณาภายในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง และลูกค้าส่วนใหญ่เริ่มต้นมาให้ความสนใจในการใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ทำให้มีบริษัทต่างๆ มากมายเกิดขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ และสำหรับอาร์ เอสที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในวงการอยู่แล้วได้เล็งเห็นโอกาสในการหารายได้จากตลาดนี้เช่นเดียวกัน โดยพยายามจะสร้างจุดแข็ง และเพิ่มทางเลือกใหม่ๆ ให้กับลูกค้า ประกอบกับตลาดโฆษณาที่ใช้ Computer Graphic (CG) และ Visual Effect ภายในประเทศยังมีน้อย แต่มีศักยภาพในการหารายได้ค่อนข้างสูง

ตั้งนั้นในปี 2547 ที่ผ่านมา อาร์ เอส จึงได้จัดตั้งบริษัท บลู แฟร์รี่ จำกัด ขึ้นมา นอกเหนือจากการเป็นบริษัทน้องใหม่ในวงการ Computer Graphic (CG) แล้ว บลู แฟร์รี่ยังสร้างสรรค์ผลงานทางด้าน Visual Effects, Computer Graphic (CG) Animation และ Motion Graphic ให้กับลูกค้าที่มีความต้องการด้วยประสบการณ์การทำงานที่สะสมมานานกว่า 10 ปีก่อนที่จะก่อตั้งเป็นบริษัท และได้สนองตอบความต้องการของลูกค้าแบบครบวงจรมากขึ้น ด้วยการเปิดตลาดภาพยนตร์ที่มี effect shot นับตั้งแต่การให้คำปรึกษาและแนะนำทางด้าน การออกแบบ, บริการออกแบบ, ควบคุมการผลิต ตลอดจนถึงขั้นตอนการทำ Computer Graphic (CG) และ Visual Effect นอกจากนี้ยังพัฒนาศักยภาพของบริษัทเพิ่มเติมด้วยการรับผลิตงานเกี่ยวกับการ์ตูน Character และ Content สำหรับสินค้าประเภทภาพยนตร์ของอาร์ เอสด้วย

ตัวอย่างผลงานที่ได้รับการตอบรับของบริษัท บลู แฟร์รี่ จำกัด อาทิ ภาพยนตร์ digital Sci-fi เรื่องแรกของประเทศไทย เรื่อง“ปีกชาวยุ”, การ์ตูนรักชาลิ่ง แวดล้อมเรื่อง “ต้นกล้า...ผู้ฆ่าล้างชิว”, ศิลปิน Cyber ตัวแรกของประเทศไทย “DDZ”, Short Animation เรื่อง There's Always A Bigger Fish, MK Man งานโฆษณา Animation ทั้งเรื่องของ MK Suki, Music Video ของวงหิน เหล็ก ไฟ, น้องสุขใจ ของการรณรงค์เกี่ยวแห่งประเทศไทย และตัวอย่างผลงานทางด้านการกำกับและผลิตหนังโฆษณา เช่นโฆษณาของบริษัทต่อไปนี้ อาทิ AIS, One Two Call, Sony, Head & Shoulder, Clinic Clean & Clear, Brother, Nestle, 3K Battery, Johnson & Johnson, Kodomo, Sunsilk, Vitamilk, MTV, Fanta softdrink



การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การตลาด

กลยุทธ์การตลาด

หลังจากที่บริษัทเปิดดำเนินงานและเริ่มรับงานเข้ามา พบว่ามีได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าและตลาด ซึ่งในปี 2548 บริษัทพยายามสร้างแบรนด์ให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้นโดยการจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัท ซึ่งจะเน้นจุดขึ้นในทาง 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 ยังเป็นการบริการในรูปแบบใหม่ของประเทศไทย ดังนั้นกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จึงยังจำกัดเพียง Production house และ Advertising agencies บางรายที่ต้องการสร้างผลงานโฆษณาที่มีความแตกต่างโดยเฉพาะ บริษัทจึงต้องหางานเพิ่มเติมจากต่างประเทศ 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 อาร์ เอส ฟิล์ม, แกรมมี ไทย ทับ (GTH), สหมงคลฟิล์ม, ภาพยนตร์ทรูชา, โจแอนท์พิกเจอร์ และฟิล์มบางกอก

ช่องทางการจำหน่าย

บริษัทพยายามเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลงานของบริษัท โดยใช้กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้าโดยตรงอยู่ตลอด เนื่องจากผลงานที่ผลิตออกมายังถือเป็นสินค้าใหม่ในตลาดโฆษณาและภาพยนตร์ ดังนั้นบริษัทจึงมีการออกบูธตามงาน Fair ต่างๆ เพื่อแสดงตัวอย่างผลงาน Content และมีทีมงานฝ่ายการตลาดเพื่อดำเนินงานด้านการตลาดให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น และติดต่อประสานงานโดยตรงกับลูกค้า

ภาวะการแข่งขัน

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

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -



ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยง

การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในนามของกลุ่มอาร์ เอส บริษัทฯ ประเมินว่ามีความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและอาจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจดังนี้

ความเสี่ยงทางเศรษฐกิจและกฎหมาย

• การเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ

บริษัทฯ ประเมินว่าการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจอาจมีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจผล ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัทฯ บ้าง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผลถือเป็นสินค้าเพื่อความบันเทิงและไม่ถือเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความจำเป็นต่อการบริโภค อย่างไรก็ตาม ด้วยอรรถประโยชน์ของสินค้าที่ช่วยให้ความเพลิดเพลินและผ่อนคลายแก่ผู้บริโภคได้ในราคาที่ไม่เป็นการและมีความคุ้มค่าของการบริโภค ทำให้สินค้าเพื่อความบันเทิงยังคงเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง สำหรับในส่วนของบริษัทฯ นั้นจะเป็นส่วนที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจค่อนข้างมาก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจจะส่งผลโดยตรงถึงภาวะการใช้จ่ายของผู้บริโภค ตลอดจนการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ ที่มีการจัดสรรงบประมาณในการใช้จ่ายด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีประสิทธิผลต่อการดำเนินธุรกิจด้วย ซึ่งจะทำให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีความผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจสูง ปัจจุบัน บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจสื่อทั้งทางด้านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์

• การแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และหน่วยงานกำกับดูแล

ธุรกิจวิทยุซึ่งเป็นธุรกิจสื่อประเภทหนึ่งของบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีของธุรกิจสื่อ อันเป็นผลจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 มาตรา 40 ที่กำหนดให้มีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ หรือ กสช. ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โดยให้มีการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม การเปลี่ยนแปลงองค์กรกำกับธุรกิจสื่อพร้อมการเปิดเสรีธุรกิจสื่อ อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทางธุรกิจต่อผู้ประกอบการกิจการสื่อรายปัจจุบัน ทั้งในด้านความเป็นไปได้ในการแก้ไขออกกฎระเบียบควบคุมใหม่ที่อาจมีผลเข้มงวดการประกอบธุรกิจสื่อมากขึ้นรวมถึงการทบทวนการจัดสรรสัมปทานคลื่นวิทยุใหม่ ทำให้อาจมีผู้ประกอบการใหม่เข้ามาในธุรกิจหลังการเปิดเสรี ทั้งนี้ผู้ประกอบการรายใดที่มีศักยภาพทางธุรกิจย่อมที่จะได้เปรียบในเชิงธุรกิจ

บริษัทฯ ได้ประเมินความเสี่ยงดังกล่าวแล้วและมีความเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ มีศักยภาพและความพร้อมในทุกด้าน รวมทั้งประสบการณ์อันยาวนานในการประกอบธุรกิจและความพร้อมด้านฐานะการเงิน ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีความสามารถและมีความได้เปรียบในด้านการแข่งขันและมีความพร้อมที่จะเข้าร่วมประมูลสัมปทานสถานีวิทยุเพื่อต่อเนื่องการประกอบกิจการสถานีวิทยุในปัจจุบัน



เอเชียไฮเทคส์ 2



ความเสี่ยงทางอุตสาหกรรม

- **การแพร่กระจายของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์**

ปัญหาการแพร่กระจายของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เทป ซีดี ที่เคยเป็นปัญหาสำคัญที่บ่อนการเติบโตของธุรกิจเพลงมาโดยตลอด ผู้ผลิตผลงานเพลงไม่สามารถเก็บรายได้หรือค่าตอบแทนผลงานได้ครบตามปริมาณการบริโภคจริง ปัจจุบันทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งผู้ประกอบการ เจ้าของผลงาน ศิลปิน และภาครัฐบาล ได้ให้ความสำคัญและร่วมมือกันผลักดันกระตุ้นเชิงชวนให้ผู้บริโภคหันมานิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องและลดเลิกสนับสนุนสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ทางด้านผู้ประกอบการได้ดำเนินนโยบายปรับลดราคาสินค้าสื่อบันเทิงลง เพื่อลดความแตกต่างด้านราคาเมื่อเทียบกับราคาสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เป็นการลดแรงจูงใจได้ทางหนึ่ง ทางด้านภาครัฐได้เร่งแก้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ โดยเพิ่มความเข้มงวดในการจับกุมผู้ประพฤตผิดกฎหมายลิขสิทธิ์มากยิ่งขึ้น เป็นผลให้สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มีแนวโน้มทรงตัว และอีกนโยบายที่เป็นรูปธรรมอย่างยิ่งคือการสนับสนุนของภาครัฐในการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การไอเกะ ฯลฯ ซึ่งส่งผลในการลดผลกระทบของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีต่อการการค้าเงินธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างเป็นนัยสำคัญ

- **การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค**

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าในการประกอบธุรกิจเพลง ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์และภาพยนตร์นั้น บริษัทฯ ต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้านั้น ไม่ว่าจะเป็นแนวเพลงที่เปลี่ยนไปตามกระแสนิยมจากต่างประเทศ ความนิยมในศิลปิน นักร้อง นักแสดง พิธีกรรายการโทรทัศน์ ผู้จัดรายการวิทยุหรือดีเจ และเนื้อเรื่องบทละคร แนวทางของภาพยนตร์

การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมความชอบในสื่ออื่นๆ ส่วนก่อให้เกิดความไม่แน่นอนทางธุรกิจที่ยากจะควบคุมได้ทั้งหมด แต่ด้วยประสบการณ์ของผู้บริหารของ

บริษัทฯ ในการประเมินและคาดการณ์ตลาด ประกอบกับบริษัทฯ ได้ทำการสำรวจวิจัยตลาดเพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการประเมินสถานการณ์ตลาดซึ่งส่งผลให้การสร้างสรรค์ การพัฒนาและผลิตผลงานเพลงละครและรายการโทรทัศน์ รวมทั้งผลงานภาพยนตร์ จะได้รับความนิยมในระดับที่น่าพอใจ

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

- **ความเสี่ยงจากปริมาณของสินค้าในตลาดกับความนิยมของผู้บริโภค**

เนื่องจากสินค้าประเภทเพลง ภาพยนตร์ เป็นสินค้าประเภทที่จำเป็นที่จะต้องมีการกระจายสินค้าที่ทั่วถึงในระยะเวลาที่เหมาะสม เนื่องจากความนิยมสินค้ามีระยะเวลาจำกัดและการมีอยู่ของสินค้า ณ จุดขายจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก การวางตลาดของสินค้าไม่สอดคล้องกับจังหวะความนิยมของผู้บริโภคต่อสินค้า พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคช่องทางจำหน่ายและระยะเวลาที่เหมาะสม ส่วนอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ ทั้งการได้รับผลกระทบจากสินค้ารับคืนและการเสียโอกาสในการขายสินค้าซึ่งอาจส่งผลไปสู่การเสียหายตลาดเนื่องจากการแพร่กระจายของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์เข้ามาทดแทนความต้องการส่วนที่บริษัทฯ ไม่สามารถตอบสนองได้ทันทั่วถึงที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้พยายามลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยการพิจารณาแผนการวางตลาดสินค้าครั้งแรกของสินค้าให้เหมาะสมยิ่งขึ้นโดย มี พิจารณาจากสถานการณ์ทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



- **สัญญาเช่าเวลาออกอากาศสถานีวิทยุมีกำหนดทยอย**

ณ เดือน มกราคม 2549 บริษัทฯ ทำสัญญาเช่าเวลาออกอากาศกระจายเสียง สถานีวิทยุเพื่อประกอบรายการวิทยุทางทางสถานีวิทยุรวม 4 คลื่นคือคลื่น FM 88.5 MHz คลื่น FM 93.0 MHz คลื่น FM 106.0 MHz และคลื่น FM 90.0 MHz มีลักษณะสัญญาเช่าดำเนินการระยะสั้นและต้องมีการต่ออายุทุกปี

หากบริษัทฯ ไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าเวลาออกอากาศจะทำให้ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของการออกอากาศรายการและรายได้ของบริษัทฯ นอกจากนี้ การแสวงหาเวลาออกอากาศในสถานีวิทยุใหม่เพื่อทดแทนอาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียประโยชน์จากความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการสร้างความนิยมให้เทียบเคียงกับรายการเดิมได้ อย่างไรก็ดี บริษัทฯ เชื่อว่า จากการที่บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจจนได้รับความนิยม และมีฐานผู้ฟังรายการประจำอย่างหนาแน่น อีกทั้งการที่บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการรายสำคัญในธุรกิจ และได้รับความสามารถในการชำระเงินและปฏิบัติตามเงื่อนไขการเช่าเวลาอย่างเคร่งครัด จะทำให้สามารถได้รับความไว้วางใจในการต่ออายุสัญญาจากผู้ที่เช่าเวลา

- **ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่ออายุสัญญาเช่าเวลาออกอากาศทางโทรทัศน์**

โดยทั่วไป บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจสื่อโทรทัศน์โดยการเช่าเวลาจากสถานีโทรทัศน์เพื่อออกอากาศ ซึ่งอาจมีอายุของสัญญาแตกต่างกันไปโดยจะมีอายุไม่เกิน 1 ปี และมีการต่ออายุสัญญาเป็นระยะ โดยทั่วไป หลักเกณฑ์สำคัญๆ ที่สถานีโทรทัศน์จะใช้ในการพิจารณาต่ออายุสัญญาคือ นโยบายของสถานีโทรทัศน์ ความนิยมของรายการ ความสามารถในการชำระค่าเช่าเวลาของผู้เช่า หากบริษัทฯ ไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าเวลาออกอากาศจะทำให้ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของการออกอากาศรายการและรายได้ของบริษัทฯ นอกจากนี้ การ

แสวงหาเวลาใหม่เพื่อทดแทนอาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียประโยชน์จากความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการสร้างความนิยมให้เทียบเคียงกับรายการเดิมได้ ที่ผ่าน มา บริษัทฯ ได้มีการติดตามประเมินความนิยมและพัฒนารูปแบบรายการอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งได้รักษาความสามารถในการชำระเงินและปฏิบัติตามเงื่อนไขการเช่าเวลาอย่างเคร่งครัด

- **ความเสี่ยงจากการทำธุรกิจภาพยนตร์**

ธุรกิจการผลิตภาพยนตร์เป็นธุรกิจใช้เงินลงทุนต่อเรื่องค่อนข้างสูง ในขณะที่แหล่งที่มาของรายได้มาจากหลายทางซึ่งมีความไม่แน่นอนสูงโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ อาทิเช่น กระแสความนิยมของผู้บริโภคต่อภาพยนตร์เรื่องนั้น กำหนดการเข้าฉาย กวาการณ์แข่งขันจากภาพยนตร์เรื่องอื่นๆ ทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ และนโยบายการทำตลาดและความต้องการของผู้บริโภคในขณะนั้นๆ โดยผลการดำเนินงานของภาพยนตร์แต่ละเรื่องไม่อาจเป็นสิ่งบ่งบอกถึงผลการดำเนินงานของภาพยนตร์เรื่องอื่นๆ และบริษัทฯ อาจประสบภาวะขาดทุนหากภาพยนตร์ที่นำออกฉายไม่ประสบความสำเร็จ ในปี 2548 ที่ผ่าน มา บริษัทฯ ได้ทำการนำภาพยนตร์เข้าฉายในโรงภาพยนตร์รวมทั้งสิ้น 5 เรื่อง โดยมีผลการดำเนินงานที่ทั้งกำไรและขาดทุนแตกต่างกันในแต่ละเรื่อง

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้มีนโยบายที่จัดการความเสี่ยงทางธุรกิจให้มีความเหมาะสมโดยการควบคุมคุณภาพและต้นทุนการผลิตและการตลาดที่เหมาะสม รวมถึงการขาย Pre-Sale สิทธิการแพร่ภาพในช่องทางต่างๆ เพื่อจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากช่องทางขายแต่ละช่องทางให้มีความเหมาะสม

- **การพึ่งพิงผู้บริหาร**

เนื่องด้วยธุรกิจของกลุ่มอาร์ เอส เติบโตและประสบความสำเร็จมาทั้งทุกวันนี้ ด้วยวิสัยทัศน์ของครอบครัวเชษฐโชติศักดิ์ โดยมีนายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์



และนายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์ เป็นกำลังสำคัญ แต่ด้วยการเล็งเห็นความสำคัญของการเติบโตของกิจการและความคล่องตัวในการบริหารงาน กลุ่มอาร์ เอสได้เปลี่ยนรูปแบบการบริหารเป็นการกระจายอำนาจออกจากส่วนกลาง (Decentralization) โดยปรับโครงสร้างองค์กรแยกกิจการออกเป็นบริษัทฯ และหน่วยธุรกิจ (Business Unit) และให้อำนาจกรรมการผู้จัดการและทีมงานบริหารของแต่ละบริษัทฯ ดำเนินงานอย่างเป็นอิสระ ทำให้ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงครอบครัวเชษฐโชติศักดิ์เริ่มลดลง

ในฐานะของกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่และกลุ่มผู้ก่อตั้งกิจการอาร์ เอส ครอบครัวเชษฐโชติศักดิ์มีเป้าหมายและความ มุ่งมั่นที่สร้างและขยายงานเข้าสู่ธุรกิจบันเทิงแขนงอื่นๆ เพื่อให้บริษัทฯ เติบโตและมีมูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องไปในอนาคตและมีความตั้งใจว่าจะยังคงเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในกิจการต่อไป

- **ความเสี่ยงจากการย้ายค่ายของศิลปินและทีมงานผลิต**

ตลอดการดำเนินธุรกิจด้วยระยะเวลากว่า 25 ปีของกลุ่มอาร์ เอส บริษัทฯ และผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับเรื่องการดูแลบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากเรื่องดังกล่าวน้อยมาก ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทฯ และผู้บริหารระดับสูงตระหนักดีว่าในการดำเนินธุรกิจบันเทิงนั้น บุคลากรเป็นกำลังสำคัญที่จะผลักดันให้ธุรกิจเติบโตและก้าวหน้าอย่างมั่นคง การดูแลการเติบโตและผลตอบแทนของศิลปินและทีมงานเป็นเรื่องที่ผู้บริหารได้มีการวางแผนและทบทวนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทุกคนเกิดความพอใจ รักที่จะเติบโตไปกับองค์กร รวมทั้งรูปแบบการทำงานที่ใกล้ชิด ก่อให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่อบอุ่นและเป็นกันเอง tema: สมและสอดคล้องกับทัศนคติของคนทำงานในวงการบันเทิงที่พิจารณาความชอบพอและความสบายใจในการทำงานเป็นปัจจัยหลัก ด้วยความสำเร็จของการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในลักษณะนี้ ทำให้ศิลปินและทีมงานในแต่ละสายงานทุ่มเทในการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุขและมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรคผลงานให้กับบริษัทฯ ต่อไป

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถบริหารความเสี่ยงดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพและไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ

ความเสี่ยงกรณีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2547 กลุ่มเชษฐโชติศักดิ์ ถือหุ้นในบริษัทฯ ประมาณร้อยละ 64.3 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ จึงทำให้กลุ่มเชษฐโชติศักดิ์ สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุม ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาจากโครงสร้างจัดการของบริษัทฯ ประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ จะเห็นว่าบริษัทฯ มีการวางโครงสร้างการบริหารงานโดยบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจและมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการชุดต่างๆ อย่างชัดเจนและโปร่งใส และในกรณีการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่และผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการ รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง บุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติรายการนั้นๆ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้นว่าบริษัทฯ จะบริหารงานด้วยความชัดเจนและความโปร่งใส

โครงสร้าง
เงินทุน



โครงสร้างเงินทุน



หลักทรัพย์ของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 725,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 145,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท มีทุนชำระแล้วจำนวน 700,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 140,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท

บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 5 บาท ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2546 เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2546

ผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 รายแรก ณ วันที่ 2 ธันวาคม 2548 (วันปิดสมุดทะเบียนล่าสุด) มีดังนี้

	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1	นาย เกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์	23,384,000	16.70
2	นาย สุรชัย เชษฐโชติศักดิ์ ¹	22,320,000	15.94
3	นาย สุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์	21,638,400	15.46
4	SIS-SEGAINTERSETTLE AG	8,064,000	5.76
5	นาย อรรณพ ลิ้มประเสริฐ	8,033,400	5.74
6	นางสาว มาลี เชษฐโชติศักดิ์ ¹	7,728,000	5.52
7	บริษัท เชษฐโชติศักดิ์ จำกัด ¹	6,300,000	4.50
8	นาย อนันต์ ลิ้มประเสริฐ	4,480,000	3.20
9	นาย ณัฐพล จุฬ้างกูร	3,080,000	2.20
10	นาง อโนมา จิวากานันต์	2,538,000	1.81

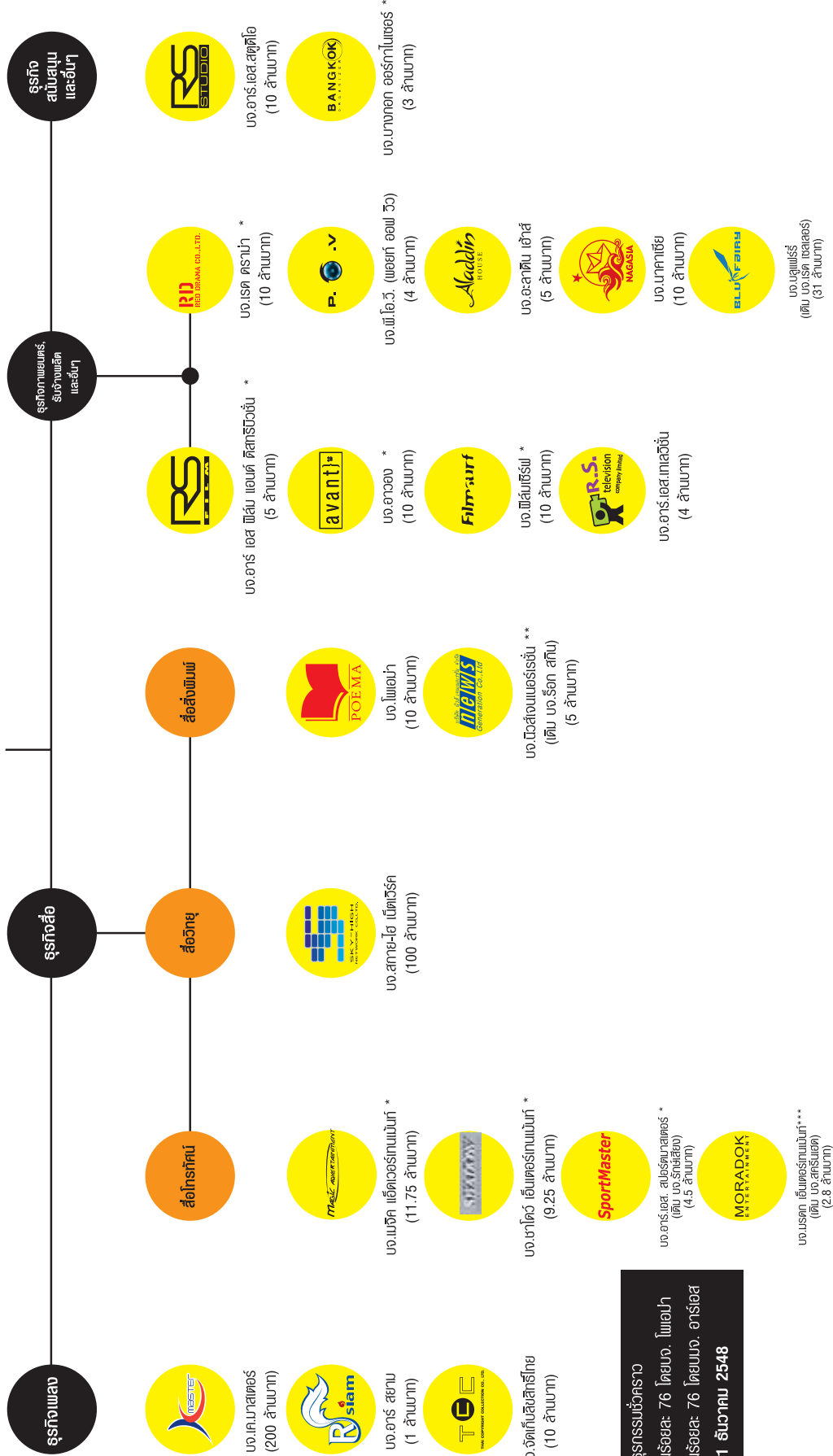
หมายเหตุ : ¹ ผู้ถือหุ้นลำดับที่ 7 เป็นบุคคลตามมาตรา 258 ของ ผู้ถือหุ้นลำดับที่ 2 และ 6

นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีนโยบายจ่ายเงินปันผลในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิหลังจากหักภาษีและสำรองตามกฎหมายแล้ว ทั้งนี้ คณะกรรมการของบริษัทฯ มีอำนาจในการพิจารณาเงินไม่ดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว หรือเปลี่ยนแปลงนโยบายดังกล่าวได้เป็นครั้งคราว โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่การดำเนินการดังกล่าวจะต้องก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น

การจัดการ

โครงสร้างการจัดการ



* หยุดธุรกิจรวมชั่วคราว
 ** ทยอยปรับยอด: 76 โดยบจ. โพเอมา
 *** ทยอยปรับยอด: 76 โดยบจ. อาร์เอส
 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548



โครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ประกอบด้วยคณะกรรมการ และ คณะอนุกรรมการรวมทั้งหมด 4 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

คณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 10 ท่าน ดังรายนามต่อไปนี้

1. นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์	ประธานกรรมการ
2. นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์	รองประธานกรรมการ
3. นางสาวมาลี เชษฐโชติศักดิ์	กรรมการ
4. นายสุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์	กรรมการ
5. นางนาริรัตน์ ลิ้มประเสริฐ	กรรมการ
6. นางสาวพรพรรณ รุ่งเรืองบางชั้น	กรรมการ/เลขานุการคณะกรรมการบริษัท
7. นายบรรณรงค์ พิชญากร	กรรมการ
8. พล.ต.อ.สมชาย วาณิชเสณี	กรรมการอิสระ และ ประธานกรรมการตรวจสอบ
9. พลเอกธานี เสนีวงศ์ ณ อยุธยา	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ
10. นายเกรียงไกร เศรษฐไกรกุล	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ

ปณิธานกรรมการอิสระ

กรรมการอิสระ หมายถึง กรรมการจากภายนอกที่ไม่ได้มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารหรือพนักงานประจำของบริษัทฯ ไม่ได้เป็นกรรมการบริหารหรือกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทฯ และเป็นอิสระจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถทำหน้าที่คุ้มครองผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน และสามารถช่วยดูแลไม่ให้เกิดรายการที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างบริษัทฯ กับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามแทนบริษัทฯ

กรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อผูกพันบริษัทฯ ประกอบด้วย นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์ นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์ นางสาวมาลี เชษฐโชติศักดิ์ นายสุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์ นางนาริรัตน์ ลิ้มประเสริฐ นางสาวพรพรรณ รุ่งเรืองบางชั้น นายบรรณรงค์ พิชญากร สองในเจ็ดท่านลงลายมือชื่อร่วมกัน และประทับตราสำคัญของบริษัทฯ

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2546 เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2546 ได้มีมติกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการไว้ ดังนี้ คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่จัดการบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ มติของที่ประชุมผู้ถือหุ้น และมีอำนาจมอบหมายแต่งตั้งกรรมการจำนวนหนึ่งให้เป็นกรรมการบริหารหรือมอบหมายให้บุคคลอื่นใด เพื่อดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด หรือหลายอย่างภายใต้การควบคุมคณะกรรมการได้ เว้นแต่อำนาจในการดำเนินการดังต่อไปนี้ จะกระทำมิได้ก็ต่อเมื่อได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นก่อน ทั้งนี้ กำหนดให้รายการที่กรรมการหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง มีส่วนได้เสีย หรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดกับบริษัทฯ หรือบริษัทฯ ย่อย ให้กรรมการซึ่งมีส่วนได้เสียในเรื่องใด ไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนในเรื่องนั้น

- (ก) เรื่องที่กฎหมายกำหนดให้ต้องได้มติที่ประชุมผู้ถือหุ้น
- (ข) การทำรายการที่กรรมการมีส่วนได้เสียและอยู่ในข่ายที่กฎหมาย หรือข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ระบุให้ต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น และในกรณีดังต่อไปนี้จะต้องได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการ และที่ประชุมผู้ถือหุ้นด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน
- (ค) การขายหรือโอนกิจการของบริษัทฯ ทั้งหมดหรือบางส่วนที่สำคัญ
- (ข) การซื้อหรือรับโอนกิจการของบริษัทอื่นหรือบริษัทเอกชนมาเป็นของบริษัทฯ
- (ค) การทำ แก๊ซ หรือเลิกสัญญาเกี่ยวกับการให้เข้ากิจการของบริษัทฯ ทั้งหมดหรือบางส่วนที่สำคัญ การมอบหมายให้บุคคลอื่นเข้าจัดการธุรกิจของบริษัทฯ หรือการรวมกิจการกับบุคคลอื่นโดยมีวัตถุประสงค์จะแบ่งกำไรขาดทุนกัน
- (ง) การแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิหรือข้อบังคับ
- (จ) การเพิ่มทุน การลดทุน การออกหุ้นกู้ การควบหรือเลิกบริษัท
- (ฉ) การใดที่พระราชบัญญัติหลักทรัพย์ หรือประกาศตลาดหลักทรัพย์ กำหนดให้ต้องได้รับมติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เช่น การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน หรือรายการที่เกี่ยวข้องกัน

คณะกรรมการบริษัทฯ มีหน้าที่เสนอรายชื่อกรรมการใหม่ที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้ กรรมการที่ได้รับการเสนอชื่อจะต้องพร้อมที่จะทุ่มเทเวลา ความรู้ และความสามารถที่มีให้แก่บริษัท สำหรับกรรมการใหม่ทางบริษัทฯ มีกระบวนการให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจและการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้กรรมการใหม่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทฯ มีการประเมินผลการทำงานของคณะกรรมการบริษัทฯ ประจำปีตามแบบประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อเป็นการตรวจสอบการทำงานและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของคณะกรรมการบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้น



คณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดังรายนามต่อไปนี้

- | | |
|---------------------------------|----------------------|
| 1. พล.ต.อ.สมชาย วาณิชเสณี | ประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 2. พลเอกธานี เสนิงวงศ์ ณ อยุธยา | กรรมการตรวจสอบ |
| 3. นายเกรียงไกร เศรษฐไกรกุล | กรรมการตรวจสอบ |



หน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- | | |
|---|--|
| (ก) เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย การตัดสินใจทางธุรกิจ ตลอดจนการกำกับดูแลกิจการ | (ข) ดูแล และสอบทานใบบริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง |
| (ข) พิจารณา คัดเลือก เสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชี และเสนอค่าสอบบัญชี บริษัทประจำปี | (ฅ) สอบทานรายการระหว่างกันของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ตลอดจนผู้อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้การทำรายการระหว่างกันอยู่ภายใต้เกณฑ์ที่เหมาะสมปราศจากการถ่ายเทผลประโยชน์ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นในระยะยาว |
| (ค) พิจารณานโยบายและแนวทางปฏิบัติของสายงานตรวจสอบกลางให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง | (ง) พิจารณาร่วมกับผู้สอบบัญชีถึงปัญหา หรือ ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากการตรวจสอบงบการเงิน |
| (ง) พิจารณาทบทวนแผนงานการตรวจสอบประจำปีของฝ่ายตรวจสอบกลาง | (ฉ) จัดทำรายงานกิจกรรมของคณะกรรมการตรวจสอบโดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทฯ ซึ่งรายงานดังกล่าวลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบ |
| (จ) สอบทานใบบริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายใน และ การตรวจสอบภายในที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยสอบทานร่วมกับผู้สอบบัญชี ภายในและภายนอก | (ช) คณะกรรมการตรวจสอบมีอำนาจเชิญกรรมการบริหาร ผู้บริหาร หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูล หรือ เข้าร่วมประชุมได้ |
| (ฉ) พิจารณารายงานผลการตรวจสอบรายไตรมาส และข้อเสนอแนะของผู้สอบบัญชีภายในและภายนอก รวมทั้งติดตามผลการดำเนินการตามข้อเสนอแนะดังกล่าว | (ฌ) การปฏิบัติการณ์ใดก็ตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย |
| (ช) สอบทานรายการทางการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อยรายไตรมาส ให้มีความถูกต้องเชื่อถือได้ และมีการเปิดเผยข้อมูลที่เพียงพอตามกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดี | |

คณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริหารของบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 7 ท่าน ดังรายนามต่อไปนี้

ประธานกรรมการบริหาร	-	นายสุรชัย	เชษฐโชติศักดิ์
รองประธานกรรมการบริหาร	-	นายสุวัฒน์	เชษฐโชติศักดิ์
กรรมการ	-	นายบรรณรงค์	พิชญากร
กรรมการ	-	นางสาวพรพรรณ	รุ่งเรืองบางชั้น
กรรมการ	-	นายธรรยง	อักรจินดานนท์
กรรมการ	-	นายประสงค์	รุ่งสมัยทอง
กรรมการ	-	นายคมสันต์	เชษฐโชติศักดิ์

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

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

- (ก) มีอำนาจพิจารณาอนุมัติการกู้หรือให้กู้ยืมเงิน หรือการขอสินเชื่อใดๆ จากสถาบันการเงิน รวมตลอดถึงการเข้าเป็นผู้ค้าประกัน หรือการชำระหรือใช้จ่ายเงินเพื่อ อุดหนุนตามปกติธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ ภายในวงเงินสำหรับแต่ละรายการไม่เกินกว่า 50 ล้านบาท หรือจำนวนเทียบเท่า
- (ข) มีอำนาจแต่งตั้ง ถอดถอนเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ ในตำแหน่งที่ไม่สูงกว่าตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ
- (ค) มีอำนาจจัดทำ เสนอแนะและกำหนดนโยบายแนวทางธุรกิจ และกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทฯ ต่อคณะกรรมการ
- (ง) จัดตั้งโครงสร้างองค์กรและการบริหาร และกรรมการบริหาร โดยให้ครอบคลุมทุกรายละเอียดของการคัดเลือก การฝึกอบรม การว่าจ้าง และการเลิกจ้างของพนักงานของบริษัทฯ
- (จ) กำหนดแผนธุรกิจ อำนาจการบริหารงาน อนุมัติงบประมาณสำหรับ ประกอบธุรกิจประจำปี และงบประมาณรายจ่ายประจำปี และดำเนินการตามแผนทางธุรกิจและกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยสอดคล้องกับนโยบาย และแนวทางธุรกิจที่ได้แถลงต่อคณะกรรมการ
- (ฉ) ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายในแต่ละช่วงเวลาจากคณะกรรมการ

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

คณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

คณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 4 ท่าน ดังรายนามต่อไปนี้

ประธานกรรมการ	-	นางสาวพรพรรณ	รุ่งเรืองบางชั้น
กรรมการ	-	นายธรรยง	อักรจินดานนท์
	-	นางนภาพร	ตรีพิชัย
เลขานุการ	-	นายนิเวศน์	บัวคอม

บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

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



คณะผู้บริหาร

บริษัทฯ มีผู้บริหารทั้งหมดจำนวน 9 ท่าน ดังรายนามต่อไปนี้

1.	นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์	ประธานกรรมการ
2.	นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์	ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ
3.	นายสุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์	รองประธานกรรมการบริหาร
4.	นางสาวมาลี เชษฐโชติศักดิ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
5.	นายคมสันต์ เชษฐโชติศักดิ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
6.	นางสาวพรพรรณ รุ่งเรืองบางชัน	รองกรรมการผู้จัดการ-สำนักประธาน
7.	นายยรรยง อัครจินดานนท์	รองกรรมการผู้จัดการ-นิวมัติย
8.	นายบรรณรงค์ พิษฎากร	รองกรรมการผู้จัดการ-การเงินและบัญชี
9.	นายประสงค์ รุ่งสมัยทอง	รองกรรมการผู้จัดการ-บริหารภาพลักษณ์และสินทรัพย์องค์กร

หมายเหตุ

1. “ผู้บริหาร” ในหัวข้อนี้ หมายถึง กรรมการ กรรมการผู้จัดการใหญ่ หรือผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารสี่รายแรกนับต่อจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ลงมา และผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งเทียบเท่ากับผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารรายที่สี่ทุกราย

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของกรรมการผู้จัดการ

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2546 เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2546 และครั้งที่ 5/2548 เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2548 ได้มีมติกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของกรรมการผู้จัดการ โดยกำหนดให้กรรมการผู้จัดการมีอำนาจอนุมัติในการดำเนินการใดๆ ที่จำเป็นหรือเกี่ยวข้องเนื่องกับการดำเนินงานตามธุรกิจปกติของบริษัทฯ ภายในวงเงินสำหรับแต่ละรายการไม่เกินกว่า 25 ล้านบาท หรือจำนวนเทียบเท่าทั้งนี้ การอนุมัติการทำรายการดังกล่าวข้างต้นกรรมการผู้จัดการไม่มีอำนาจในการดำเนินการใดๆ ในหรือเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกัน รายการการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทฯ และ/หรือ รายการหรือเรื่องที่กรรมการผู้จัดการหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง มีส่วนได้ส่วนเสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะอื่นใดที่จะทำขึ้นกับบริษัทฯ และบริษัทย่อย ในกรณีดังกล่าว รายการหรือเรื่องดังกล่าวจะต้องนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และ/หรือ คณะกรรมการของบริษัทฯ (แล้วแต่กรณี) เพื่อพิจารณาอนุมัติ

การสรรหากรรมการและผู้บริหาร

การคัดเลือกบุคคลที่จะเข้าดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการของบริษัทฯ ไม่ได้ผ่านคณะกรรมการสรรหา วิธีการสรรหากรรมการจะกระทำโดยคณะกรรมการซึ่งจะเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกตามเกณฑ์คุณสมบัติตามมาตรา 68 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 และตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงประสบการณ์ ความรู้ และความสามารถ จากนั้นจึงนำรายชื่อเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาแต่งตั้งในการเลือกตั้งคณะกรรมการของบริษัทฯ ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ โดยใช้เสียงข้างมากตามหลักเกณฑ์และวิธีการดังต่อไปนี้

- (ก) ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับหนึ่งหุ้นต่อเสียงหนึ่ง
- (ข) ให้ผู้ถือหุ้นออกเสียงลงคะแนนเลือกตั้งกรรมการเป็นรายบุคคลไป
- (ค) บุคคลซึ่งได้รับคะแนนเสียงสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่าจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ในกรณีที่บุคคลซึ่งได้รับการเลือกตั้งในลำดับถัดลงมาไม่มีคะแนนเสียงเท่ากับเกินจำนวนที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้นให้ผู้เป็นประธานเป็นผู้ออกเสียงชี้ขาด

คำตอบแทนผู้บริหาร

คำตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

- ก) กรรมการบริษัท

รายการ	ปี 2548		
	จำนวน (ท่าน)	จำนวนเงิน (บาท)	รายละเอียดคำตอบแทน
กรรมการบริษัท	10	855,000	คำตอบแทนประจำและเบี้ยประชุม
กรรมการตรวจสอบ	3	625,000	คำตอบแทนประจำและเบี้ยประชุม

โดยมีรายละเอียดค่าตอบแทนประจำ และเบี้ยประชุมรายการกรรมการบริษัทดังนี้

ลำดับ	รายนามกรรมการบริษัท	ค่าตอบแทนประจำ (บาท)	ค่าเบี้ยประชุม (บาท)
1	นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์	-	50,000.00
2	นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์	-	30,000.00
3	นางสาวมาลี เชษฐโชติศักดิ์	-	30,000.00
4	นายสุวัฒน์ เชษฐโชติศักดิ์	-	30,000.00
5	นางนารีรัตน์ ลัมประเสริฐ	-	30,000.00
6	นางสาวพรพรรณ รุ่งเรืองบางชั้น	-	30,000.00
7	นายบรรณรงค์ พิษณุากร	-	30,000.00
8	พลเอกธานี เสนีวงศ์ ณ อยุธยา	180,000.00	30,000.00
9	พล.ต.อ.สมชาย วาณิชเสนี	180,000.00	30,000.00
10	นายเกรียงไกร เศรษฐไกรกุล	180,000.00	25,000.00
	รวมทั้งหมด	540,000.00	315,000.00

หมายเหตุ

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

ข) กรรมการบริหารและผู้บริหารของบริษัทฯ

ปี 2548			
รายการ	จำนวน (ท่าน)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	รายละเอียดค่าตอบแทน
กรรมการบริหาร	7	-	-
ผู้บริหาร	9	31.87	เงินเดือน / โบนัส / สวัสดิการอื่นๆ



คำตอบแทนอื่น

ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2548 ของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2548 ได้มีมติอนุมัติการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ บริษัทฯ จำนวน 5,000,000 หน่วย ให้แก่พนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้อนุญาตให้บริษัทฯ เสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นและหุ้นเพื่อรองรับใบสำคัญแสดงสิทธิต่อพนักงาน เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2548 ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพิจารณาจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวให้แก่พนักงาน

รายละเอียดโดยสรุปของใบสำคัญแสดงสิทธิ มีดังนี้

ชนิดของหลักทรัพย์ที่เสนอขาย	:	ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ชนิดระบุชื่อผู้ถือและโอนเปลี่ยนมือไม่ได้ และบริษัทฯ จะไม่นำไปจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
จำนวนที่เสนอขาย	:	5,000,000 หน่วย
ราคาเสนอขายต่อหน่วย	:	หน่วยละ 0 บาท (ศูนย์บาท)
อายุใบสำคัญแสดงสิทธิ	:	5 ปี นับจากวันที่ได้ออกและเสนอขาย
อัตราการใช้สิทธิ	:	ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยต่อหุ้นสามัญ 1 หุ้น
ราคาการใช้สิทธิที่จะซื้อหุ้น	:	ราคาหุ้นละ 15 บาท (สิบห้าบาท)
จำนวนหุ้นที่ออกเพื่อรองรับ	:	5,000,000 หุ้น (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท)
วันที่ออกและเสนอขาย	:	อยู่ระหว่างการพิจารณาจัดสรร
วิธีการจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิ	:	คณะกรรมการบริษัทฯ ได้มอบหมายให้กรรมการผู้จัดการ เป็นผู้กำหนดรายชื่อพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อยที่ได้รับการจัดสรรและกำหนดจำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะจัดสรรให้แก่พนักงานแต่ละราย โดยเป็นพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อยที่ได้รับการคัดเลือกซึ่งทำประโยชน์ให้แก่บริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อย และจำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิที่พนักงานของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อย ที่คณะกรรมการบริษัทฯ กำหนดให้แต่ละรายได้รับ ไม่จำเป็นต้องมีจำนวนเท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตำแหน่ง ประสบการณ์ อายุงาน ผลการปฏิบัติงานและศักยภาพ รวมทั้งประโยชน์ที่ให้แก่บริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อย ทั้งนี้ การออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิในครั้งนี้เป็นการเสนอขายต่อพนักงานในราคา 0 บาท พนักงานแต่ละรายจะได้รับใบสำคัญแสดงสิทธิตามจำนวนที่ได้รับจัดสรรโดยไม่ต้องมีการจองซื้อ ซึ่งบริษัทฯ จะแจ้งผลการจัดสรรให้พนักงานทราบเป็นรายบุคคลอย่างเป็นทางการต่อไป

การกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการเข้าใจ บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีต่อบริษัทฯ และผู้ถือหุ้น และได้ปฏิบัติตามหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี และข้อพึงปฏิบัติที่ดีสำหรับกรรมการบริษัทจดทะเบียนที่เป็นไปตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รายงานการปฏิบัติตามหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี

หลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี	แนวทางการปฏิบัติของบริษัทฯ
1. นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ	บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ โดยให้ความสำคัญต่อระบบการควบคุมและการตรวจสอบภายใน และมุ่งเน้นการกำกับดูแลฝ่ายบริหารให้ดำเนินการตามนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อประโยชน์ระยะยาวของผู้ถือหุ้น รวมทั้งมุ่งเน้นเรื่องความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ การเปิดเผยข้อมูล และการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม
2. สิทธิของผู้ถือหุ้น	ในปี 2548 บริษัทฯมีการประชุมผู้ถือหุ้นทั้งหมด 2 ครั้ง แบ่งเป็น ประชุมสามัญประจำปี จำนวน 1 ครั้ง และวิสามัญ 1 ครั้ง โดยบริษัทฯ ได้จัดส่งหนังสือนัดประชุมพร้อมทั้งข้อมูลประกอบการประชุมตามวาระต่างๆ หลักการและเหตุผล และความเห็นของคณะกรรมการในทุกวาระ ให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าก่อนวันประชุมในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด โดยมีการบันทึกการประชุมที่ถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้เพิ่มทางเลือกให้กับผู้ถือหุ้น โดยให้กรรมการอิสระเป็นผู้รับมอบฉันทะจากผู้ถือหุ้น ในกรณีที่ผู้ถือหุ้นไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ โดยในระหว่างการประชุมผู้ถือหุ้น ประธานในที่ประชุมได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีสิทธิอย่างเท่าเทียมกันในการสอบถาม แสดงความคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

3. สิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย

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

ความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงทั้งหน้าที่และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง สังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนดำเนินธุรกิจและควบคุมให้มีการปฏิบัติตามใต้กรอบของกฎหมาย และกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการมีส่วนร่วมในการทำประโยชน์ให้แก่สังคม และรักษาสิ่งแวดล้อม

ลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการจำหน่ายสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพกับลูกค้าของบริษัทฯ

ผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ บริหารงานด้วยความรู้ความสามารถที่ดี มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผลการดำเนินงานที่ดี โดยคำนึงถึงความเสี่ยงในปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนให้เกิดผลตอบแทนที่เหมาะสมต่อผู้ถือหุ้น

พนักงาน

บริษัทฯ ถือว่าพนักงานเป็นสมบัติอันมีค่าของบริษัทฯ ดังนั้นคุณค่าของพนักงานจึงถือเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งบริษัทฯ จัดให้มีสวัสดิการที่เหมาะสมแก่พนักงาน ให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ รับผิดชอบต่อสังคม และผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคน และบริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการดูแลรักษาสุขภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานอยู่เสมอ และยึดมั่นปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน

คู่ค้าและเจ้าหนี้

บริษัทฯ ตั้งมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต และเที่ยงธรรมต่อคู่ค้า หลีกเลี่ยงความลำเอียง หรือสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ตลอดจนยึดมั่นและถือปฏิบัติตามสัญญา

คู่แข่ง

บริษัทฯ ส่งเสริมนโยบายการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี และเป็นธรรม

คุณธรรม

บริษัทฯ มุ่งมั่นกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ตรงไปตรงมา ภายใต้กฎหมาย และกฎระเบียบของบริษัทฯ โดยถือปฏิบัติตามจรรยาบรรณนี้ในทุกกิจกรรมและในการตัดสินใจในทุกเรื่องของบริษัทฯ บริษัทฯ จะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์และคำนึงถึงความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อบริษัทฯ

ความเสมอภาคแก่ผู้เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ไม่มีการกีดกัน หรือไม่ให้สิทธิพิเศษ หรือเลือกปฏิบัติแก่ผู้หนึ่งผู้ใด

หลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี	แนวทางการปฏิบัติของบริษัทฯ
4. การประชุมผู้ถือหุ้น	<p>บริษัทฯ ได้จัดการประชุมผู้ถือหุ้น โดยมีหลักการในการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บริษัทฯ ได้จัดส่งหนังสือนัดประชุมพร้อมทั้งข้อมูลประกอบการประชุมตามวาระต่างๆ ให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าก่อนวันประชุมในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด ซึ่งในแต่ละวาระมีหลักการและเหตุผล และ ความเห็นของคณะกรรมการประกอบ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เผยแพร่หนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น และ เอกสารประกอบการประชุม ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ที่ Website ของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ถือหุ้น โดยในปี 2548 บริษัทฯ มีการประชุมผู้ถือหุ้นทั้งหมด 2 ครั้ง แบ่งเป็น ประชุมสามัญประจำปี จำนวน 1 ครั้ง และ วิชาสามัญ 1 ครั้ง โดยมี ประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และ กรรมการผู้จัดการ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ เข้าร่วมประชุม โดยก่อนเริ่มประชุม ประธานในที่ประชุมได้ชี้แจงวิธีการออกเสียงลงคะแนนให้ที่ประชุมทราบ ในระหว่างการประชุมประธานในที่ประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีสิทธิอย่างเท่าเทียมกันในการสอบถามเพิ่มเติม และ แสดงความคิดเห็น ก่อนการออกเสียงลงคะแนนในทุกวาระ รายงานการประชุมถูกจัดทำขึ้นอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เสร็จสมบูรณ์ในเวลาที่กฎหมายกำหนด และ มีระบบการจัดเก็บที่ดีเพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้</p>
5. กาวะผู้นำและวิสัยทัศน์	<p>คณะกรรมการมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกิจ กลยุทธ์ เป้าหมาย แผนธุรกิจและงบประมาณของบริษัทฯ ตลอดจนกำกับดูแลให้ฝ่ายจัดการดำเนินการให้เป็นไปตามแผนธุรกิจ และงบประมาณที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงการจัดการให้บริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และมาตรการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม รวมทั้งมีการติดตามผลการดำเนินงานในเรื่องดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอในการประชุมคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้คณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาการกำหนดและแยกบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบระหว่างคณะกรรมการ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการอย่างชัดเจน</p>
6. ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	<p>รายละเอียดข้อมูลได้แสดงไว้ในหัวข้อการจัดการ การควบคุมภายใน และรายการระหว่างกัน</p>
7. จริยธรรมธุรกิจ	<p>บริษัทฯ ได้จัดให้มีระเบียบและแนวปฏิบัติเป็นลายลักษณ์อักษร รวมถึงกำหนดคถลงโทษทางวินัย เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ตามการกิจของบริษัทฯ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและมีจริยธรรม ทั้งการปฏิบัติต่อบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของกลุ่มบริษัทอาร์เอสยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ตามการกิจของบริษัทฯ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและมีจริยธรรม ทั้งการปฏิบัติต่อบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ส่วนเนื้อหาของคู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทฯ ครอบคลุมในเรื่องจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจและจรรยาบรรณของพนักงาน ซึ่งได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ การรักษากรณีภัยสิน การดูแลการใช้ข้อมูลภายใน และการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เป็นต้นตั้งแต่ปี 2549 ทางบริษัทฯ ได้เผยแพร่คู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งผ่านมติการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549 และประกาศลงในระบบ Intranet ของบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานทุกระดับรับทราบอย่างทั่วถึง และมีกระบวนการดูแลให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณที่กำหนดอย่างเคร่งครัด</p>
8. การถ่วงดุลของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	<p>คณะกรรมการบริษัทฯ มีจำนวน 10 ท่าน ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> • กรรมการที่เป็นผู้บริหาร จำนวน 7 ท่าน • กรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 30 ของกรรมการทั้งคณะ
9. การรวมหรือแยกตำแหน่ง	<p>ประธานกรรมการไม่เป็นบุคคลเดียวกันกับกรรมการผู้จัดการ แต่ทั้งสองท่านเป็นตัวแทนจากกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่กลุ่มเดียวกัน อย่างไรก็ตาม โครงสร้างคณะกรรมการของบริษัทฯ ประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน ซึ่งจะทำให้เกิดการถ่วงดุลและการสอบทานการบริหารงาน</p>
10. คำตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร	<p>บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารไว้อย่างชัดเจนและโปร่งใส โดยในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2546 ได้ และที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2546 พิจารณาอนุมัติค่าตอบแทนกรรมการให้อยู่ในระดับเดียวกับอุตสาหกรรมซึ่งสูงเพียงพอที่จะดึงดูด และรักษากรณีภัยสินที่มีคุณสมบัติที่ต้องการ สำหรับผู้บริหาร การจ่ายค่าตอบแทนจะสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละท่าน ซึ่งหลักเกณฑ์และผลการปฏิบัติงานของกรรมการผู้จัดการจะถูกประเมินโดยคณะกรรมการบริษัทฯ รายละเอียดค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารได้แสดงไว้ในหัวข้อการจัดการ</p>

หลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี	แนวทางการปฏิบัติของบริษัทฯ
11. การประชุมคณะกรรมการ	<p>คณะกรรมการมีกำหนดประชุมโดยปกติอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง และมีการประชุมพิเศษเพิ่มเติมตามความจำเป็น โดยมีการกำหนดวาระการประชุม และ วันประชุมไว้ล่วงหน้า โดยมีวาระพิจารณาติดตามผลการดำเนินงานเป็นประจำ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดส่งหนังสือเชิญประชุมพร้อมระเบียบวาระการประชุมและเอกสารการประชุมก่อนการประชุมล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วันเพื่อให้คณะกรรมการได้มีเวลาศึกษาข้อมูลอย่างเพียงพอก่อนเข้าร่วมประชุม ทั้งนี้กรรมการอิสระ/กรรมการตรวจสอบจะร่วมประชุมทุกครั้ง โดยในปี 2548 บริษัทฯ มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ รวมทั้งสิ้นจำนวน 6 ครั้ง โดยการประชุมจัดที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ทุกครั้ง ซึ่งกรรมการทุกท่านที่อยู่ในตำแหน่งได้เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ทุกครั้ง ยกเว้น นายเกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์ และ นายเกรียงไกร เศรษฐไกรกุล ที่ขาดการประชุมเพียงท่านละ 1 ครั้ง อันเนื่องมาจากติดภารกิจสำคัญที่เป็นกรณีกันหัน และ ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ อย่างไรก็ตามทั้งสองท่านได้ติดตามผลการประชุมจากรายงานการประชุมในภายหลัง</p>
12. คณะอนุกรรมการ	<p>คณะกรรมการบริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อช่วยในการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • คณะกรรมการตรวจสอบ มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี ประกอบด้วยกรรมการ 3 ท่าน ทุกท่าน เป็น กรรมการอิสระ รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ และหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบกรรณาดูรายละเอียดในข้อ 9 • คณะกรรมการบริหาร ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 ท่าน รายงานคณะกรรมการบริหาร และ หน้าที่ของคณะกรรมการบริหารกรรณาดูรายละเอียดในข้อ 9 • คณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 4 ท่าน รายงานคณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล และ หน้าที่ของคณะกรรมการพัฒนาทรัพยากรบุคคลกรรณาดูรายละเอียดในข้อ 9 • บริษัทฯ ยังไม่มีอนุกรรมการกำหนดค่าตอบแทนแต่มีกระบวนการพิจารณาค่าตอบแทนเบื้องต้นที่เหมาะสม โดยใช้ข้อมูลค่าตอบแทนของบริษัทฯ ในอุตสาหกรรมเดียวกันและมีขนาดใกล้เคียงกัน รวมถึงผลประกอบการของบริษัทฯ ประกอบการพิจารณากำหนด
13. ระบบการควบคุมและการตรวจสอบภายใน	<p>บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อระบบการควบคุมภายในทั้งในระดับบริหาร และระดับปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ โดยกำหนดภาระหน้าที่ อำนาจการดำเนินการของผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารไว้อย่างชัดเจน มีการควบคุมดูแลการใช้ทรัพย์สิน และมีการแบ่งแยกหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ผู้ติดตามควบคุมและประเมินผลออกจากกัน เพื่อให้เกิดการถ่วงดุลและตรวจสอบระหว่างกันอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับระบบการเงิน โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีระบบรายงานทางการเงินเสนอผู้บริหารสายงานที่รับผิดชอบบริษัทฯ มีฝ่ายตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบโดยจะรายงานการตรวจสอบตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติงานหลัก และกิจกรรมทางการเงินสำคัญของบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแนวทางที่กำหนดและมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ มีนโยบายที่จะมีการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ (Compliance Control)</p>
14. รายงานของคณะกรรมการ	<p>ดูรายละเอียดในรายงานคณะกรรมการ</p>
15. ความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน	<p>บริษัทฯ จัดให้มีผู้ดูแลงานด้านนักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อดูแลเรื่องการเปิดเผยข้อมูลที่ครบถ้วน ตรงต่อความเป็นจริง เชื่อถือได้และทันเวลา ทั้งนี้ ผู้ลงทุนสามารถติดต่องานด้านนักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทฯ ได้ที่เบอร์โทรศัพท์ 0-2511-0911 และ 0-2511-0555 ต่อ 1502 หรือ ที่ อี-เมล ir@rs.co.th หรือ www.rs.co.th</p>



การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทฯ ได้ดำเนินการแจ้งให้ผู้บริหารฝ่ายต่างๆ ให้ความสนใจถึงการหน้าทีในการรายงานการถือหลักทรัพย์ในบริษัทฯ ของตนเอง คู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ตลอดจนรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามมาตรา 59 และบทกำหนดโทษตามมาตรา 275 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 นอกจากมาตรการที่เป็นข้อกำหนดของกฎหมายแล้ว บริษัทได้มีนโยบายเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งครอบคลุมเรื่องการใช้อุปกรณ์ภายในไว้ในคู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน โดยคู่มือจรรยาบรรณของกลุ่มบริษัทฯ ผ่านมติการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทฯ แล้วเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการกำหนดระเบียบข้อบังคับในการนำข้อมูลภายในของบริษัทฯ ไปใช้ดังนี้

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

โดยข้อกำหนดนี้รวมความถึงคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างของบริษัทฯ พนักงานคนใดฝ่าฝืนในระเบียบดังกล่าว บริษัทฯ จะถือว่าได้กระทำความผิดอย่างร้ายแรงโดยอาจมีโทษตั้งแต่ขั้นตักเตือนด้วยวาจาจนถึงขั้นให้ออกจากงาน

บุคลากร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 กลุ่มบริษัทมีจำนวนพนักงานทั้งหมด 1,742 คน ประกอบด้วยพนักงานใน บมจ. อาร์เอส 680 คน และบริษัทในเครือ 1,062 คน และได้จ่ายผลตอบแทนเป็นจำนวนเงินรวมประมาณ 576.39 ล้านบาท โดยเป็นผลตอบแทนในรูปของเงินเดือน โบนัสและค่าใช้จ่ายบุคลากรอื่นๆ

นโยบายการพัฒนาศักยภาพบุคคล

1. บริษัทฯ ให้ความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพบุคคลไว้ 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)
ขอบเขตกิจกรรมที่กว้างไกล	(Broad Scope of HRD Concern)

2. บริษัทฯ จัดระดับการพัฒนาศักยภาพบุคคล ไว้ 3 ระดับ คือ

การพัฒนาองค์กร	(Organization Development)
การพัฒนาอาชีพ	(Career Development)
การฝึกอบรมและพัฒนา	(Training Development)

3. การพัฒนาองค์กรของบริษัทฯ มีดังนี้

- 3.1 การมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) การกิจ (Mission) และ ค่านิยมร่วม (Values) ของบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานได้ทราบทิศทางและแนวทางการทำงานร่วมกันของบริษัทฯ
- 3.2 การพัฒนาระบบและโครงสร้างบริษัทฯ (Re-Structuring) โดยมีการพัฒนาระบบงาน การขยายขอบเขตในธุรกิจต่างๆเพิ่มขึ้นตลอดเวลา และมีปรับปรุงโครงสร้างองค์กรของบริษัทฯเพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการบริหารงานมากยิ่งขึ้น
- 3.3 การกำหนดความสามารถหลัก (Core Competencies) ความสามารถทางการบริหาร (Management Competencies) และความสามารถในงาน (Functional Competencies) ซึ่งเป็นความสามารถเฉพาะของพนักงานบริษัทฯ สำหรับใช้ในงานบริหารและพัฒนาศักยภาพบุคคลทุกด้าน
- 3.4 การจัดระบบการบริหารงานทรัพยากรบุคคล และการพัฒนาศักยภาพบุคคลของบริษัทฯในเครือทุกบริษัทให้มีแนวทางการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลให้เป็นไปในรูปแบบ และมาตรฐานการทำงานที่เหมือนกันเพื่อความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจภายในเครือ



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) เพื่อมุ่งเน้นพัฒนาระดับบุคคล โดยการสร้างโอกาสหรือความก้าวหน้าในการทำงานให้กับพนักงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานรับรู้ว่าคุณสมบัติของตนเองสามารถเลื่อนตำแหน่ง (Promotion) ไปยังตำแหน่งใดได้บ้าง หรือสามารถโอนย้าย (Transfer) หรือสับเปลี่ยนหมุนเวียนงาน (Job Rotation) ไปยังหน่วยงานหรือตำแหน่งงานใดได้บ้าง รวมถึงยังเป็นการมุ่งเน้นการพัฒนาพนักงานโดยการพัฒนาศักยภาพ และการเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานที่มีความสามารถและศักยภาพสูง ในรูปแบบของการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งงานที่สูงขึ้น
- 4.4 การกำหนดหลักเกณฑ์การเลื่อนตำแหน่ง / ปรับระดับตำแหน่ง (Promotional Adjustment) ที่ชัดเจน เพื่อเป็นการเตรียมบุคลากรไว้ล่วงหน้าสำหรับการก้าวขึ้นไปสู่การดำรงตำแหน่งที่สูงขึ้น

5. การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานมีดังนี้

- 5.1 การจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมที่ครอบคลุมทั้งด้านการพัฒนาความรู้ (Knowledge Development) การพัฒนาทัศนคติ (Attitude Development) และการพัฒนาทักษะ (Skill Development) และมีการดำเนินการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน ทั้งในส่วนของฝึกอบรมภายใน (In-house Training) และการฝึกอบรมภายนอก (Public Training)
- 5.2 การกำหนดหลักเกณฑ์การคัดเลือกพนักงานเพื่อการเข้ารับการฝึกอบรมและพัฒนา พิจารณาจากผู้ที่คาดว่าจะได้รับการเลื่อนขั้น / เลื่อนตำแหน่งภายใน 1-2 ปี (Successor) ที่มีผลการประเมินผลการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดีขึ้นไป ซึ่งต้องผ่านการฝึกอบรมตามจำนวนชั่วโมงที่กำหนด และพิจารณาจากพนักงานที่อยู่ในสายงานที่เกี่ยวข้อง (Functional) โดยนำผลการสำรวจความต้องการในการฝึกอบรม (Training Needs) มาประกอบ นอกจากนี้ยังพิจารณาจากพนักงานที่อยู่ในกลุ่มการประเมินแบบ 360 องศา ซึ่งได้มีการกำหนดแผนพัฒนาบุคคล (Individual Development Plan – IDP) ไว้

6. บริษัทฯยังให้ความสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคล

โดยมีการพัฒนาระบบประเมินผลงาน (Performance Management) ที่นำปัจจัยเรื่องตัวชี้วัด (KPI) และความสามารถ (Competency) มาใช้ รวมถึงมีการพัฒนาสวัสดิการและการกำหนดผลตอบแทนที่เหมาะสมเพื่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังมีนโยบายเชิงรุกในการสรรหาและจัดเตรียมบุคลากรใหม่ๆ เข้าร่วมงาน โดยได้จัดทำกิจกรรม Campus Recruitment Project เฉพาะของบริษัทฯกับสถาบันการศึกษาชั้นนำและจัดทำกิจกรรม Young Creative Trainee กับนักศึกษาจากกลุ่มเป้าหมาย

การควบคุมภายใน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างการควบคุมภายในให้มีความเพียงพอ และเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นการป้องกันทรัพย์สินของบริษัทฯไม่ให้เกิดความเสียหาย หรือนำไปหาประโยชน์โดยมิชอบ โดยมีฝ่ายตรวจสอบภายในเป็นหน่วยงานทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานและกิจกรรมทางการเงินที่สำคัญ และรายงานผลการตรวจสอบโดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อให้ฝ่ายตรวจสอบภายใน มีความเป็นอิสระเพียงพอในการปฏิบัติงาน

ในการประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 1/2549 เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549 โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบ 2 ท่านเข้าร่วมประชุมด้วย คณะกรรมการได้ประเมินความเพียงพอของระบบควบคุมภายในโดยการซักถามข้อมูลจากฝ่ายบริหาร และการตอบแบบประเมินความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ ด้วยตนเอง สรุปได้ว่าการประเมินระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ ในด้านต่างๆ 5 ส่วน คือ องค์กรและสภาพแวดล้อม การบริหารความเสี่ยง การควบคุมการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหาร ระบบสารสนเทศ และการสื่อสารข้อมูล และระบบการติดตาม คณะกรรมการมีความเห็นว่า ปัจจุบันบริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายในเรื่องการทำธุรกรรมกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าวอย่างเพียงพอแล้ว สำหรับการควบคุมภายในในหัวข้ออื่นของระบบการควบคุมภายใน คณะกรรมการเห็นว่าปัจจุบันบริษัทฯ มีการควบคุมภายในที่เพียงพอแล้วเช่นกัน



บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริหารและผู้มีอำนาจควบคุมบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548

ลำดับ ตัว	ชื่อ-สกุล	อายุ	คุณวุฒิการศึกษา	สัดส่วนการถือ หุ้น (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ กรรมการหรือผู้บริหาร	ข้อมูล		ตำแหน่ง	บริษัท	การประเมินผลสัมฤทธิ์ตามโปรแกรม ประจำปี (IOD)
						ช่วงอายุ	ประสบการณ์ทำงานในระยะเวลา 5 ปี สัมพันธ์			
1.	นายธีรภัทร แซงโง้วศักดิ์	51	ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	16.70	เป็นน้องพี่ในกรมใน ลำดับที่ 2-6	25-46-ปัจจุบัน	ประธานที่ปรึกษากรรมการบริหาร ประธานกรรมการ	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546	
2.	นายสุชัย แซงโง้วศักดิ์	43	ปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	15.94	เป็นน้องพี่ในกรมใน ลำดับที่ 1 และ 3-6	2546-ปัจจุบัน	รองประธานกรรมการ ประธานกรรมการบริหารกรมการผู้จัดการ	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546	
3.	นายสุวัฒน์ แซงโง้วศักดิ์	40	ปริญญาตรี คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	15.46	เป็นน้องพี่ในกรมใน ลำดับที่ 1-2 และ 4-6	2546-ปัจจุบัน	กรรมการบริหารกรมการบริหาร	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546	
			มหาวิทยาลัยรามคำแหง			ค.ค.46-ป.ย.48	รองกรรมการผู้จัดการ-ธุรกิจสื่อ			
						2540-ค.ค.46	ผู้อำนวยการสายงานบริหารกรมการ			
						2540-ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ	บริษัท แม็ค แอ็ดเวอร์ซิเมนต์ จำกัด		
						2535-2540	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)		
4.	นางสาวนงส์ แซงโง้วศักดิ์	45	ปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	5.52	เป็นน้องพี่ในกรมใน ลำดับที่ 1-3 และ 5-6	2546-ปัจจุบัน	กรรมการบริหารกรมการบริหาร	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546	
						ก.ค.46-ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ			
						2544-ก.ค.46	ผู้อำนวยการสายงานตรงต่อกลาง			
						2540-2544	ผู้อำนวยการสายงานการเงินและบัญชี			
						2535-2540	ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน			
5.	นายธีรวัฒน์ สัมประเสริฐ	39	ปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ สถาบันราชภัฏวชิรเวศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์	6.84	เป็นน้องพี่ในกรมใน ลำดับที่ 1-5	2546-ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546	
			อื่นๆ			2545-พ.ย.46	กรรมการผู้จัดการ	บริษัท จำกัดในเครือบริษัท อาร์เอส จำกัด		
						2540-2545	ผู้อำนวยการสายงานบริหารกรมการพิเศษกับแหล่ง	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)		
						2535-2540	ผู้อำนวยการบริหาร			
6.	นางสาวพรพรรณ รุ่งเรืองบงกช	35	ปริญญาโท บริหารธุรกิจบัณฑิต (MBA) สถาบันศรีนครินทรบดินทร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรบดินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	-	-	พ.ย.47-ปัจจุบัน	กรรมการบริหารกรมการบริหาร	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2547	
						พ.ย.46-ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ-สำนักบริหาร	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)		
						2544-ก.ค.46	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	บริษัท แม็คในเครือ บริษัท แม็ค แอ็ดเวอร์ซิเมนต์ จำกัด (มหาชน)		
						2542-ก.ค.44	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	บริษัท อีทีเอส จำกัด		
7.	นายบรรณเจตน์ พิทยกรรม	35	ปริญญาโท MBA (Finance) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	-	-	พ.ย.47-ปัจจุบัน	กรรมการบริหารกรมการบริหาร	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2547	
			BA (Economics - English Program) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์			ปี.ค.47-ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ-การเงินและบัญชี	บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)		
						2545-ก.พ. 47	Senior Vice President, Investment Banking Dept.	Bualuang Securities Company Limited		
						2543 - พ.ค. 45	Vice President, Investment Banking Dept.	J.P. Morgan Securities (Thailand) Limited		
						2543 - พ.ค. 43	First Vice President, Corporate Finance Dept.	Jardine Fleming Thabkom Securities Co., Ltd.		
						2537-ก.ค. 43	Vice President, Corporate Finance Dept.	Friansa Securities Limited		
							Vice President, Corporate Finance Dept.	Tisco Finance PLC.		

บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริหารใหญ่ที่มีอำนาจควบคุมบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	อายุ	ตำแหน่ง	สัญชาติ	สัญชาติ	สัญชาติ	สัญชาติ	สัญชาติ	ประวัติการทำงานในระยะเวลา 5 ปี ก่อนแล้ว		บริษัท	ตำแหน่ง	การสอบตามหนังสือเวียนกรมการบัญชี	
									ส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	จำนวนเงินค่าตอบแทนที่ได้รับ			ปี	ปี
8.	พล.ต.อ.สมชาย วาณิชชิต	63	บริษัท	รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต	-	-	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546
				จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย			รองผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี	รองผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี	สำนักงานทำเรื่องต่างๆ	สำนักงานทำเรื่องต่างๆ	สำนักงานทำเรื่องต่างๆ	สำนักงานทำเรื่องต่างๆ	Directors Certification Program (DCP) ปี 2547	Directors Certification Program (DCP) ปี 2547
				รัฐประศาสนศาสตร์บัณฑิต			ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี	สำนักงานทำเรื่องต่างๆ	สำนักงานทำเรื่องต่างๆ	สำนักงานทำเรื่องต่างๆ	สำนักงานทำเรื่องต่างๆ	Audit Committee Program (ACP) ปี 2548	Audit Committee Program (ACP) ปี 2548
				โรงเรียนเตรียมทหาร										
9.	พล.ต.ร.น. เสวติ ศ. อุษงา	67	บริษัท	วิทยาลัยอิมบิรนาชานาจารย์ (รุ่นที่ 34)	0.03	-	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546
				โรงเรียนเตรียมทหารและจุฬาลงกรณ์ 5			รองกรรมการอิสระ	รองกรรมการอิสระ					Finance for Non-Finance Director (FN) ปี 2546	Finance for Non-Finance Director (FN) ปี 2546
							นายทหารพิเศษ	นายทหารพิเศษ	ประจำกรมการขนส่งทางอากาศ	ประจำกรมการขนส่งทางอากาศ	ประจำกรมการขนส่งทางอากาศ	ประจำกรมการขนส่งทางอากาศ		
							นายทหารพิเศษ	นายทหารพิเศษ	ประจำกรมการขนส่งทางอากาศ	ประจำกรมการขนส่งทางอากาศ	ประจำกรมการขนส่งทางอากาศ	ประจำกรมการขนส่งทางอากาศ		
							จตุรมุข	จตุรมุข						
							สมาชิกสภาที่ปรึกษาผู้บริหาร	สมาชิกสภาที่ปรึกษาผู้บริหาร						
10.	นายธีรภัทร เศรษฐีโรจน์	65	บริษัท	คณะเศรษฐศาสตร์	0.71	-	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2546
				มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์			รองอธิบดีบริหารงาน	รองอธิบดีบริหารงาน	กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง	กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง	กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง	กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง		
				ประกาศนียบัตรบริหารงานสูง (ก.บ.)										
11.	นายเสถียร อธิรัตนานนท์	41	บริษัท	มหาวิทยาลัย	-	-	รองกรรมการผู้จัดการ-บัญชี	รองกรรมการผู้จัดการ-บัญชี	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	Directors Certification Program (DCP) ปี 2546	Directors Certification Program (DCP) ปี 2546
				มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์			กรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ	บริษัท เอ บี จำกัด (มหาชน)	บริษัท เอ บี จำกัด (มหาชน)	บริษัท เอ บี จำกัด (มหาชน)	บริษัท เอ บี จำกัด (มหาชน)		
				มหาวิทยาลัย			กรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ	บริษัท ไทย ยูนิค จำกัด (มหาชน)	บริษัท ไทย ยูนิค จำกัด (มหาชน)	บริษัท ไทย ยูนิค จำกัด (มหาชน)	บริษัท ไทย ยูนิค จำกัด (มหาชน)		
				มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์			ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บริษัท การไฟฟ้าทวิมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)	บริษัท การไฟฟ้าทวิมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)	บริษัท การไฟฟ้าทวิมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)	บริษัท การไฟฟ้าทวิมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)		
				Directors Certification Program Class 27			ผู้บริหารกรรมการผู้จัดการ-การตลาด	ผู้บริหารกรรมการผู้จัดการ-การตลาด	บริษัท เซลล์ทวิมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)	บริษัท เซลล์ทวิมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)	บริษัท เซลล์ทวิมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)	บริษัท เซลล์ทวิมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)		
				Certified Professional Marketer (Asia/Pacific)										
12.	นายประสพ รุ่งชัยทอง	39	บริษัท	การตลาด	-	-	รองกรรมการผู้จัดการบริหารงานด้านประชาสัมพันธ์	รองกรรมการผู้จัดการบริหารงานด้านประชาสัมพันธ์	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2548	Director Accreditation Program (DAP) ปี 2548
				จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย			Executive Vice President & Chief Marketing Officer	Executive Vice President & Chief Marketing Officer	EEV Entertainment Public Company Limited	EEV Entertainment Public Company Limited	EEV Entertainment Public Company Limited	EEV Entertainment Public Company Limited		
							General Manager	General Manager	Smart Info Media Co., Ltd. (Smart Corporate Group)	Smart Info Media Co., Ltd. (Smart Corporate Group)	Smart Info Media Co., Ltd. (Smart Corporate Group)	Smart Info Media Co., Ltd. (Smart Corporate Group)		
							General Manager	General Manager	Major Onead Co., Ltd. / Bangkok Imax Co., Ltd. (Major Oneplex Group)	Major Onead Co., Ltd. / Bangkok Imax Co., Ltd. (Major Oneplex Group)	Major Onead Co., Ltd. / Bangkok Imax Co., Ltd. (Major Oneplex Group)	Major Onead Co., Ltd. / Bangkok Imax Co., Ltd. (Major Oneplex Group)		
							General Manager	General Manager	Grammy Entertainment Public Company Limited	Grammy Entertainment Public Company Limited	Grammy Entertainment Public Company Limited	Grammy Entertainment Public Company Limited		
13.	นายณัฐเดช แซงอู่โตศักดิ์	30	บริษัท	มหาวิทยาลัย	-	-	ผู้บริหารกรรมการผู้จัดการ	ผู้บริหารกรรมการผู้จัดการ	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)	บริษัท อารีเอส จำกัด (มหาชน)		
				Illinois Institute of Technology			Consultant	Consultant	KVPPG	KVPPG	KVPPG	KVPPG		
				University of California, Santa Barbara										

รายการ
ระหว่างกัน



พ
บ
4
2
เ
โ
แ



รายการระหว่างกัน

รายละเอียดข้อมูลของรายการระหว่างกัน ระหว่างบริษัทฯ บริษัทย่อย และบริษัทที่เกี่ยวข้องกันได้แสดงไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินของบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 ข้อ 4 ซึ่งคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ ได้สอบทานรายการระหว่างกันของบริษัทฯ แล้วมีความเห็นว่ารายการระหว่างกันดังกล่าว เป็นไปตามเงื่อนไขโดยทั่วไปและเป็นไปตามปกติของการดำเนินธุรกิจ

ในปี 2548 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นตามปกติธุรกิจกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 ดังต่อไปนี้

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ความสัมพันธ์
บจ. เซชชูโฮตัสคักดี	นายสุรชัย เซชชูโฮตัสคักดี เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 18.70 ของทุนชำระแล้วของ บริษัท เซชชูโฮตัสคักดี จำกัด
	นางสาวมาลี เซชชูโฮตัสคักดี เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 14.50 ของทุนชำระแล้วของ บริษัท เซชชูโฮตัสคักดี จำกัด
	นายสุวัฒน์ เซชชูโฮตัสคักดี เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 15.46 ของทุนชำระแล้วของบริษัทฯ และเป็นผู้จัดการหุ้นร้อยละ 14.35 ของทุนชำระแล้วของ บริษัท เซชชูโฮตัสคักดี จำกัด
นายเกรียงไกร เซชชูโฮตัสคักดี	เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 16.70 ของทุนชำระแล้วของบริษัทฯ
นายสุรชัย เซชชูโฮตัสคักดี	เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 15.94 ของทุนชำระแล้วของบริษัทฯ
นางสาวมาลี เซชชูโฮตัสคักดี	เป็นกรรมการและผู้จัดการหุ้นร้อยละ 5.52 ของทุนชำระแล้วของบริษัทฯ

หมายเหตุ สัดส่วนการถือหุ้นของบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งในบริษัทฯ เป็นข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548

ลักษณะรายการระหว่างกัน เชื้อไขและนโยบายราคา

การกำหนดราคาของรายการระหว่างกันกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ส่วนใหญ่เป็นการให้เช่าทรัพย์สิน ได้กระทำโดยคำนึงถึงความเหมาะสมโดยอ้างอิงได้กับราคาตลาด และมีเงื่อนไขอื่น ๆ ไม่แตกต่างอย่างเป็นสาระสำคัญจากตลาด โดยลักษณะของรายการระหว่างกันประกอบไปด้วย

การเช่าอาคารสำนักงาน

งบการเงินสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้ชำระค่าเช่าอาคารสำนักงาน ค่าบริการส่วนกลาง ค่าสาธารณูปโภค และค่าเช่าอื่นๆ ให้แก่ บริษัท เซชชูโฮตัสคักดี จำกัด (ซึ่งถือเป็นบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกัน) เป็นจำนวน 37.30 ล้านบาท และ 52.76 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งข้างต้นได้เรียกเก็บค่าเช่าและค่าบริการส่วนกลางจากบริษัทที่เช่าพื้นที่อาคารเซชชูโฮตัสคักดี ในอัตรา 270 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 บาทต่อหน่วยสำหรับค่าน้ำ) ซึ่งอัตราดังกล่าวมีความสมเหตุสมผลเนื่องจากมีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าสาธารณูปโภคของอาคารสำนักงานในบริเวณใกล้เคียง ซึ่งคิดค่าไฟฟ้าในอัตราหน่วยละ 5-7 บาท และค่าน้ำประปาหน่วยละ 16-18 บาท

อย่างไรก็ดี อาคารสำนักงานที่ทางบริษัทได้ทำการเช่าช่วงต่อจากบริษัท เซชชูโฮตัสคักดี จำกัด (ตามรายละเอียดการเช่าอาคารสำนักงาน ข้อ 5 และ 6) เป็นอาคารที่ทางบริษัท เซชชูโฮตัสคักดี จำกัด ได้ทำการเช่าต่อมาจากกรรมการของบริษัทฯ และนำมาปรับปรุงพื้นที่ลักษณะการใช้งานจากบ้านทาวน์เฮ้าส์ มาเป็นอาคารสำนักงาน พร้อมทั้งให้บริการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสาธารณูปโภคต่างๆ และคิดค่าเช่าค่าบริการในอัตราเหมารวม (ตามที่กล่าวในวรรคก่อน) ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่า อาคารเซชชูโฮตัสคักดี 1-3

โดยสัญญาเช่าที่ทำกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งมีรายละเอียดต่อไปนี้

อาคาร/ที่ตั้ง	ผู้ให้เช่า / ผู้เช่าช่วง	ผู้เช่า	พื้นที่ (ตรม.)	ค่าเช่า		ค่าไฟฟ้าและค่าน้ำประปา		ระยะเวลาของสัญญาเช่า		อนุมัติรายการโดย
				ค่าบริการ / เดือน (บาท)	ปี 2547 (ล้านบาท)	ปี 2548 (ล้านบาท)	เริ่ม	สิ้นสุด (*)		
1. อาคารเซจูโรตัสคิตี 1 เลขที่ 419/1 ซอยลาดพร้าว15 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เซจูโรตัสคิตี	มบจ. อาร์.เอส. โปรโมชัน	4,125	1,086,127	3.60	3.53	เม.ย. 46	มี.ค. 49	-	**
2. อาคารเซจูโรตัสคิตี 2 เลขที่ 419/2 ซอยลาดพร้าว15 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เซจูโรตัสคิตี	มบจ. อาร์.เอส. โปรโมชัน	3,270	928,750	2.78	3.19	เม.ย.46	มี.ค. 49	-	**
		บจ. อาร์ สยาม	660	178,200	0.24	0.31	เม.ย.46	มี.ค. 49	-	**
		บจ. สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค	1,645	444,150	0.91	1.02	เม.ย.46	มี.ค. 49	-	**
3. อาคารเซจูโรตัสคิตี 3 เลขที่ 419/3 ซอยลาดพร้าว15 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เซจูโรตัสคิตี	มบจ. อาร์.เอส. โปรโมชัน	1,564	417,100	0.41	1.18	ก.ค. 47	ก.ค. 50	คณะกรรมการ	
		บจ. สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค	38	4,500	-	-	ต.ค. 48	ก.ค. 50	คณะกรรมการ	
		บจ.เค.มาสตอร์	640	172,800	-	0.19	มี.ย.48	ก.ค. 50	คณะกรรมการ	
4. อาคารเลขที่ 164/74 ซอยลาดพร้าว 1 เขตจตุจักร กทม.	บจ. เซจูโรตัสคิตี	บจ. อาร์. เอส. สตูดิโอ	3,000	350,000	1.78	1.93	เม.ย. 46	มี.ค. 49	-	**
				(ราคาตารางม)						
5. อาคารเลขที่ 203/34-36 ซอยลาดพร้าว 15 เขตจตุจักร กทม.	นายเกรียงไกร	บจ. จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย	700	136,000	-	0.01	ต.ค. 48	มี.ค.49	ดำเนินการโดยฝ่าย	***
	เซจูโรตัสคิตี /			(ราคาตารางม)					จัดการ	
	บจ. เซจูโรตัสคิตี									
6. อาคารเลขที่ 203/18-20 ซอยลาดพร้าว 15 เขตจตุจักร กทม.	นายเกรียงไกร	บจ. จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย	700	168,000	0.34	0.46	เม.ย.46	มี.ค. 49	-	**
	เซจูโรตัสคิตี /			(ราคาตารางม)						
	บจ.เซจูโรตัสคิตี									

หมายเหตุ

- * สามารถต่ออายุของสัญญาเช่าออกไปได้อีก เมื่อสิ้นสุดอายุสัญญาเช่า (การต่ออายุสัญญาเช่าดังกล่าว ไม่เป็นไปโดยอัตโนมัติ ซึ่งต้องมีการพิจารณาสัญญาใหม่ทุกครั้ง)
- ** เป็นสัญญาที่จัดทำก่อนบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- *** สัญญาที่ดำเนินการโดยฝ่ายจัดการเนื่องจากขนาดของรายการไม่ถึงเกณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทฯ ตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การเช่าที่ดิน

งบการเงินสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้ชำระค่าเช่าที่ดิน ให้แก่ บริษัท เซงจูโซติคส์ จำกัด เป็นจำนวน 5.32 ล้านบาท และ 4.99 ล้านบาท ตามลำดับ

บริษัทย่อยได้มีการเช่าที่ดินจากบริษัท/บุคคล ที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาสร้างอาคารสำนักงาน หรือโรงเก็บสินค้า(prop) โดยอาคารสำนักงานดังกล่าวมีการลงทุนค่อนข้างต่ำ และมีลักษณะเพียงชั้นเดียว

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

ประเภท	ผู้ให้เช่า	ผู้เช่า	อายุของสัญญา (*)	ค่าเช่า/เดือน (บาท)	อนุมัติรายการโดย	
1. ที่ดิน 500 ตรว.	บจ. เซงจูโซติคส์	บมจ. อาร์.เอส. โปรโมชัน	ก.พ. 46 – ก.พ. 49	75,000	-	**
ชอยลาดพร้าว 15		(****)				
เขตจตุจักร กทม.						
2. ที่ดิน 500 ตรว.	บจ. เซงจูโซติคส์	บจ. อะลาติน เฮาส์	ส.ค. 48 – ก.ค. 49	75,000	-	***
ชอยลาดพร้าว 15						
เขตจตุจักร กทม.						
3. ที่ดิน 500 ตรว.	บจ. เซงจูโซติคส์	บจ. นาคาเซีย	ส.ค. 48 - ก.ค.49	75,000	-	***
ชอยลาดพร้าว 15						
เขตจตุจักร กทม.						
4. ที่ดิน 500 ตรว.	บจ. เซงจูโซติคส์	บจ. อาร์.เอส. เทเลวิชั่น	ส.ค. 48 - ก.ค.49	75,000	-	***
ชอยลาดพร้าว 15						
เขตจตุจักร กทม.						
5. ที่ดิน 286 ตรว.	บจ. เซงจูโซติคส์	บจ. พี.ไอ.วี (แพย์ ออฟ วิว)	พ.ย. 46 - มี.ค. 49	37,300	-	**
ชอยลาดพร้าว 15				(อาคารสำนักงาน)		
เขตจตุจักร กทม.			ส.ค. 48 - ก.ค.49	18,000		***
				(โรง PROP)		
6. ที่ดิน 286 ตรว.	บจ. เซงจูโซติคส์	บมจ.อาร์.เอส.โปรโมชัน	พ.ย. 46 - มี.ค. 49	37,300	-	**
ชอยลาดพร้าว 15		(****)		(อาคารสำนักงาน)		
เขตจตุจักร กทม.			ส.ค. 48 - ก.ค.49	18,000		***
				(โรง PROP)		
7. ที่ดิน 52 ตรว.	บจ. เซงจูโซติคส์	บจ.จัดเก็บสินสิริไทย	ต.ค. 48 - มี.ค.49	5,000	ดำเนินการโดยฝ่ายจัดการ	***
ชอยลาดพร้าว 15						
เขตจตุจักร กทม.						

หมายเหตุ

- * สามารถต่ออายุของสัญญาเช่าออกไปได้อีก เมื่อสิ้นสุดอายุสัญญาเช่า (การต่ออายุสัญญาเช่าดังกล่าว ไม่เป็นไปโดยอัตโนมัติ ซึ่งต้องมีการพิจารณาสัญญาใหม่ทุกครั้ง)
- ** เป็นสัญญาที่จัดทำก่อนบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- *** สัญญาที่ดำเนินการโดยฝ่ายจัดการเนื่องจากขนาดของรายการไม่ถึงเกณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท ตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- **** รับโอนสิทธิและหน้าที่มาจากบริษัทย่อย (บมจ.อาร์.เอส. ถือหุ้นในบริษัทย่อยดังกล่าวร้อยละ 100)

การซื้อทรัพย์สินถาวร

ไม่มี

การค้ำประกัน

บริษัทและกรรมการของบริษัท มีภาระผูกพันเกี่ยวกับการค้ำประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารให้แก่ บริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 มีรายละเอียด ดังนี้

เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ณ 31/12/48 (ล้านบาท)		ค้ำประกันโดย
บมจ. อาร์เอส	70.0	นายเกรียงไกร เซมชูโชติศักดิ์ และ นายสุรชัย เซมชูโชติศักดิ์ (ค้ำประกันเต็มจำนวน)
บริษัทย่อย	90.0	นายเกรียงไกร เซมชูโชติศักดิ์ และ นายสุรชัย เซมชูโชติศักดิ์ (ค้ำประกันเต็มจำนวน)

หมายเหตุ :

- บมจ. อาร์เอส ถือหุ้นบริษัทย่อยดังกล่าว ร้อยละ 100
- ไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการค้ำประกันจากบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ค่าซื้อทรัพย์สินถาวร

ไม่มี





คำอธิบาย
และการวิเคราะห์
ของพ้าย
จัดการ

รายงานคณะกรรมการ

เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

คณะกรรมการบริษัทฯ เป็นผู้รับผิดชอบต่อการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทฯ ย่อยซึ่งจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป โดยเลือกใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสมและถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ และใช้ดุลยพินิจอย่างระมัดระวัง และประมาณการที่ดีที่สุดในการจัดทำ รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างเพียงพอในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2546 ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับคุณภาพของรายงานทางการเงินและระบบควบคุมภายใน และความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบเกี่ยวกับเรื่องนี้ได้ปรากฏในรายงานคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งแสดงไว้ในรายงานประจำปีแล้ว

คณะกรรมการบริษัทฯ มีความเห็นว่า งบการเงินประจำปี 2548 ของบริษัท และบริษัทฯ ย่อย ที่คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานร่วมกับฝ่ายบริหารและผู้สอบบัญชีของบริษัท ได้แสดงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป



(เกริญโกร์ เซษฐโชติศักดิ์)
ประธานกรรมการ
ในนามคณะกรรมการ

รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ


เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

สำหรับปี พ.ศ. 2548 คณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อเป็นการสนับสนุนให้มีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ซึ่งรวมถึงได้มีการพิจารณาสอบทานงบการเงินรายไตรมาส และงบการเงินประจำปี พ.ศ. 2548 ให้มีการรายงานอย่างถูกต้องและเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ มีการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชีภายในและภายนอกเพื่อหาหรือแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นการประเมินความเสี่ยง ผลการตรวจสอบ และความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน ให้ข้อเสนอแนะในการป้องกันหรือลดความเสี่ยงพิจารณาและอนุมัติแผนงานตรวจสอบภายใน ตลอดจนกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัทให้มีความโปร่งใสและมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาแล้ว มีความเห็นสอดคล้องกับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตว่า งบการเงินและการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินของบริษัทถูกต้องตามที่ควรและเป็นไปตามมาตรฐานบัญชีที่รับรองทั่วไป และระบบการควบคุมภายในมีความเหมาะสมไม่พบข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญ

ในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบนั้น ได้พิจารณาและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทสำหรับการแต่งตั้งผู้สอบบัญชีจาก บริษัท เอเอ็นเอส ออดิท จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทสำหรับปี พ.ศ. 2549 เพื่อนำเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติแต่งตั้งต่อไป

พ.ล.ต.อ. 
(สมชาย วาณิชเสนี)
ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการในหัวข้อ ภาพรวมของผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ปีได้จัดทำขึ้นจากผลประกอบการของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ (“บริษัท”) ตามงบการเงินที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีสำหรับปี 2547 และ 2548 เพื่อประโยชน์ในการแสดงภาพผลประกอบการโดยรวมของกลุ่มบริษัท โดยได้มีการจัดแบ่งกลุ่มธุรกิจ ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจเพลง ธุรกิจสื่อ ธุรกิจผลิตภาพยนตร์ และธุรกิจรับจ้างผลิต ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจหลักของบริษัท และอีกหนึ่งกลุ่มธุรกิจสนับสนุน

ภาพรวมของผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะของบริษัทสำหรับงวด 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 แสดงผลขาดทุนสุทธิจำนวน 433.1 ล้านบาท เปลี่ยนแปลงแตกต่างปีก่อนจำนวน 301.4 ล้านบาท ซึ่งแสดงผลขาดทุนสุทธิจำนวน 131.7 ล้านบาทโดยมีสาเหตุหลักดังนี้

รายได้รวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 มีจำนวน 2,747.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นสุทธิจากปีก่อนจำนวน 369.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 15.6 สาเหตุหลักมาจาก

- รายได้จากการขายโฆษณาเพิ่มขึ้น 328.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 73.8 ดังนี้
 - รายได้จากการประกอบธุรกิจสื่อวิทยุ เพิ่มขึ้น 184.0 ล้านบาท เป็นผลจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานของรายการวิทยุ 3 สถานีหลัก ได้แก่ 93 Cool FM, 106 Life FM และ 88.5 FM.MAX ซึ่งได้รับความนิยมอยู่ในอันดับสูง
 - รายได้จากการบริหารรายการโทรทัศน์ เพิ่มขึ้น 133.8 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายการและเวลาออกอากาศสำหรับรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ที่ไม่ใช่เพลง เช่น รายการเมืองไทยวาไรตี้, รายการละคร ฯลฯ
- รายได้ค่าลิขสิทธิ์เพลงและอื่นๆ เพิ่มขึ้น 121.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36.8 เป็นผลจาก
 - รายได้ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์, เทเลบูฟี่ และละคร เพิ่มขึ้นสุทธิ 48.4 ล้านบาท เป็นผลจากการรับรู้รายได้ที่เพิ่มขึ้นของลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ประเภทวีซีดี ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ และเฟรชทีวี ซึ่งสุทธิต่อจากการลดลงของรายได้ลิขสิทธิ์เทเลบูฟี่ ที่หยุดดำเนินการผลิต
 - การเพิ่มขึ้นของรายได้จากธุรกิจนมมีเดีย (ริงโทนและการดาวน์โหลด) จำนวน 55.9 ล้านบาท
- รายได้จัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด เพิ่มขึ้น 49.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 27.7 เป็นผลจากปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นจากการรุกธุรกิจด้านการจัดการธุรกิจศิลปิน

- อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายสินค้า ลดลง 133.8 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 14.4 สาเหตุหลักมาจากการลดลงของจำนวนอัลบั้มที่วางแผงในปีนี้น้อยกว่าปีก่อน ทั้งอัลบั้มเพลงสตริงเดี่ยว และอัลบั้มรวมฮิต (ทั้งเพลงสตริงและเพลงลูกทุ่ง) เป็นผลให้ยอดขายสุทธิลดลง

ต้นทุนขายและผลิตเพิ่มขึ้น 133.9 ล้านบาทหรือร้อยละ 7.1 สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของเวลาที่เพิ่มขึ้นของค่าเช่าและจำนวนรายการโทรทัศน์ และการเพิ่มขึ้นของรายการวิทยุ และการขยายตัวของธุรกิจสิ่งพิมพ์อย่างไรก็ดี การเพิ่มขึ้นดังกล่าวสุทธิจากการลดลงของต้นทุนผลิตงานเพลง และต้นทุนภาพยนตร์

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้น จำนวน 496.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 81.2 สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าเพื่อสินค้าล่าสุดจำนวน 108.7 ล้านบาท จากการวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดในปัจจุบันกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยฝ่ายการตลาด พบว่า สถานการณ์ราคาสินค้าในตลาดได้เปลี่ยนไปจากที่เคยคาดการณ์ไว้เดิมด้วยปัจจัยหลายประการ เช่น การทำตลาดของคู่แข่ง สินค้าทดแทนที่มีสูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงรสนิยมในการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค และเทคโนโลยีใหม่ๆ ฯลฯ จึงเป็นเหตุให้ราคาที่เคยคาดว่าจะขายได้ต่ำกว่าราคาตามบัญชี ดังนั้น จึงได้ปรับปรุงบันทึกค่าเพื่อสินค้าล่าสุดเพิ่มขึ้น สำรองเพื่อการรับคืนสินค้าเพิ่มขึ้น 49.9 ล้านบาท จากการปรับเปลี่ยนการประมาณการรับคืนใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับการรับคืนที่เกิดขึ้นจริง และค่าเพื่อการค้ำประกันทรัพย์สินไม่มีตัวตนเพิ่มขึ้น 174.9 ล้านบาท ทั้งลิขสิทธิ์เพลง, ภาพยนตร์ และเทเลบูฟี่ เพื่อให้สินทรัพย์ที่อยู่ในงบการเงินสะท้อนตามมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนในอนาคตตามสภาวะของตลาดในปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันสูงมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ซึ่งเป็นไปตามการขยายงานของบริษัท ในส่วนของธุรกิจศิลปิน และสิ่งพิมพ์ และการเพิ่มขึ้นของรายจ่ายอื่นๆ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย และค่านายหน้า ฯลฯ ซึ่งสัมพันธ์กับรายได้ที่สูงขึ้น

หากไม่รวมผลขาดทุนที่เกิดจากการบันทึกตั้งค่าเพื่อสินค้าเสื่อมสภาพ ค่าเพื่อการรับคืนสินค้า และค่าเพื่อการค้ำประกันทรัพย์สินไม่มีตัวตน ที่เพิ่มขึ้นในปี บริษัทจะมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงานก่อนรายการดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ 28.2 ล้านบาท



ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามาของแต่ละกลุ่มธุรกิจ

ในปี 2548, 2547 และ 2546 บริษัทมีรายได้ซึ่งสามารถจำแนกตามกลุ่มธุรกิจต่างๆ ได้ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภทรายได้	2546	2547	2548
กลุ่มเพลง	1,031.19	1,357.55	1,346.21
กลุ่มสื่อ	390.44	431.15	828.31
กลุ่มภาพยนตร์	249.22	200.40	240.20
กลุ่มรับจ้างผลิต	214.61	324.53	314.34
กลุ่มสนับสนุนและอื่นๆ	61.72	28.67	4.05
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	1,947.17	2,342.29	2,733.12
รายได้อื่น	12.36	12.69	14.25
ค่าความนิยม	1.73	22.88	0.44
รวมรายได้	1,961.27	2,377.87	2,747.81

รายได้ตามกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ สามารถจัดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมดังนี้

(ร้อยละ)

ประเภทรายได้	2546	2547	2548
กลุ่มเพลง	52.6%	57.1%	49.0%
กลุ่มสื่อ	19.9%	18.1%	30.1%
กลุ่มภาพยนตร์	12.7%	8.4%	8.7%
กลุ่มรับจ้างผลิต	10.9%	13.6%	11.4%
กลุ่มสนับสนุนและอื่นๆ	3.1%	1.2%	0.1%
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	99.3%	98.5%	99.5%
รายได้อื่น	0.6%	0.5%	0.5%
ค่าความนิยม	0.1%	1.0%	0.0%
รวมรายได้	100.0%	100.0%	100.0%

ที่มา : ฝ่ายจัดการของบริษัทฯ ได้นำงบการเงินมาจัดประเภทรายการใหม่ตามโครงสร้างรายได้ของกลุ่มธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจเพลง

ภาพรวมรายได้ในกลุ่มธุรกิจเพลงลดลงจากปีก่อนจำนวน 11.3 ล้านบาท (หรือร้อยละ 0.8) จากเดิม 1,357.5 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 1,346.2 ล้านบาท ในปี 2548 โดยมีสาเหตุหลักดังนี้

- การลดลงของรายได้จากการขายสินค้าเพลง 117.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.2 จากการลดลงของจำนวนอัลบั้มที่วางจำหน่าย รวมถึงปริมาณที่วางแผงในปีนี้น้อยกว่าปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีการควบคุมคุณภาพของงานเพลงมากขึ้น อีกทั้งควบคุมปริมาณสินค้าที่ออกสู่ตลาดไม่ให้มากเกินไป เพื่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสินค้าคงเหลือที่จะตามมาในภายหลัง โดยในปีนี้มีบริษัทมีการออกอัลบั้มเพลงสตริงและลูกทุ่งเพียงจำนวนรวม 92 อัลบั้ม (ปี 47 จำนวน 109 อัลบั้ม) อัลบั้มรวมฮิตจำนวนรวม 83 อัลบั้ม (ปี 47 จำนวน 125 อัลบั้ม) จากการควบคุมคุณภาพงานเพลงและควบคุมปริมาณของสินค้าที่ผลิตและวางจำหน่ายดังกล่าวเป็นผลให้ในปีนี้ บริษัทมียอดขาย (gross) และยอดรับคืนลดลงจากปีก่อนร้อยละ 8.2 และร้อยละ 4.9 ตามลำดับ ส่งผลให้เกิดการลดลงของรายได้สุทธิจากการขายสินค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมีรายได้หลักจากการขายเทป ซีดี วีซีดี ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57.0 ของรายได้จากกลุ่มธุรกิจเพลงทั้งหมด โดยบริษัทสามารถจำหน่ายเทป ซีดี วีซีดี โดยมีสัดส่วนรายได้จากการจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 7.4 สำหรับเทป(ปี 47:ร้อยละ 15.6), ร้อยละ 21.2 สำหรับซีดี (ปี 47: ร้อยละ 26.6), ร้อยละ 71.5 สำหรับวีซีดี (ปี 47:ร้อยละ 57.8)
- ถึงแม้ว่ารายได้จากการขายสินค้าเพลงลดลง แต่บริษัทยังคงมีรายได้เพิ่มขึ้นจากรายได้ลิขสิทธิ์ 72.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 29.4 ซึ่งมาจากการเพิ่มขึ้นของธุรกิจนิตยภัณฑ์ (Ringtone) ร้อยละ 42.3. และการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการจัดเก็บลิขสิทธิ์ ร้อยละ 9.7

- นอกจากนี้ รายได้ในกลุ่มธุรกิจเพลงยังประกอบด้วย รายได้คอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด รายได้จากการขายโฆษณา (สปอนเซอร์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพลง) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.0 และร้อยละ 0.8 ตามลำดับของรายได้จากกลุ่มธุรกิจเพลงทั้งหมด

กลุ่มธุรกิจสื่อ

ภาพรวมรายได้ในกลุ่มธุรกิจสื่อเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 397.2 ล้านบาท (หรือร้อยละ 92.1) จากเดิม 431.2 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 828.3 ล้านบาท ในปี 2548 โดยมีรายได้หลักมาจากรายได้ค่าโฆษณา ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 92.2 ของรายได้จากกลุ่มธุรกิจสื่อทั้งหมด โดยแบ่งที่มาของรายได้ในกลุ่มธุรกิจสื่อได้ดังนี้

- รายได้จากธุรกิจสื่อโทรทัศน์ เพิ่มขึ้น 133.8 ล้านบาท (หรือร้อยละ 48.9) จาก 273.9 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 407.7 ล้านบาท ในปี 2548 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเวลาที่ออกอากาศมากกว่าปีก่อน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 บริษัทมีจำนวนนาทีที่ออกอากาศต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้น 125 นาที จาก 1,595 นาทีต่อสัปดาห์ในปี 2547 เป็น 1,720 นาทีต่อสัปดาห์ ในปี 2548
- รายได้จากธุรกิจสื่อวิทยุ เพิ่มขึ้น 184.0 ล้านบาท (หรือร้อยละ 130.0) จาก 141.6 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 325.6 ล้านบาท ในปี 2548 สาเหตุมาจากการดำเนินงานของคลื่นวิทยุหลัก ดังนี้
 - คลื่น 88.5 FM. MAX เป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมต่อเนื่องจากปี 2547 อีกทั้งในระหว่างปีบริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการให้เป็นที่นิยมในหมู่ผู้ฟังที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น (Teenage) มากขึ้น โดยเน้นการเปิดเพลงฮิตทั้งเพลงไทยและเพลงสากลที่กำลังนิยมในขณะนั้น (ภายใต้สโลแกน maximum of hit)



- คลื่น 93 Cool FM. เป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมสูงขึ้น โดยคงความเป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมในอันดับสูงสุดของกลุ่ม Easy - listening โดยบริษัทได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด คือ การเปิดเพลงฟังต่อเนื่องโดยไม่มีโฆษณา และเน้นเพลงไทยที่ได้รับความนิยมทั้งในอดีต และปัจจุบัน (ภายใต้สโลแกน Fifty minute long play)
- คลื่น 106 Life FM. บริษัทได้เริ่มบริหารคลื่นในไตรมาส 3/47 โดยใช้กลยุทธ์ในการเปิดเพลงเพื่อชีวิต แต่ในระหว่างปี 48 เป็นต้นมา ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการเป็น lite rock less talk โดยเน้นกลุ่มผู้ฟังชายในวัยทำงาน โดยเปิดเพลงร็อกทั้งเพลงไทยและเพลงสากลที่ได้รับความนิยมทั้งในอดีต และปัจจุบัน ส่งผลให้รายได้ในปี 48 เพิ่มขึ้น
- คลื่น FM. 90 บริษัทได้เริ่มบริหารคลื่นตั้งแต่ต้นปี 2548 เป็นต้นมา จากเดิมได้ดำเนินการในรูปแบบรายการเพลงไทยลูกทุ่งในนาม “ลูกทุ่งฮิต” แต่ต่อมาได้ร่วมบริหารและร่วมดำเนินงานกับบริษัทพันธมิตรในธุรกิจ และได้เปลี่ยนรูปแบบรายการเป็นเพลงไทยสากล ตั้งแต่ปลายไตรมาส 1/48 เป็นต้นมา
- รายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ เพิ่มขึ้น 20.6 ล้านบาท จาก 9.6 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 30.2 ล้านบาท ในปี 2548 ทั้งรายได้จากการจำหน่ายและรายได้จากการโฆษณา สาเหตุหลักมาจากการขยายธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ไปในนิตยสาร “BOSS” รวมถึงการออกหัวนิตยสารผู้หญิงเพิ่ม ได้แก่ “front mini” และ “front frame” อีกทั้งหัวหนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ “dara daily” อีกด้วย ส่งผลให้รายได้ในปี 2548 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน



กลุ่มธุรกิจภาพยนตร์

ภาพรวมรายได้ในกลุ่มธุรกิจภาพยนตร์เพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 39.8 ล้านบาท (หรือร้อยละ 19.9) จากเดิม 200.4 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 240.2 ล้านบาท ในปี 2548 โดยในปีนี้มีบริษัทมีภาพยนตร์ที่นำออกฉายในโรงภาพยนตร์ ทั้งสิ้น 5 เรื่อง ได้แก่เรื่อง จอมขมังเวทย์, เดอะเมย์, พยัคฆ์ร้ายสายหน้า, อหิงสา และเพราะรักครึ่งผม ซึ่งก่อให้เกิดรายได้จากโรงภาพยนตร์เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 17.9 อย่างไรก็ตาม ในปีนี้บริษัทได้มีการรับรู้รายได้จากภาพยนตร์ที่เคยนำออกฉายในปีก่อนๆ รวมถึงปีนี้ ก่อให้เกิดรายได้สำหรับช่องทางวีซีดีเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 18.4, ลิขสิทธิ์ฟรีทีวีและลิขสิทธิ์ต่างประเทศเพิ่มขึ้น ในอัตราร้อยละ 208.0

กลุ่มธุรกิจรับจ้างผลิต

ภาพรวมรายได้ในกลุ่มธุรกิจรับจ้างผลิตลดลงจากปีก่อนจำนวน 10.2 ล้านบาท (หรือร้อยละ 3.1) จากเดิม 324.5 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 314.3 ล้านบาท ในปี 2548 โดยมีสาเหตุหลักจากการขายบริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด ในต้นไตรมาสที่ 2/48 เป็นผลให้รายได้จากการรับจ้างผลิตภาพยนตร์โฆษณาลดลงจากปีก่อนถึง 39.1 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ในระหว่างปี 2548 บริษัทได้มีการรับรู้รายได้จากงานโครงการราชการเพิ่มขึ้น 25.2 ล้านบาท เนื่องจากงานที่ส่งมอบมีมูลค่าโดยเฉลี่ยสูงกว่าปีก่อน



ฐานะการเงิน

สินทรัพย์

ส่วนประกอบของสินทรัพย์

ปี 2548

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 บริษัทมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 1,861.3 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 498.6 ล้านบาท หรือ ร้อยละ: 21.1 โดยมีสาเหตุหลักดังนี้

- สินทรัพย์หมุนเวียนรวมลดลง 281.2 ล้านบาท หรือ ร้อยละ: 16.9 จากเดิม 2,359.9 ล้านบาท ในปี 2547 เป็น 1,382.1 ล้านบาท ในปี 2548 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของสินค้าคงเหลือสุทธิ 263.5 ล้านบาท หรือร้อยละ: 50.4 จากการควบคุมปริมาณสินค้าที่ผลิตไม่ให้มีมากเกินไปเพื่อไม่เกิดผลกระทบต่อจากการรับคืนสินค้า รวมถึงการระบายสินค้าที่ค้างนานเกินปีในรูปแบบการขายโปรโมชัน ส่งผลให้ยอดคงเหลือของสินค้าลดลงเป็นจำนวนมาก อีกทั้งในระหว่างปีบริษัทได้บันทึกค่าเพื่อสินค้าล้าสมัยเพิ่มขึ้นจำนวน 115.9 ล้านบาท
- สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนลดลงจากปีก่อน 217.4 ล้านบาท หรือ ร้อยละ: 31.2 จากเดิม 696.6 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 479.2 ล้านบาทในปี 2548 สาเหตุหลักมาจากการลดลงของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ 174.4 ล้านบาท หรือร้อยละ: 70.1 เนื่องจากบริษัทมีการปรับเปลี่ยนนโยบายบัญชีใหม่สำหรับลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ (ตั้งแต่ไตรมาส 3/48 เป็นต้นไป) เป็นผลให้ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ก็เพิ่มขึ้นในปีนี้ลดลงจากปีก่อน อีกทั้งบริษัทได้มีการพิจารณานับที่ค่าเพื่อการต่อจ่ายสำหรับลิขสิทธิ์ต่างๆ เพิ่มขึ้นถึง 206.4 ล้านบาท ดังนั้น จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ภาพรวมของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนลดลง



คุณภาพของสินทรัพย์

ค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 บริษัทได้พิจารณาค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ ดังนี้

- **ค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญ-ลูกหนี้การค้า**

บริษัทได้พิจารณาค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้การค้าเพิ่มขึ้นจำนวน 20.8 ล้านบาท จากเดิม 17.2 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 38.0 ล้านบาทในปี 2548 เพื่อสะท้อนความเสี่ยงจากลูกหนี้ที่คาดว่าจะไม่ได้รับชำระ โดยในปีบริษัทได้พิจารณาตั้งค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญให้รัดกุมยิ่งขึ้น โดยใช้วิธีการพิจารณามูลหนี้ของลูกหนี้รายตัวที่มีแนวโน้มจะมีปัญหาในการจ่ายชำระ และมีปัญหาในการติดตามทวงถามหนี้ ซึ่งมูลหนี้ที่จะนำมาใช้รวมในการพิจารณานั้นจะครอบคลุมถึงหนี้ทั้งหมดที่ลูกหนี้รายนั้นมีต่อบริษัท จะเห็นได้ว่า จากภาพรวมในงบการเงิน บริษัทได้พิจารณาตั้งค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญครอบคลุมเกินมูลหนี้ที่ค้างชำระมากกว่า 12 เดือนขึ้นไปแล้ว อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการติดตามทวงถามหนี้จากลูกหนี้อย่างเคร่งครัด และมีการทวงถามค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญในทุกงวดบัญชีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มูลหนี้ที่คงเหลือในงบการเงินมีมูลค่าสะท้อนตามมูลหนี้ที่คาดว่าจะได้รับ

- **ค่าเพื่อมูลค่าสินค้าที่ลดลง-สินค้าคงเหลือ**

บริษัทได้พิจารณาค่าเพื่อการด้อยค่าของสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 115.9 ล้านบาท จากเดิม 99.6 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 215.5 ล้านบาทในปี 2548 เพื่อลดความเสี่ยงจากการที่ราคาตามบัญชีของสินค้าคงเหลือที่แสดงในงบการเงินมีมูลค่าสูงกว่ามูลค่าสุทธิที่จะได้รับหรือที่จะได้รับประโยชน์จากการใช้ โดยใช้วิธีการพิจารณาความเพียงพอของค่าเพื่อฯ จากส่วนต่างของราคาทุนเปรียบเทียบกับราคาที่จะขายได้ หรือมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน ควบคู่ไปกับการประมาณราคาสินค้าโดยพิจารณาจากอายุของสินค้านับจากวันวางแผง จะเห็นได้ว่า จากภาพรวมในงบการเงิน บริษัทได้พิจารณาตั้งค่าเพื่อฯ คิดเป็นร้อยละ 45.4 ของสินค้าคงเหลือ ซึ่งสูงกว่าปีก่อนถึงร้อยละ 29.5 นอกจากนี้ ตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นไป บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายทางการตลาดใหม่ โดยการลดปริมาณการวางแผงของอัลบั้มที่วางจำหน่ายลงให้พอดีกับความต้องการของตลาดมากขึ้น เพื่อให้มีสินค้าคงค้างอยู่ในคลังสินค้ามากขึ้น และได้มีการทวงถามมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับสำหรับสินค้าคงเหลือดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอในทุกงวดบัญชีเพื่อให้สินค้าที่คงเหลือในงบการเงินสะท้อนตามมูลค่าที่คาดว่าจะขายได้ตามเศรษฐกิจหรือตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

- **ค่าเพื่อการลดมูลค่า-สินทรัพย์ไม่มีตัวตน**

บริษัทได้พิจารณาค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเพิ่มขึ้น 206.4 ล้านบาท จากเดิม 37.4 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 243.8 ล้านบาท เพื่อลดความเสี่ยงจากการที่ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่แสดงในงบการเงินมีมูลค่าสูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนตามประโยชน์เชิงเศรษฐกิจที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต โดยวิธีการพิจารณาความเพียงพอของค่าเพื่อฯแยกเป็นแต่ละประเภท ได้ดังนี้

- **ลิขสิทธิ์มาสเตอร์เทปเพลง**

เนื่องจากมูลค่าของลิขสิทธิ์เพลงขึ้นอยู่กับความนิยมที่มีต่อศิลปินและโอกาสที่จะนำเนื้อร้องและทำนองเพลงมาผลิตและจำหน่ายหรือหารายได้ในรูปแบบต่างๆได้ในอนาคต ซึ่งภายใต้สมมติฐานที่ว่า หากอัลบั้มที่ได้รับความนิยมในระดับสูงกว่าย่อมจะมีแนวโน้มในการหารายได้ในรูปแบบต่างๆ ได้เป็นระยะเวลานานกว่าและจำนวนมากกว่าอัลบั้มที่ได้รับความนิยมต่ำกว่าตามลำดับ เป็นเหตุให้เชื่อว่าประโยชน์เชิงเศรษฐกิจที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตขึ้นอยู่กับความนิยมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าแต่ละอัลบั้ม ดังนั้น บริษัทจึงได้มีการจัดเกรดตามความนิยมแต่ละอัลบั้มสำหรับลิขสิทธิ์มาสเตอร์เพลงดังกล่าว เพื่อนำมาพิจารณาประโยชน์เชิงเศรษฐกิจที่คาดว่าจะได้รับคงเหลือ และบันทึกค่าเพื่อการด้อยค่าสำหรับอัลบั้มที่มีมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนต่ำกว่ามูลค่าสุทธิทางบัญชี เป็นผลให้ในปีบริษัทบันทึกค่าเพื่อการลดมูลค่าลิขสิทธิ์เพลงเพิ่มขึ้นจำนวน 69.6 ล้านบาททั้งจำนวน ดังนั้น ณ สิ้นปี 2548 ลิขสิทธิ์มาสเตอร์เทปเพลงจึงมีมูลค่าคงเหลือสุทธิเพียง 44.6 ล้านบาท จากเดิม 91.9 ล้านบาท

- **ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์**

เนื่องจากประโยชน์เชิงเศรษฐกิจที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตของลิขสิทธิ์ภาพยนตร์โดยมากมาจากการขายลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ ซึ่งมีปัจจัยที่มาระกอบค่อนข้างมากและหลากหลาย ประกอบกับในช่วงที่ผ่านมา ราคาขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ในต่างประเทศเริ่มมีแนวโน้มที่ลดลง ดังนั้น บริษัทจึงได้พิจารณาค่าเพื่อฯ ตามมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคงเหลือ พร้อมทั้งเปลี่ยนแปลงนโยบายบัญชีใหม่ ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า ในปีนี้บริษัทบันทึกค่าเพื่อการลดมูลค่าลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เพิ่มขึ้นจำนวน 139.7 ล้านบาททั้งจำนวน ดังนั้น ณ สิ้นปี 2548 ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์จึงมีมูลค่าคงเหลือสุทธิเพียง 14.8 ล้านบาท จากเดิม 145.0 ล้านบาท

ลูกหนี้

ยอดลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับสำหรับงบการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546, 2547 และ 2548 แยกตามอายุหนี้ที่ค้างชำระได้ดังนี้

(ล้านบาท)

	2546	2547	2548
ลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ			
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ:	314.1	382.0	471.3
ค้างชำระ:			
น้อยกว่า 3 เดือน	106.8	207.7	160.6
3-6 เดือน	43.2	21.9	29.0
6-12 เดือน	4.4	39.8	13.8
มากกว่า 12 เดือน ขึ้นไป	4.8	36.6	33.7
รวม	473.3	688.0	708.4
หัก ค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญ	(2.3)	(17.2)	(38.0)
ลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ-สุทธิ	471.0	670.8	670.4

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546 , 2547 และ 2548 ในภาพรวมบริษัทมีลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับจากบุคคลหรือนิติบุคคลภายนอกรวมสุทธิ 471.0 , 670.8 และ 670.4 ล้านบาท ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้การค้าจากกิจกรรมการค้าปกติ ซึ่งบริษัทอาจมีข้อตกลงในการเรียกเก็บล่วงหน้าบางส่วน หรือ ให้เครดิตเต็มซึ่งโดยเฉลี่ยอยู่ในระยะเวลา 60 - 90 วัน ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าหรือบริการที่ให้ หากพิจารณาจากอายุลูกหนี้ในตารางข้างต้นจะเห็นว่า ระยะเวลาการค้างชำระของลูกหนี้โดยส่วนใหญ่เป็นไปตามระยะเวลาการให้สินเชื่อของบริษัท บริษัทได้บันทึกค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญ โดยพิจารณาจากลูกหนี้ที่มีปัญหาและคาดว่าจะเก็บเงินไม่ได้

สภาพคล่อง

กระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลง 10.5 ล้านบาท โดยเป็นผลจากการมีเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานเพิ่มขึ้น 254.6 ล้านบาท เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุนลดลง 118.3 ล้านบาท และเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงินสดลง 146.8 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นของเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานมีสาเหตุหลักมาจากการที่บริษัทสามารถบริหารสินค้าคงเหลือได้ดีขึ้นทำให้สินค้าคงเหลือลดลง 146.7 ล้านบาท ในขณะที่เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุนส่วนใหญ่เกิดจากการซื้ออุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน เป็นจำนวน 68.0 ล้านบาท และจากการซื้อ/โอนสิทธิ์เพิ่มสุทธิจากการตัดจ่าย จำนวน 64.7 ล้านบาท ส่วนเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน เกิดจากการที่บริษัทจ่ายชำระคืนหนี้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินสุทธิจากการเพิ่มขึ้นของหนี้เงินกู้จำนวน 148.0 ล้านบาท

อัตราส่วนสภาพคล่องที่สำคัญ

	2546	2547	2548
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	2.3	1.71	1.53
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.96	0.95	1.03

อัตราส่วนสภาพคล่องของบริษัทลดลงเล็กน้อยจาก 1.71 เท่าในปี 2547 เป็น 1.53 เท่าในปี 2548 อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่มีปัญหาสภาพคล่องในการจ่ายชำระหนี้ระยะสั้นแต่อย่างใด

แหล่งที่มาของเงินทุน

หนี้สิน

	2546	2547	2548
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.47	0.70	0.95

ถึงแม้ว่าในปี 48 บริษัทมีการจ่ายชำระคืนหนี้เงินกู้เป็นจำนวนเงินสุทธิ 148.0 ล้านบาท แต่จากการที่บริษัทมีการบันทึกค่าเพื่อต่างๆ เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในปีนี้เป็นผลให้ส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงจากปีก่อน จึงมีผลทำให้บริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 0.7 เท่าในปี 2547 เป็น 0.95 เท่า ในปี 2548

อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยและการผูกพัน

	2546	2547	2548
อัตราส่วนชำระดอกเบี้ย (เท่า)	(12.90)	3.93	44.96
อัตราส่วนความสามารถชำระการผูกพัน (เท่า)	(0.53)	(0.03)	0.87

อัตราส่วนชำระดอกเบี้ย และอัตราส่วนความสามารถชำระการผูกพัน เพิ่มขึ้นจากเดิม 3.93 เท่า และ (0.03) เท่า ตามลำดับในปี 2547 เป็น 44.96 เท่า และ 0.87 เท่า ตามลำดับในปี 2548 แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีความสามารถในการชำระดอกเบี้ยและการผูกพันได้มากขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน อีกทั้งในปีนี้บริษัทมีการดอกเบี้ยจ่ายลดลงจากการจ่ายชำระคืนหนี้เงินกู้ยืม

ปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะการเงินในอนาคต

-ไม่มี-

ค่าบริการวิชาชีพ

ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี (Audit Fee)

กลุ่มบริษัทจ่ายค่าตอบแทนการสอบบัญชี สำหรับปี 2548 เป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 3.2 ล้านบาท

บริการอื่น (Non-Audit Fee)

ไม่มี



งบการเงิน
และรายงานของ
ผู้สอบบัญชีรับ
อนุญาต



สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547
บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)
(เดิมชื่อ : บริษัท อาร์.เอส. โปรโมชัน จำกัด (มหาชน)) และบริษัทย่อย

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอ ผู้ถือหุ้นบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

(เดิมชื่อ : บริษัท อาร์.เอส. โปรโมชั่น จำกัด (มหาชน))



ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบดุลรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 งบกำไรขาดทุนรวม งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นรวม และงบกระแสเงินสดรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของแต่ละปีของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัท ย่อย และได้ตรวจสอบงบดุล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 งบกำไรขาดทุน งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น และงบกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของแต่ละปีเฉพาะบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้บริหารของกิจการเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลในงบการเงินเหล่านี้ ส่วนข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบในการแสดงความเห็นต่องบการเงินดังกล่าวจากผลการตรวจสอบของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีที่รับรองทั่วไป ซึ่งกำหนดให้ข้าพเจ้าต้องวางแผนและปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างมีเหตุผลว่างบการเงินแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ การตรวจสอบรวมถึงการใช้วิธีการทดสอบหลักฐานประกอบรายการทั้งที่เป็นจำนวนเงินและการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงิน การประเมินความเหมาะสมของหลักการบัญชีที่กิจการใช้และประมาณการเกี่ยวกับรายการทางการเงินที่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งผู้บริหารเป็นผู้จัดทำขึ้นตลอดจนการประเมินถึงความเหมาะสมของการแสดงรายการที่นำเสนอใน งบการเงินโดยรวม ข้าพเจ้าเชื่อว่าการตรวจสอบดังกล่าวให้ข้อสรุปที่เป็นเกณฑ์อย่างเหมาะสมในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของแต่ละปีของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยและของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป

(นางสาวสมบุญรณ สุภศิริภิญโญ)

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เลขทะเบียน 3731

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

กรุงเทพมหานคร

27 กุมภาพันธ์ 2549

งบดุล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
(เดิมชื่อ : บริษัท อาร์. เอส. โปรมอชั่น จำกัด (มหาชน))



สินทรัพย์	หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะของบริษัท	
		2548	2547	2548	2547
(บาท)					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5	226,783,864	240,077,946	95,235,255	86,095,613
ลูกหนี้การค้าและตั๋วเงินรับ - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	4, 6	-	-	385,246,113	642,936,045
ลูกหนี้การค้าและตั๋วเงินรับ - อื่น ๆ สุทธิ	6	670,409,287	670,806,276	204,440,834	169,010,285
เงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	4	-	-	209,177,988	91,232,077
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	4, 7, 32	259,018,840	522,497,429	152,105,644	233,227,462
ภาษีซื้อยังไม่ถึงกำหนดชำระ	46,620,358	59,443,382	7,164,354	8,501,017	-
รายได้ค้างรับ	4	59,983,018	45,089,262	52,301,816	38,016,433
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	8	26,867,612	22,975,066	20,480,479	12,864,343
เงินอุดหนุนจ่าย	20,390,706	23,289,429	11,848,940	12,884,961	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	4, 9	72,018,929	79,148,634	64,001,098	47,478,465
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		<u>1,382,092,614</u>	<u>1,663,327,424</u>	<u>1,202,002,521</u>	<u>1,342,246,701</u>
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
เงินลงทุนในบริษัทย่อย - สุทธิ	10, 18	-	-	346,462,063	439,889,270
เงินลงทุนในบริษัทอื่น- สุทธิ	10	-	-	-	-
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ	11, 15	357,095,635	403,060,189	75,071,854	71,393,224
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ	12, 32	74,311,353	248,704,731	49,382,559	212,424,364
ค่าความนิยม	3.8	(9,110,478)	(9,551,968)	-	-
ภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่าย	13	54,686,514	49,289,319	25,125,480	22,843,921
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	14	2,252,616	5,139,481	96,355	312,573
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		<u>479,235,640</u>	<u>696,641,752</u>	<u>496,138,311</u>	<u>746,863,352</u>
รวมสินทรัพย์		<u>1,861,328,254</u>	<u>2,359,969,176</u>	<u>1,698,140,832</u>	<u>2,089,110,053</u>

งบดุล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
(เดิมชื่อ : บริษัท อาร์. เอส. โปรมอชั่น จำกัด (มหาชน))



หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะของบริษัท	
		2548	2547	2548	2547
				(บาท)	
หนี้สินหมุนเวียน					
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	15	160,000,000	308,000,000	70,000,000	165,000,000
เจ้าหนี้การค้าและตั๋วเงินจ่ายส - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	4, 16	-	-	83,314,718	105,099,686
เจ้าหนี้การค้าและตั๋วเงินจ่าย - อื่น ๆ	16	309,648,870	283,544,799	174,693,950	143,046,543
เจ้าหนี้อื่น	4	17,230,791	14,696,069	8,090,614	7,847,798
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	4	-	-	70,000,000	19,600,000
รายได้รับล่วงหน้า	4	108,097,966	144,446,049	80,614,044	111,442,020
ภาษีขายที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	63,411,093	67,135,118	39,973,446	50,713,194	
ภาษีเงินได้คืนบุคคลค้างจ่าย	1,972,866	284,727	-	-	
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	4	86,940,585	75,081,109	35,861,699	28,312,222
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	17	157,532,717	78,744,307	77,121,109	43,432,214
รวมหนี้สินหมุนเวียน		904,834,888	971,932,178	639,669,580	674,493,677
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
ผลขาดทุนส่วนล่าเงินลงทุน	10	-	-	103,543,357	26,994,834
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น		516,355	224,661	149,119	136,162
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		516,355	224,661	103,692,476	27,130,996
รวมหนี้สิน		905,351,243	972,156,839	743,362,056	701,624,673
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุนเรือนหุ้น	19				
ทุนจดทะเบียน					
หุ้นสามัญ 145,000,000 หุ้น และ 140,000,000 หุ้น					
มูลค่าหุ้นละ 5 บาทในปี 2548 และ 2547 ตามลำดับ		725,000,000	700,000,000	725,000,000	700,000,000
ทุนที่ออก หุ้นสามัญ 140,000,000 หุ้น ชำระเต็มมูลค่าแล้ว		700,000,000	700,000,000	700,000,000	700,000,000
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ		607,516,239	607,516,239	607,516,239	607,516,239
ส่วนเกินทุนอื่น	20	409,440	-	409,440	-
กำไร (ขาดทุน) สะสม					
จัดสรรแล้ว					
สำรองตามกฎหมาย	20	5,400,000	5,400,000	5,400,000	5,400,000
ยังไม่ได้จัดสรร (ขาดทุนสะสม)		(358,546,903)	74,569,141	(358,546,903)	74,569,141
รวมส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่		954,778,776	1,387,485,380	954,778,776	1,387,485,380
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย		1,198,235	326,957	-	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		955,977,011	1,387,812,337	954,778,776	1,387,485,380
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		1,861,328,254	2,359,969,176	1,698,140,832	2,089,110,053

งบกำไรขาดทุน สำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
(เดิมชื่อ : บริษัท อาร์. เอส. โปรโมชั่น จำกัด (มหาชน))



หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะของบริษัท		
	2548	2547	2548	2547	
			(บาท)		
รายได้	4				
รายได้จากการขายสินค้า-สุทธิ		797,844,640	931,662,644	1,586,309	3,738,476
รายได้ค่าลิขสิทธิ์เพลงและอื่นๆ		451,427,610	330,082,524	661,228,350	683,513,659
รายได้จากการรับจ้างผลิต		313,215,904	324,099,012	235,556,304	103,783,108
รายได้จากภาพยนตร์		102,801,407	87,096,305	102,801,407	87,195,222
รายได้จัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด		228,768,773	179,121,966	221,739,864	179,199,947
รายได้จากการขายโฆษณา		774,358,675	445,539,978	391,287,467	282,712,193
รายได้ค่าบริการ		54,534,553	14,007,938	72,077,962	12,385,979
รายได้จากการละเมิดลิขสิทธิ์		10,163,866	30,682,193	2,650,897	6,428,640
รายได้อื่น		14,253,705	12,694,603	8,736,400	8,498,718
ค่าความนิยมในบริษัทย่อย	3	441,490	22,883,453	-	-
รวมรายได้		2,747,810,623	2,377,870,616	1,697,664,960	1,367,455,942
ต้นทุนและค่าใช้จ่าย	4				
ต้นทุนขายและผลิต	21	2,012,706,457	1,878,824,318	1,398,572,420	1,194,283,704
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	24	1,108,010,725	611,263,767	532,313,506	296,050,694
ส่วนแบ่งขาดทุนในบริษัทย่อย - สุทธิ	-	-	167,496,655	3,668,839	
ค่าตอบแทนกรรมการ	26	920,000	890,000	920,000	890,000
รวมต้นทุนและค่าใช้จ่าย		3,121,637,182	2,490,978,085	2,099,302,581	1,494,893,237
ขาดทุนก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้		(373,826,559)	(113,107,469)	(401,637,621)	(127,437,295)
ดอกเบี้ยจ่าย	27	6,535,106	6,319,777	3,024,923	4,243,726
ภาษีเงินได้	28	52,723,506	12,022,601	28,453,500	-
ขาดทุนสุทธิหลังดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้		(433,085,171)	(131,449,847)	(433,116,044)	(131,681,021)
กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย		(30,873)	(231,174)	-	-
ขาดทุนสุทธิ		(433,116,044)	(131,681,021)	(433,116,044)	(131,681,021)
ขาดทุนต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	29	(3.09)	(0.94)	(3.09)	(0.94)

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น สำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
(เดิมชื่อ : บริษัท อาร์. เอส. โปรโมชัน จำกัด (มหาชน))



	ทุนเรือนหุ้นที่ออก และชำระแล้ว	ส่วนเกิน มูลค่าหุ้น	ส่วนเกิน ทุนอื่น	งบการเงินรวม		ส่วนของผู้ ถือหุ้นส่วนน้อย	รวม (บาท)
				กำไร (ขาดทุน) สะสม สำรองตามกฎหมาย	สะสม ยังไม่ได้จัดสรร		
ยอดคงเหลือ							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2547	700,000,000	607,516,239	-	5,400,000	206,250,162	-	1,519,166,401
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	-	-	-	-	-	95,783	95,783
ขาดทุนสุทธิสำหรับปี	-	-	-	-	(131,681,021)	231,174	(131,449,847)
ยอดคงเหลือ							
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547	700,000,000	607,516,239	-	5,400,000	74,569,141	326,957	1,387,812,337
ส่วนเกินทุนจากการเปลี่ยนสัดส่วน การถือหุ้นในบริษัทย่อย	-	-	409,440	-	-	-	409,440
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	-	-	-	-	-	871,278	871,278
ขาดทุนสุทธิสำหรับปี	-	-	-	-	(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)	1,198,235	955,977,011

	ทุนเรือนหุ้นที่ออก และชำระแล้ว	ส่วนเกิน มูลค่าหุ้น	ส่วนเกิน ทุนอื่น	งบการเงินเฉพาะบริษัท		รวม (บาท)
				กำไร (ขาดทุน) สะสม สำรองตามกฎหมาย	สะสม ยังไม่ได้จัดสรร	
ยอดคงเหลือ						
ณ วันที่ 1 มกราคม 2547	700,000,000	607,516,239	-	5,400,000	206,250,162	1,519,166,401
ขาดทุนสุทธิสำหรับปี	-	-	-	-	(131,681,021)	(131,681,021)
ยอดคงเหลือ						
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547	700,000,000	607,516,239	-	5,400,000	74,569,141	1,387,485,380
ส่วนเกินทุนจากการเปลี่ยนสัดส่วน การถือหุ้นในบริษัทย่อย	-	-	409,440	-	-	409,440
ขาดทุนสุทธิสำหรับปี	-	-	-	-	(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

งบกระแสเงินสด

สำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

(เดิมชื่อ : บริษัท อาร์. เอส. โปรโมชั่น จำกัด (มหาชน))



	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะของบริษัท		
	2548	2547	(บาท)	2548	2547
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
ขาดทุนสุทธิ	(433,116,044)	(131,681,021)	(433,116,044)	(131,681,021)	
ปรับกระทบขาดทุนสุทธิเป็นเงินสดรับ(จ่าย)					
จากกิจกรรมดำเนินงาน					
ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดบัญชี	131,815,998	120,148,435	40,695,596	26,161,640	
ค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญและภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายตัดจ่าย	38,835,722	30,481,518	5,978,804	6,102,645	
ส่วนได้เสียในขาดทุนของบริษัทย่อย	-	-	167,496,655	3,668,839	
กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	30,873	231,174	-	-	
ค่าความนิยมในบริษัทย่อย	(441,490)	(22,883,454)	-	-	
ค่าเพื่อสินค้าเสื่อมสภาพ	115,932,770	7,264,581	(1,223,890)	2,097,796	
ค่าเพื่อการรับคืนสินค้า	79,655,538	29,670,449	31,317,221	31,823,399	
ค่าเพื่อการค้ายาสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	573,086	-	573,086	-	
ค่าเพื่อการค้ายาสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	206,442,834	31,579,516	208,612,125	31,579,516	
ค่าเพื่อการค้ายาสินทรัพย์ระยะยาวอื่น	559,200	-	559,200	-	
(กำไร) ขาดทุนจากการขายเงินลงทุนในบริษัทย่อย	(1,052,671)	-	(1,052,671)	201,208	
ขาดทุนจากการขายอุปกรณ์	52,540	322,484	45,828	29,493	
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายอุปกรณ์	2,759,177	1,467,694	829,327	169,780	
(กำไร) ขาดทุนจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลง					
ในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	142,047,533	66,601,376	20,715,237	(29,846,705)	
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์ดำเนินงาน(เพิ่มขึ้น)ลดลง					
ลูกหนี้การค้าและตั๋วเงินรับ	(25,744,565)	(214,548,973)	218,336,128	(32,520,202)	
สินค้าคงเหลือ	146,719,924	163,831,119	82,345,708	49,368,847	
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	(9,739,388)	(32,195,328)	(38,828,827)	(7,744,459)	
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(13,677,050)	(31,607,612)	(2,065,341)	(18,858,403)	
การเปลี่ยนแปลงในหนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น(ลดลง)					
เจ้าหนี้การค้าและตั๋วเงินจ่าย	33,981,626	(4,226,137)	9,862,438	(8,704,347)	
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	(19,320,390)	56,202,714	(32,603,457)	102,330,484	
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	291,694	(596,225)	12,958	(358,211)	
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	254,559,384	3,460,934	257,774,844	53,667,004	

งบกระแสเงินสด

สำหรับแต่ละปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
(เดิมชื่อ : บริษัท อาร์. เอส. โปรมอชั่น จำกัด (มหาชน))



	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะของบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
			(บาท)	
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน				
เงินลงทุนในบริษัทย่อย(เพิ่มขึ้น)ลดลง	-	-	(800,300)	29,496,800
เงินสดรับจากการขายเงินลงทุนในบริษัทย่อย	3,660,721	96,120	4,550,709	96,120
เงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกันเพิ่มขึ้นสุทธิ	-	-	(117,945,911)	(24,482,077)
ซื้อสินทรัพย์ถาวร	(68,035,215)	(69,319,557)	(25,080,437)	(32,077,579)
เงินสดรับจากการขายสินทรัพย์	10,790,277	9,912,411	653,042	703,385
ซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(87,233,436)	(167,697,867)	(66,392,305)	(150,730,558)
เงินสดรับจากการขายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	22,545,172	28,092,943	-	-
เงินปันผลรับจากบริษัทย่อย	-	-	980,000	7,960,000
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(118,272,481)	(198,915,950)	(204,035,202)	(169,033,909)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน				
เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น (ลดลง)	(148,000,000)	229,500,000	(95,000,000)	135,000,000
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันเพิ่มขึ้น	-	-	50,400,000	19,600,000
ส่วนของผู้ออกหุ้นส่วนน้อยเพิ่มขึ้น	1,200,000	-	-	-
เงินสดสุทธิได้มาจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมจัดหาเงิน	(146,800,000)	229,500,000	(44,600,000)	154,600,000
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดสุทธิเพิ่มขึ้น(ลดลง)	(10,513,097)	34,044,984	9,139,642	39,233,095
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี	240,077,946	206,032,962	86,095,613	46,862,518
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดของบริษัทย่อยที่ขาย	(2,780,985)	-	-	-
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นปี	226,783,864	240,077,946	95,235,255	86,095,613
ข้อมูลกระแสเงินสดเปิดเผยเพิ่มเติม				
เงินสดจ่ายระหว่างปี				
ดอกเบี้ยจ่าย	6,285,076	10,031,744	3,001,208	4,197,947
ภาษีเงินได้	21,716,287	25,887,737	-	-



สารบัญ

- | | | | | | |
|----|---|----|------------------------------------|----|--|
| 1 | ข้อมูลทั่วไป | 14 | สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น | 28 | ภาษีเงินได้ |
| 2 | เกณฑ์ในการจัดทางการเงิน | 15 | เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน | 29 | ขาดทุนต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน |
| 3 | นโยบายการบัญชีที่สำคัญ | 16 | เจ้าหนี้การค้า | 30 | เครื่องมือทางการเงิน |
| 4 | รายการที่เกิดขึ้นกับบุคคลหรือกิจการ
ที่เกี่ยวข้องกัน และยอดคงเหลือ | 17 | หนี้สินหมุนเวียนอื่น | 31 | การระบุพื้นที่และหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น |
| 5 | เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด | 18 | เงินปันผลรับจากบริษัทย่อย | 32 | อื่น ๆ |
| 6 | ลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ - สุทธิ | 19 | ทุนจดทะเบียน | 33 | เหตุการณ์ภายหลังวันที่ในงบดุล |
| 7 | สินค้าคงเหลือ | 20 | สำรองตามกฎหมาย | 34 | การจัดประเภทบัญชีใหม่ |
| 8 | ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า | 21 | ต้นทุนการพลิต | | |
| 9 | สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น | 22 | ข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน | | |
| 10 | เงินลงทุน | 23 | กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ | | |
| 11 | ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ | 24 | โบนัส | | |
| 12 | สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ | 25 | ค่าใช้จ่ายชดเชยพนักงาน | | |
| 13 | ภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่าย | 26 | ค่าตอบแทนกรรมการ | | |
| | | 27 | ดอกเบี้ยจ่าย | | |

งบการเงินได้รับอนุมัติเพื่อการนำเสนอจากกรรมการเมื่อ วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2549

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงิน



1 ข้อมูลทั่วไป

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

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

บริษัทจดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2546

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

บริษัทดำเนินธุรกิจหลักในประเทศไทย และมีพนักงานจำนวน 680 คน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 (2547 : 565 คน) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานของบริษัท สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 มีจำนวน 287.91 ล้านบาท (2547: 228.97 ล้านบาท)

กลุ่มบริษัทมีพนักงานจำนวน 1,742 คน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 (2547 : 1,496 คน) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานของกลุ่มบริษัท สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 มีจำนวน 576.39 ล้านบาท (2547: 468.82 ล้านบาท)



2 เหนือในการจัดทำงบการเงิน

งบการเงินนำเสนอเพื่อวัตถุประสงค์ของการรายงานเพื่อใช้ในประเทศ และจัดทำเป็นภาษาไทย งบการเงินฉบับภาษาอังกฤษได้จัดทำขึ้นเพื่อความสะดวกของผู้อ่านงบการเงินที่ไม่คุ้นเคยกับภาษาไทย

งบการเงินจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการบัญชีไทย (“มาตรฐานการบัญชี”) รวมถึงการการตีความและแนวปฏิบัติทางการบัญชีที่ประกาศใช้โดยสภาวิชาชีพบัญชีและจัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปของประเทศไทย

ในปี 2548 กลุ่มบริษัทปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีฉบับ ใหม่ มีดังต่อไปนี้

มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 52 เรื่อง เหตุการณ์ภายหลังวันที่ในงบดุล

มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 53 เรื่อง ประมาณการหนี้สิน หนี้สินที่อาจเกิดขึ้น และสินทรัพย์ที่อาจเกิดขึ้น

มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 54 เรื่อง การดำเนินงานที่ยกเลิก

การปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีใหม่ดังกล่าวไม่มีผล กระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงิน

งบการเงินแสดงหน่วยเงินตราเป็นเงินบาท และมีการเปิดเผยเพื่อให้แสดงเป็นหลักฐานมากในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ยกเว้นที่ระบุไว้เป็นอย่างอื่น งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นโดยถือหลักการการบันทึกตามราคาทุนเดิม เว้นแต่ที่ได้เปิดเผยไว้แล้วในนโยบายการบัญชี

ในการจัดทำงบการเงินให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี ผู้บริหารต้องใช้การประมาณและข้อสมมติฐานหลายประการ ซึ่งมีผลกระทบต่อการกำหนดนโยบายและการรายงานจำนวนเงินที่เกี่ยวกับ สินทรัพย์ หนี้สิน รายได้ และค่าใช้จ่าย การประมาณและข้อสมมติฐานมาจากประสบการณ์ในอดีต และปัจจัยต่างๆ ที่ผู้บริหารมีความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลภายใต้สภาวะการณ์แวดล้อมนั้น ดังนั้นผลที่เกิดขึ้นจริงจากการตั้งข้อสมมติฐานต่อมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ และหนี้สินอาจแตกต่างไปจากที่ประมาณไว้

ประมาณการและข้อสมมติฐานที่ใช้ในการจัดทำงบการเงินจะได้รับการทบทวนอย่างสม่ำเสมอ การปรับประมาณทางบัญชีจะบันทึกในงวดบัญชีที่การประมาณการดังกล่าวได้รับการทบทวน หากการปรับประมาณการกระทบเฉพาะงวดนั้นๆ และจะบันทึกในงวดที่ปรับหรืองวดในอนาคต หากการปรับประมาณการกระทบทั้งงวดปัจจุบันและอนาคต

งบการเงินรวมของบริษัท ประกอบด้วยงบการเงินของบริษัท
และบริษัทย่อย (รวมกันเรียกว่า “กลุ่มบริษัท”)

รายละเอียดบริษัทย่อยของบริษัทมีดังต่อไปนี้

บริษัทย่อย	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนความเป็นเจ้าของ	
		2548	2547
1. บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	จัดจำหน่ายแอป ซีดี วีซีดี ดีวีดี	100	100
2. บริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด)	ออกแบบงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก (รับจ้างผลิตงานโปสเตอร์)	100	100
3. บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อบริษัท ร็อก สกิน จำกัด)	ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์ (รับจ้างผลิตงานโปสเตอร์)	-	100
4. บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	ถือหุ้นทางอ้อมโดยบริษัท โฟเม่า จำกัด	76	-
5. บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อ : บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	ผลิตและโปสเตอร์งานเพลงลูกทุ่ง ผลิตรายการโทรทัศน์และรับจ้างผลิตงานกิจกรรม (รับจ้างผลิตงานโปสเตอร์)	100	100
6. บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	ผลิตและรับจ้างผลิตละครและรายการโทรทัศน์	76	76
7. บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์เพลง จำกัด	จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลง	100	100
8. บริษัท ชาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	ผลิตและรับจ้างผลิตละครและรายการโทรทัศน์	100	100
9. บริษัท แมจิก แอ็คเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	ผลิตละครและรายการโทรทัศน์	100	100
10. บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	ผลิตรายการวิทยุ	100	100
11. บริษัท โฟเม่า จำกัด	ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์	100	100
12. บริษัท เรด ครามา จำกัด	รับจ้างผลิตละครโทรทัศน์	100	100
13. บริษัท อะลาดิน เอ็นเตอร์ จำกัด	รับจ้างผลิตภาพยนตร์ ละครและรายการโทรทัศน์	100	100
14. บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด	รับจ้างผลิตภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์	100	100
15. บริษัท พี.โอ.วี (พอยท์ ออฟวิว) จำกัด	รับจ้างผลิตภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์	100	100
16. บริษัท ฮาวอง จำกัด	ผลิตและรับจ้างผลิตภาพยนตร์และละคร	100	100
17. บริษัท อาร์ เอส ฟิล์ม แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด	จัดจำหน่ายภาพยนตร์และรับจ้างผลิตภาพยนตร์	100	100
18. บริษัท ฟิล์มซีรีส์ จำกัด	ผลิตและรับจ้างผลิตภาพยนตร์ ละครและ รายการโทรทัศน์	100	100
19. บริษัท นาคาเซีย จำกัด	ผลิตและรับจ้างผลิตภาพยนตร์ ละครและรายการโทรทัศน์	100	100
20. บริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด	รับจ้างผลิตงานโฆษณา	-	100
21. บริษัท อาร์. เอส. สตูดิโอ จำกัด	ให้บริการและให้เช่าสตูดิโอ โรงถ่ายและอุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทำและตัดต่อ	100	100
22. บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	รับจ้างจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ	100	100
23. บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สกรีน เฮด จำกัด)	ผลิตและรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ (ออกแบบสิ่งพิมพ์)	76	100

รายการที่มีนัยสำคัญระหว่างบริษัทกับบริษัทย่อยได้ถูกตัดรายการในการทำงบการเงินรวม

3. นโยบายการบัญชีที่สำคัญ

3.1 เกณฑ์ในการทำงานการเงินรวม

บริษัทย่อย

บริษัทย่อยเป็นกิจการที่อยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัท การควบคุมเกิดขึ้นเมื่อบริษัทมีอำนาจควบคุมทั้งทางตรงหรือทางอ้อมในการกำหนดนโยบายทางการเงินและการดำเนินงานของบริษัทนั้น เพื่อได้มาซึ่งประโยชน์จากกิจกรรมของบริษัทย่อย งบการเงินของบริษัทย่อยได้รวมอยู่ในงบการเงินรวม นับแต่วันที่มีการควบคุมจนถึงวันที่การควบคุมสิ้นสุดลง

3.2 เงินตราต่างประเทศ

รายการบัญชีที่เป็นเงินตราต่างประเทศ

รายการบัญชีที่เป็นเงินตราต่างประเทศแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการ

สินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นตัวเงินและเป็นเงินตราต่างประเทศ ณ วันที่ในงบดุล แปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันนั้น กำไรหรือขาดทุนจากการแปลงค่าจะบันทึกในงบกำไรขาดทุน

สินทรัพย์และหนี้สินที่ไม่เป็นตัวเงินซึ่งเกิดจากรายการบัญชีที่เป็นเงินตราต่างประเทศและบันทึกตามเกณฑ์ราคาทุนเดิม แปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการ

3.3 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดประกอบด้วย ยอดเงินสด ยอดเงินฝากธนาคารประเภทเพื่อเรียก และเงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูง

3.4 ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น(รวมยอดคงเหลือกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน) แสดงในราคาตามใบแจ้งหนี้หักค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญ

ค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญประเมินโดยการวิเคราะห์ประวัติการชำระหนี้ และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกค้า

3.5 สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือแสดงในราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า

สินค้าสำเร็จรูปประเภทเกป ซีดี วีซีดี ดีวีดี วัตถุดับและอื่น ๆ แสดงในราคาทุนตามวิธีเข้าก่อน-ออกก่อน

ภาพยนตร์ ละคร หนังสือและอื่น ๆ แสดงในราคาทุนประกอบด้วย

ต้นทุนการผลิตทางตรง การถ่ายทำ และค่าใช้จ่ายในการผลิตอื่น มูลค่าสุทธิที่จะได้รับเป็นการประมาณราคาที่จะขายได้จากการดำเนินการธุรกิจปกติหักด้วยค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการขาย

บริษัทตั้งค่าเพื่อการลดมูลค่า สำหรับสินค้าที่เสื่อมคุณภาพ เสียหาย และล้าสมัย

3.6 เงินลงทุน

เงินลงทุนในบริษัทย่อย

เงินลงทุนในบริษัทย่อย ในงบการเงินเฉพาะบริษัท บันทึกบัญชีโดยใช้วิธีส่วนได้เสีย

เงินลงทุนในบริษัทอื่นบันทึกบัญชีในราคาทุนหักขาดทุนจากการด้อยค่า

ในกรณีที่กลุ่มบริษัทจำหน่ายบางส่วนของเงินลงทุนที่ถืออยู่ การคำนวณต้นทุนสำหรับเงินลงทุนที่จำหน่ายไปและเงินลงทุนที่ยังถืออยู่ใช้วิธีถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

3.7 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

สินทรัพย์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของกิจการ

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์แสดงด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและขาดทุนจากการด้อยค่า

ค่าเสื่อมราคา

ค่าเสื่อมราคานั้นก็เป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุน จำนวนโดยวิธีเส้นตรงตามเกณฑ์อายุการใช้งานโดยประมาณของสินทรัพย์แต่ละรายการ ประมาณการอายุการใช้งานของสินทรัพย์แสดงได้ดังนี้

อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	20 ปีตามอายุสัญญาเช่าที่ดิน
เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน	5 - 10 ปี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	5 - 10 ปี
ยานพาหนะ	5 ปี

กลุ่มบริษัทไม่คิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดินและสินทรัพย์ที่อยู่ระหว่างการติดตั้ง

ในงบการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 ค่าความนิยม ประกอบด้วย

	งบการเงินรวม					
	ค่าความนิยม		ค่าความนิยมติดลบ		รวม	
	2548	2547	2548	2547	2548	2547
	(ล้านบาท)					
ยอดคงเหลือต้นปี	28.43	30.72	(37.98)	(63.16)	(9.55)	(32.44)
ตัดจำหน่ายระหว่างปี	(8.41)	(2.29)	8.85	25.18	0.44	22.89
ยอดคงเหลือปลายปี	20.02	28.43	(29.13)	(37.98)	(9.11)	(9.55)

ค่าตัดจำหน่าย

ค่าตัดจำหน่ายบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุน คำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามเกณฑ์ระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนแต่ละประเภท ค่าความนิยมและค่าความนิยมติดลบ จะถูกตัดจำหน่ายตามระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจแสดงได้ ดังนี้

1. ค่าความนิยมติดลบ	20	ปี
2. ค่าความนิยม	20	ปี

3.8 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ค่าความนิยม

ค่าความนิยมจากการรวมธุรกิจ ได้แก่ต้นทุนการได้มาซึ่งเงินลงทุนที่สูงกว่ามูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิที่ได้มาจากการลงทุนในหุ้นของกลุ่มบริษัท

ค่าความนิยมติดลบจากการรวมธุรกิจได้แก่มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิของหุ้นที่ซื้อโดยกลุ่มบริษัทในส่วนที่เกินกว่าต้นทุนการได้มาซึ่งเงินลงทุน

ค่าความนิยมและค่าความนิยมติดลบแสดงในราคาทุนหักด้วยค่าตัดจำหน่ายสะสมและขาดทุนจากการด้อยค่าในงบการเงินเฉพาะบริษัท ค่าความนิยมและค่าความนิยมติดลบที่เกิดจากการซื้อหุ้นในบริษัทย่อยได้รวมไว้ในเงินลงทุน

ค่าความนิยมส่วนที่ยังไม่ตัดจำหน่ายของเงินลงทุนที่ได้จำหน่ายออกไป ได้รวมในกำไรหรือขาดทุน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น ๆ

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น ๆ ที่กลุ่มบริษัทซื้อมาแสดงในราคาทุน หักค่าตัดจำหน่ายสะสมและขาดทุนจากการด้อยค่า

• ลิขสิทธิ์มาสเตอร์เทปเพลง

บริษัทบันทึกต้นทุนลิขสิทธิ์มาสเตอร์เทปเพลงโดยใช้ราคาทุน ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตมาสเตอร์

บริษัทตัดจำหน่ายต้นทุนลิขสิทธิ์มาสเตอร์เทปเพลงเป็นต้นทุนในงบกำไรขาดทุนโดยวิธีเส้นตรง ตั้งแต่วันที่เริ่มวางแผง เป็นระยะเวลา 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 สำหรับละครใหม่ que เริ่มออกอากาศตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2547 เป็นต้นไป

- **ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์**

บริษัทบันทึกต้นกุนลิขสิทธิ์ภาพยนตร์โดยใช้ราคาทุน ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิต และถ่ายทำภาพยนตร์

ก่อนไตรมาสที่ 3 ปี 2548 บริษัทตัดจำหน่ายต้นกุนลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เป็นต้นกุนภายในระยะเวลา 10 ปี โดยตัดจ่ายดังนี้

ปีที่ 1 ตัดจ่ายร้อยละ 60 ของมูลค่าลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ ตามอัตราส่วนของการประมาณการ

ปีที่ 2 ถึง 10 ตัดจ่ายส่วนที่เหลือร้อยละ 40 ของมูลค่าลิขสิทธิ์ภาพยนตร์โดยวิธีเส้นตรง

ตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2548 บริษัทเปลี่ยนแปลงนโยบายบัญชีเกี่ยวกับการบันทึกต้นกุนภาพยนตร์เป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุนตามรายได้หลักสำหรับภาพยนตร์

- **ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์และลิขสิทธิ์อื่น**

บริษัทบันทึกต้นกุนลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์และลิขสิทธิ์อื่น โดยใช้ราคาทุน ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์

บริษัทตัดจำหน่ายต้นกุนลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ และต้นกุนลิขสิทธิ์อื่นเป็นต้นกุนในงบกำไรขาดทุน โดยวิธีเส้นตรง 3-10 ปี



3.9 การตัดจ่ายค่า

ยอดสินทรัพย์คงเหลือตามบัญชีของกลุ่มบริษัท ได้รับการทบทวน ณ ทุกวันทีในงบดุลว่ามีข้อสงสัยเรื่องการค้าขายหรือไม่ ในกรณีที่มีข้อสงสัยจะทำการประมาณมูลค่าสินทรัพย์ที่คาดว่าจะได้รับคืน

การรับรู้ขาดทุนจากการตัดจ่ายค่า เมื่อมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ หรือมูลค่าตามบัญชีของหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสด สูงกว่ามูลค่าที่ได้รับคืน ขาดทุนจากการตัดจ่ายค่าบันทึกในงบกำไรขาดทุน

3.10 เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น (รวมยอดคงเหลือกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน) แสดงในราคาทุน

3.11 ผลประโยชน์พนักงาน

กลุ่มบริษัทไม่บันทึกค่าใช้จ่ายหรือหนี้สินเมื่อมีการออกสิทธิให้เลือกซื้อหุ้น ภายใต้แผนการให้ประโยชน์แก่พนักงาน เมื่อพนักงานใช้สิทธิการเลือกซื้อหุ้น ส่วนของผู้ถือหุ้นจะเพิ่มขึ้นเท่ากับจำนวนเงินที่ได้รับจากการใช้สิทธิของพนักงาน

3.12 ประมาณการหนี้สิน

ประมาณการหนี้สินจะรับรู้ในงบดุลก็ต่อเมื่อกลุ่มบริษัทมีการหนี้สินเกิดขึ้นจากข้อพิพาททางกฎหมายหรือการระงับข้อพิพาทซึ่งเป็นผลมาจากเหตุการณ์จากอดีต และมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนว่าประโยชน์เชิงเศรษฐกิจจะต้องถูกจ่ายไปเพื่อชำระหนี้สินดังกล่าว โดยจำนวนภาระหนี้สินดังกล่าวสามารถประมาณจำนวนเงินได้อย่างน่าเชื่อถือถ้าผลกระทบดังกล่าวเป็นนัยสำคัญ ประมาณการกระแสเงินสดที่จะจ่ายในอนาคตจะคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันโดยใช้อัตราคิดลดในตลาดปัจจุบันก่อนคำนึงภาษีเงินได้ เพื่อให้สะท้อนมูลค่าที่อาจประเมินได้ในตลาดปัจจุบันซึ่งแปรไปตามเวลาและความเสี่ยงที่มีต่อหนี้สิน



3.13 รายได้

รายได้ที่รับรู้ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มหรือภาษีขายอื่นๆ และแสดงสุทธิจากส่วนลดการค้า

1. รายได้จากการจำหน่ายสินค้า

รายได้จากการจำหน่ายสินค้า แสดงมูลค่าตามราคาในใบกำกับสินค้าที่จัดส่งมอบหลังจากหักสินค้ารับคืน และส่วนลดแล้ว

รายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ แสดงมูลค่าตามราคาในใบแจ้งหนี้ของสินค้าที่จัดส่งมอบแล้ว หลังจากหักสินค้ารับคืน และส่วนลดแล้ว

2. รายได้ค่าลิขสิทธิ์

รายได้ค่าลิขสิทธิ์ รับรู้เป็นรายได้เมื่อมีการส่งมอบ

รายได้จากการขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ รับรู้เป็นรายได้ตามรายละเอียดที่ระบุในสัญญา และ/หรือวันที่ให้สิทธิ์ในภาพยนตร์นั้น

3. รายได้จากการรับจ้างผลิต

รายได้จากการรับจ้างผลิตละคร รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์โฆษณา และรับจ้างผลิตอื่นๆ รับรู้เป็นรายได้เมื่อมีการส่งมอบงานที่แล้วเสร็จหรือรับรู้ตามสัดส่วนที่งานให้บริการเสร็จแล้วแต่ประเภทของรายได้จากการรับจ้างผลิต

4. รายได้ภาพยนตร์

รายได้จากเครื่องเล่น เป็นรายได้ค่าผ่านประตู ซึ่งแบ่งระหว่างเจ้าของโรงภาพยนตร์กับกลุ่มบริษัทจะถือเป็นรายได้ตามวันที่ฉายภาพยนตร์

รายได้จากสายหนัง รับรู้เป็นรายได้ตามวันที่ฉายภาพยนตร์

5. รายได้จัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด

รายได้จัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด เป็นรายได้จากการรับจ้างจัดคอนเสิร์ตและการแสดง และกิจกรรมการตลาด รับรู้เป็นรายได้เมื่อมีการส่งมอบงานที่แล้วเสร็จ หรือรับรู้ตามสัดส่วนที่งานให้บริการเสร็จแล้วแต่ประเภทของรายได้คอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด

6. รายได้จากการขายโฆษณา

รายได้จากการขายโฆษณา เป็นรายได้จากการขายสื่อโฆษณา ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และสื่ออื่นๆ ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาในใบแจ้งหนี้ของบริการหลังจากหักส่วนลด โดยจะรับรู้เป็นรายได้เมื่อได้ให้บริการแล้ว

7. รายได้ค่าบริการ

รายได้ค่าบริการ รับรู้เป็นรายได้เมื่อได้ให้บริการแล้ว

8. ดอกเบี้ยรับและเงินปันผลรับ

ดอกเบี้ยรับบันทึกในงบกำไรขาดทุนตามเกณฑ์คงค้าง เงินปันผลรับบันทึกในงบกำไรขาดทุนในวันที่ กลุ่มบริษัทมีสิทธิ์ได้รับเงินปันผล

3.14 ค่าใช้จ่าย

สัญญาเช่าดำเนินการ

รายจ่ายภายใต้สัญญาเช่าดำเนินการบันทึกในงบกำไรขาดทุนโดยวิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า ประโยชน์ที่ได้รับตามสัญญาเช่าจะรับรู้ในงบกำไรขาดทุนเป็นส่วนหนึ่งของค่าเช่าทั้งสิ้นตามสัญญา

ค่าใช้จ่ายอื่น

ค่าใช้จ่ายบันทึกตามเกณฑ์คงค้าง

ดอกเบี้ยจ่ายและค่าใช้จ่ายในทำนองเดียวกันบันทึกในงบกำไรขาดทุนในงวดที่ค่าใช้จ่ายดังกล่าวเกิดขึ้น

3.15 ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้จากการทำหรือขาดทุนสำหรับปีประกอบด้วยภาษีเงินได้ปัจจุบัน

ภาษีเงินได้ปัจจุบัน

ภาษีเงินได้ปัจจุบันได้แก่ภาษีที่คาดว่าจะจ่ายชำระโดยคำนวณจากกำไรประจำปีที่ต้องเสียภาษี โดยใช้อัตราภาษีที่ประกาศใช้ ณ วันที่ในงบดุลตลอดจนการปรับปรุงภาษีที่ค้างชำระในปีก่อน ๆ

4 รายการที่เกิดขึ้นกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน และยอดคงเหลือ

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันได้แก่ บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบริษัทและบริษัทต่าง ๆ โดยการมีผู้ถือหุ้นร่วมกันหรือกรรมการร่วมกัน รายการบัญชีระหว่างบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันได้กำหนดขึ้นโดยใช้ราคาต่าง ๆ จากราคาตลาดหรือในราคาที่ตกลงกันตามสัญญาหากไม่มีราคาตลาดรองรับ ยอดคงเหลือที่เป็นสาระสำคัญ ณ วันที่ในงบดุล และรายการสำหรับปีสิ้นสุด กับกิจการที่เกี่ยวข้องกันมีดังต่อไปนี้

	2548	2547
	(ล้านบาท)	
ลูกหนี้การค้า		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	337.11	597.23
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ร็อกสกิน จำกัด)	2.20	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	31.68	17.62
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	4.01	1.65
บริษัท จัดเก็บขยะไทย จำกัด	0.12	7.36
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	5.87	5.40
บริษัท โปเมม่า จำกัด	0.11	0.35
บริษัท เรด ดรามา จำกัด	-	11.82
บริษัท อะลาดิน เฮ้าส์ จำกัด	0.04	0.02
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	0.08	0.18
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	-	0.05
บริษัท อวอง จำกัด	1.11	0.04
บริษัท ฟิล์มเชิร์ฟ จำกัด	-	0.02
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	0.94	-
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	0.03	1.20
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด(เดิมชื่อ บริษัท สครีนเฮด จำกัด)	1.95	-
รวม	385.25	642.9
เงินให้กู้ยืม		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	66.00	5.00
บริษัท บลูแพร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด)	10.00	21.60
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ร็อกสกิน จำกัด)	31.20	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	15.00	-
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	10.00	10.00
บริษัท โปเมม่า จำกัด	69.38	20.79
บริษัท เรด ดรามา จำกัด	-	8.00
บริษัท อวอง จำกัด	-	1.74
บริษัท ฟิล์มเชิร์ฟ จำกัด	-	20.00
บริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด	-	4.10
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด(เดิมชื่อ บริษัท สครีนเฮด จำกัด)	7.60	-
รวม	209.18	91.23

2548

2547

(ล้านบาท)

รายการเคลื่อนไหวของเงินให้กู้ยืม

เงินให้กู้ยืม ยอดยกมาต้นปี	91.23	66.75
เพิ่มขึ้นในระหว่างปี	178.39	71.89
จ่ายคืนระหว่างปี	(60.44)	(47.41)
ยอดคงเหลือ	209.18	91.23

สินค้าคงเหลือ

สินค้าสำเร็จรูป

บริษัท ฟิล์มซีรีส์ จำกัด	14.92	-
บริษัท อวอง จำกัด	2.16	6.67
บริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด	-	6.51
รวม	17.08	13.18

งานระหว่างทำ

บริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด)	2.46	-
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ร็อกสกิน จำกัด)	-	0.21
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	0.01	0.63
บริษัท ชาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด	0.47	-
บริษัท เมจิก แอ็คเตอร์เทนเมนท์ จำกัด	0.45	0.56
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	0.30	0.20
บริษัท โปเม่า จำกัด	0.03	-
บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	0.15	0.40
บริษัท อะลาดิน เฮ้าส์ จำกัด	2.72	2.19
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	1.09	1.45
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	1.33	1.43
บริษัท อวอง จำกัด	22.30	66.30
บริษัท อาร์ เอส ฟิล์ม แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด	30.41	30.40
บริษัท ฟิล์มซีรีส์ จำกัด	0.05	15.95
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	25.39	25.61
บริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด	-	2.37
บริษัท อาร์.เอส.สตูดิโอ จำกัด	1.31	1.21
บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	-	2.21
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท สกรีน เฮด จำกัด)	0.05	0.05
รวม	88.52	151.17

2548

2547

(ล้านบาท)

ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า

บริษัท สกายโฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	0.78	0.12
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	0.02	-
รวม	0.80	0.12

รายได้ค้างรับ

บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	0.01	0.01
บริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด)	0.01	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	0.04	-
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	0.02	0.03
บริษัท โฟเอมา จำกัด	0.02	0.04
บริษัท เรด ครามา จำกัด	-	0.02
บริษัท ฟิล์มเซอร์ฟ จำกัด	-	0.04
บริษัท ถ่ายสะกดจก จำกัด	-	0.01
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	-	0.01
รวม	0.10	0.16

ลูกหนี้อื่น

บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	21.65	-
บริษัท สกายโฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	6.36	-
บริษัท อะลาติน เอ้าส์ จำกัด	-	0.01
บริษัท ฟิล์มเซอร์ฟ จำกัด	-	0.01
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	-	1.98
รวม	28.01	2.00

เจ้าหนี้การค้า

บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	5.48	8.61
บริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด)	2.72	0.27
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	1.91	0.64
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	0.13	0.45
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	2.35	-
บริษัท ชาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	0.01	-
บริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนต์ จำกัด	-	0.60
บริษัท สกายโฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	1.35	1.55
บริษัท โฟเอมา จำกัด	0.17	0.08
บริษัท อะลาติน เอ้าส์ จำกัด	8.01	12.25
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	32.84	19.07
บริษัท พี.ไอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	9.48	9.29
บริษัท อวอง จำกัด	0.05	12.00

	2548	2547
	(ล้านบาท)	
บริษัท ฟิล์มเชอร์ฟ จำกัด	-	13.85
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	9.01	7.36
บริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด	-	1.41
บริษัท อาร์.เอส. สตูดิโอ จำกัด	8.77	3.97
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	1.03	13.41
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สครีน เฮด จำกัด)	-	0.29
รวม	83.31	105.10
เจ้าหนี้อื่น		
บริษัท ฟิล์มเชอร์ฟ จำกัด	1.47	-
	1.47	-

	2548	2547
	(ล้านบาท)	
เงินกู้ยืม		
บริษัท ชาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด	12.00	12.00
บริษัท เมจิก แอ็ดเวิร์เทนเมนท์ จำกัด	14.00	6.00
บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	15.00	-
บริษัท ฮาวอง จำกัด	4.00	-
บริษัท ฟิล์มเชอร์ฟ จำกัด	8.00	-
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	17.00	-
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สครีน เฮด จำกัด)	-	1.60
รวม	70.00	19.60
รายการเคลื่อนไหวของเงินกู้ยืม		
เงินให้กู้ยืม ยอดยกมาต้นปี 2547	19.60	-
เพิ่มขึ้นในระหว่างปี	53.00	58.60
จ่ายคืนระหว่างปี	(2.60)	(39.00)
ยอดคงเหลือ	70.00	19.60
รายได้รับล่วงหน้า		
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	9.77	-
รวม	9.77	-
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย		
บริษัท ชาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด	0.03	0.03
บริษัท เมจิก แอ็ดเวิร์เทนเมนท์ จำกัด	0.03	0.01
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	0.01	0.39
รวม	0.07	0.43

งบการเงินเฉพาะของบริษัทมีรายการบัญชีที่ลำคณกับบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547
สรุปได้ดังต่อไปนี้



	2548	2547
	(ล้านบาท)	
รายได้จากการขายสินค้า - สุทธิ		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	0.29	-
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	0.09	-
บริษัท โฟเอม่า จำกัด	0.18	-
รวม	0.56	-
รายได้ค่าลิขสิทธิ์เพลงและอื่นๆ		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	222.65	402.29
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	26.66	0.50
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	0.05	-
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	82.47	61.73
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	4.43	-
บริษัท โฟเอม่า จำกัด	0.32	-
บริษัท เรด ดรามา จำกัด	-	0.13
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	0.02	-
รวม	336.60	464.65
รายได้จากการรับจ้างผลิต		
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	1.60	0.52
บริษัท บลูแพลร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด)	-	6.60
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด(เดิมชื่อ บริษัท ธีรอกสกิน จำกัด)	1.90	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	5.13	-
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	0.18	0.03
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	7.70	5.65
บริษัท โฟเอม่า จำกัด	0.12	0.57
บริษัท เรด ดรามา จำกัด	-	11.05
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	-	0.28
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	0.01	0.88
บริษัท อวอง จำกัด	-	0.04
บริษัท ฟิล์มซีรีส์ จำกัด	-	0.03
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	0.01	0.80
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	-	0.12
บริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด	-	0.02
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สครีน เฮด จำกัด)	1.23	-
รวม	17.88	26.59

2548

2547

(ล้านบาท)

รายได้จัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด

บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	0.02	-
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ร็อกสกิน จำกัด)	0.03	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	0.03	0.07
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	0.44	-
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	0.25	0.40
บริษัท โฟเอม่า จำกัด	0.02	0.02
บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	1.07	4.60
บริษัท อะลาดิน เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	0.21	0.04
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	0.13	0.10
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	0.31	0.28
บริษัท ฟิล์มเชอร์ฟ จำกัด	0.01	0.63
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	0.05	-
บริษัท ถ่ายสะกดใจ จำกัด	-	0.21
บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	0.46	1.70
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สครีน เฮด จำกัด)	0.04	-
รวม	3.07	8.05

รายได้จากการขายโฆษณา

บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	-	0.62
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ร็อกสกิน จำกัด)	1.00	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	0.83	-
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	3.71	-
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	3.10	8.00
บริษัท เมจิก แอ็ดวอร์เทนเมนต์ จำกัด	-	0.03
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	14.50	0.24
บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	-	0.52
รวม	23.14	9.41

รายได้จากภาพยนตร์

บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	-	0.02
บริษัท ฮาวอง จำกัด	0.11	-
บริษัท ฟิล์มเชอร์ฟ จำกัด	-	0.08
รวม	0.11	0.10

2548

2547

(ล้านบาท)

รายได้ค่าบริการ

บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	0.05	0.05
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ร็อกสกิน จำกัด)	0.02	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	34.97	9.12
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	2.89	1.54
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	0.08	0.10
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	23.28	0.09
บริษัท โฟเอม่า จำกัด	0.05	-
บริษัท เรด ทรายดำ จำกัด	-	0.01
บริษัท อะลาดิน เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด	0.04	0.03
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	0.52	0.36
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	0.01	0.01
บริษัท ฟิล์มเชอร์ฟ จำกัด	-	0.01
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	0.35	0.59
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สครีน เฮด จำกัด)	1.86	-
รวม	64.12	11.91

รายได้ดอกเบี้ย

บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	0.39	0.03
บริษัท บลูเพอร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด)	0.45	0.48
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ร็อกสกิน จำกัด)	0.22	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	0.29	-
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	0.27	0.13
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	0.07	0.10
บริษัท โฟเอม่า จำกัด	1.17	0.28
บริษัท เรด ทรายดำ จำกัด	0.02	0.34
บริษัท ฮาวอง จำกัด	0.04	0.27
บริษัท ฟิล์มเชอร์ฟ จำกัด	0.30	0.40
บริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด	0.02	0.10
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สครีน เฮด จำกัด)	0.08	-
รวม	3.32	2.13

2548

2547

(ล้านบาท)

รายได้อื่น

บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	0.22	0.05
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	0.41	0.18
บริษัท จัดเก็บค่าบริการไทย จำกัด	0.14	0.21
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	0.02	0.92
บริษัท โฟเอม่า จำกัด	0.01	-
บริษัท อะลาดิน เฮ้าส์ จำกัด	-	0.01
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	0.06	0.0
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	0.02	0.02
บริษัท อวอง จำกัด	-	0.01
บริษัท ฟิล์มเซอร์ฟ จำกัด	0.01	0.01
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	0.07	0.03
รวม	0.96	1.46

ต้นทุนขายและผลิต

บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	4.79	5.43
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ร็อกสกิน จำกัด)	1.21	-
บริษัท บลูแพร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด)	3.31	0.31
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	7.15	0.54
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	0.74	0.39
บริษัท จัดเก็บค่าบริการไทย จำกัด	0.64	-
บริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนท์ จำกัด	0.11	-
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	6.39	4.20
บริษัท โฟเอม่า จำกัด	0.27	0.09
บริษัท เรดราม่า จำกัด	26.67	-
บริษัท อะลาดิน เฮ้าส์ จำกัด	40.05	26.39
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	95.30	81.33
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	42.53	47.12
บริษัท อวอง จำกัด	33.80	0.05
บริษัท อาร์ เอส ฟิล์ม แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด	-	0.01
บริษัท ฟิล์มเซอร์ฟ จำกัด	14.58	28.91
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	36.03	16.34
บริษัท ถ่ายสะดวก จำกัด	3.70	11.27
บริษัท อาร์. เอส. สตูดิโอ จำกัด	11.43	5.07
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	64.16	59.56
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สครีน เฮด จำกัด)	1.35	0.22
รวม	394.21	287.23

2548

2547

(ล้านบาท)

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	3.64	3.45
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ร็อกสกิน จำกัด)	-	0.05
บริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด)	0.08	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	0.04	-
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	0.39	-
บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	0.25	0.02
บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	0.25	-
บริษัท โฟเอม่า จำกัด	0.01	0.06
บริษัท อะลาดิน เอ้าส์ จำกัด	0.44	-
บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	0.22	1.61
บริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด	0.21	0.32
บริษัท ฮาวอง จำกัด	5.12	-
บริษัท ฟิล์มเชอร์ฟ จำกัด	0.16	0.03
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	-	0.02
บริษัท อาร์. เอส. สตูดิโอ จำกัด	0.57	0.44
บริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด	3.54	5.11
บริษัท ถ่ายสะควก จำกัด	0.32	-
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท สครีน เฮด จำกัด)	-	0.02

รวม

15.24

11.13

ดอกเบี้ยจ่าย

บริษัท ชาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	0.33	0.60
บริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนต์ จำกัด	0.35	0.28
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท สครีน เฮด จำกัด)	0.03	0.01

รวม

0.71

0.89

งบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547

กรรมการสองท่านลงนามกำกับเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินสำหรับทั้งบริษัทและบริษัทย่อย



ปี 2548

บริษัทมีการทำสัญญากับกิจการที่เกี่ยวข้องกันที่มีสาระสำคัญดังนี้:

สัญญา	คู่สัญญา	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
ผลิตละครโทรทัศน์	บริษัท นาคาเซีย จำกัด	5.60
	บริษัท อะลาดิน เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด	26.55
	บริษัท เรด ดราม่า จำกัด	26.67
ผลิตรายการโทรทัศน์	บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด	ตามอัตราในสัญญา
โฆษณา	บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	1.78
	บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	ตามอัตราในสัญญา
	บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	14.50
	บริษัท จัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย จำกัด	3.00
	บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ร็อก สกิน จำกัด)	1.00
ซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์	บริษัท ฟิล์มเชอร์ฟ จำกัด	13.75
ให้เช่าเวลาออกอากาศโฆษณา	บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	ตามอัตราในสัญญา
ที่ปรึกษา	บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	20.23
	บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	17.71
อนุญาตให้ใช้สิทธิเผยแพร่งานเพลงต่อสาธารณชนผ่านทางสถานีวิทยุ	บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	ตามอัตราในสัญญา
โอนและให้ใช้สิทธิบันทึกภาพการแสดงสด	บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	ตามอัตราในสัญญา
ว่าจ้างจัดกิจกรรม	บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท สครีน เฮด จำกัด)	1.32
ออกแบบและพัฒนาตัวการ์ตูนแอนิเมชัน	บริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด)	2.20
ให้เช่าเวลาเพื่อแพร่ภาพออกอากาศสถานีโทรทัศน์	บริษัท อาร์สยาม จำกัด บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท สครีน เฮด จำกัด)	ตามอัตราในสัญญา 1.85

เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2548

บุคลากรของบริษัท เรด ครามา จำกัด ได้ออนเข้ามาเป็นหน่วยธุรกิจของบริษัท

เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2548

บริษัทได้ทำสัญญาขายหุ้นให้แก่กรรมการของบริษัท ถ่ายสะตวง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย แห่งหนึ่ง โดยขายหุ้นจำนวน 49,993 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 100 ในราคาตามบัญชีประมาณ 3.59 ล้านบาท วันซื้อขายสำหรับหุ้นดังกล่าว คือ วันที่ 31 พฤษภาคม 2548 ผู้ซื้อตกลงจ่ายชำระค่าหุ้นจำนวน 2.22 ล้านบาท ในวันซื้อขาย ส่วนที่เหลือจำนวน 1.37 ล้านบาท ผู้ซื้อตกลงผ่อนชำระเป็นงวดรายเดือนเป็นจำนวน 10 งวด ๆ ละ 0.14 ล้านบาท ซึ่งได้รับชำระเงินแล้วบางส่วนจำนวน 3.18 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548

เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2548

บริษัท โฟเอมา จำกัดได้ทำสัญญาซื้อสิ่งปลูกสร้างและทรัพย์สินของบริษัท ถ่ายสะตวง จำกัดในราคาตามบัญชีจำนวน 6.80 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2548

บริษัท ถ่ายสะตวง จำกัด ได้รับเช็คจากการขายสินทรัพย์ถาวรให้แก่ บริษัท โฟเอมา จำกัด เป็นจำนวน 6.80 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) ซึ่งบริษัทได้ให้บริษัท โฟเอมา จำกัด สลากหลังเช็คดังกล่าวให้แก่ บริษัท อาร์.เอส.โปรโมชัน จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นการชำระหนี้เงินกู้จำนวน 2.90 ล้านบาทและเงินรับล่วงหน้าจากการยกเลิกสัญญาจ้างรับทำภาพยนตร์ จำนวนเงิน 1.68 ล้านบาท ส่วนเงินที่เหลือจำนวน 2.22 ล้านบาท เป็นการจ่ายชำระค่าหุ้นของนายพรชัย ทงรัตนภรณ์ ซึ่งซื้อหุ้นของ บริษัท ถ่ายสะตวง จำกัด มาจาก บริษัท อาร์.เอส.โปรโมชัน จำกัด (มหาชน) โดย ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2548 นายพรชัย ทงรัตนภรณ์ ได้ทำสัญญาเงินกู้ยืมเงินดังกล่าวกับบริษัท ถ่ายสะตวง จำกัด

เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2548

บริษัท ร็อก สกิน จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด และเริ่มดำเนินการประเภท ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์

เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2548

บริษัท สครีน เฮด จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และเริ่มดำเนินการประเภท ผลิตและรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์

ตามที่ประชุมกรรมการ เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2548 บริษัทได้อนุมัติขายเงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ให้แก่

กรรมการและพนักงานของบริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด จำนวน 6,720 หุ้น เป็นจำนวนเงินรวม 0.48 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24 ของเงินลงทุนทั้งหมด

ในเดือนมิถุนายน 2548 บริษัทได้ขายเงินลงทุนในบริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด จำนวน 100% ให้แก่บริษัท โฟเอมา จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย จำนวน 9,993 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 89.06 บาท ทั้งสิ้นเป็นจำนวนเงิน 0.89 ล้านบาทและต่อมาเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2548 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 5 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 40,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2548

บริษัทโฟเอมา จำกัด ได้ซื้อเงินลงทุนใน บริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด จำนวน 28,000 หุ้นมูลค่าหุ้นละ 100 บาท เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2.80 ล้านบาท และหุ้นส่วนที่เหลือจากการเพิ่มทุนจำนวน 12,000 หุ้น ก็โดยกรรมการบริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด ดังนั้นบริษัทโฟเอมา จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้นเป็นร้อยละ 76 ของเงินลงทุนทั้งหมด

เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2548

บุคลากรของบริษัท บางกอก ออร์กาโนเซอร์ จำกัด ได้ออนเข้ามาเป็นหน่วยงานธุรกิจของบริษัท

ปี 2547

เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2547

บริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด และเริ่มดำเนินการประเภท ออกแบบงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก

เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2547

บุคลากรของบริษัท อาวอง จำกัด ได้ออนเข้ามาเป็นหน่วยธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อยดังกล่าวได้ทำการโอนขายสินทรัพย์ถาวร และสิทธิในราคาตามบัญชีเป็นจำนวน 8.89 ล้านบาท มาที่บริษัท

ที่ประชุมคณะกรรมการ เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2547 ได้อนุมัติขายเงินลงทุนจำนวน 10,800 หุ้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 24 ของเงินลงทุนทั้งหมดในหุ้นสามัญของบริษัท รักษ์เสียง จำกัด ให้แก่บุคคล

ต่อมาเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2547 บริษัท รักษ์เสียง จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อาร์.เอส.สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด และเริ่มดำเนินการกิจการประเภทผลิตรายการโทรทัศน์และรับจ้างผลิตงานกิจกรรม

หลักเกณฑ์ในการคิดรายได้และค่าใช้จ่ายระหว่างกัน

- 1 รายได้จากการขายสินค้า คิดราคาต่อหน่วยโดยใช้ราคาทุน
- 2 รายได้ค่าลิขสิทธิ์ คิดราคาต่อหน่วยที่ประเมินจากต้นทุนในอดีตหรือคิดตามสัดส่วนการนำลิขสิทธิ์ไปใช้ในการจัดเก็บรายได้
- 3 รายได้จากการรับจ้างผลิต คิดจากราคาทุนบวกค่าดำเนินการ ที่พิจารณาจากการดำเนินการธุรกิจปกติ ส่วนแบ่งรายได้จากการรับจ้างผลิตงานไปโรมักคิดราคาโดยอ้างอิงยอดขายสินค้าที่ขายได้
- 4 รายได้คอนเสิร์ตและกิจกรรมการตลาด คิดจากราคาทุนบวกค่าดำเนินการ ที่พิจารณาจากการดำเนินธุรกิจปกติ
- 5 รายได้จากการขายโฆษณา คิดราคาต่อหน่วยโดยอ้างอิงกับราคาตลาด
- 6 รายได้ค่าบริการ คิดจากราคาที่อ้างอิงได้กับราคาตลาด
- 7 รายได้จากการให้เช่าช่วงสถานีวิทยุ คิดจากราคาต้นทุน
- 8 รายได้ดอกเบียบริษัทให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องโดยคิดอัตราดอกเบี้ยที่อ้างอิงได้กับต้นทุนการกู้ยืมหรืออัตราตลาดสำหรับปี 2548 ประมาณร้อยละ 2.00-5.25 ต่อปี (2547 : 2.00-3.50 ต่อปี)
- 9 ในงบการเงินรวม รายการของบริษัทและบริษัทย่อย กับกิจการที่เกี่ยวข้องสำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 สรุปได้ดังต่อไปนี้

	2548	2547
	(ล้านบาท)	
- ต้นทุนขายและบริการ	19.88	22.60
- ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	41.94	37.13

เกณฑ์ในการคิดราคา

ราคาต่อหน่วยสามารถเทียบเคียงได้กับราคาตลาดจากการสำรวจราคาตลาดของค่าเช่าและค่าบริการส่วนกลาง

5 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
	(พันบาท)			
เงินสด	7,104	3,531	3,628	1,119
เงินฝากธนาคาร	218,778	236,000	91,607	84,951
ตัวเงินรับและอื่น ๆ	902	547	-	26
รวม	<u>226,784</u>	<u>240,078</u>	<u>95,235</u>	<u>86,096</u>

6 ลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ - สุทธิ

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
	(พันบาท)			
ลูกหนี้การค้า - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	385,246	642,936
ลูกหนี้การค้า - บริษัทอื่น	708,393	687,990	207,805	169,011
หัก ค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญ	(37,984)	(17,184)	(3,364)	-
รวม	<u>670,409</u>	<u>670,806</u>	<u>589,687</u>	<u>811,947</u>

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
	(พันบาท)			
ลูกหนี้การค้า-กิจการที่เกี่ยวข้องกัน				
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ:	-	-	101,261	123,923
ค้างชำระ :				
น้อยกว่า 3 เดือน	-	-	50,657	113,60
3 - 6 เดือน	-	-	59,418	37,398
6 - 12 เดือน	-	-	173,910	368,009
รวมลูกหนี้การค้า-กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>385,246</u>	<u>642,936</u>

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
	(ล้านบาท)			
ลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับอื่นๆ				
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ:	471,273	382,027	133,410	136,611
ค้างชำระ :				
น้อยกว่า 3 เดือน	160,586	207,700	52,545	21,940
3 - 6 เดือน	29,017	21,903	18,732	9,822
6 - 12 เดือน	13,769	39,792	2,816	214
มากกว่า 12 เดือนขึ้นไป	33,748	36,568	302	424
รวม	708,393	687,990	207,805	169,011
หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	(37,984)	(17,184)	(3,364)	-
ลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับอื่นๆสุทธิ	670,409	670,806	204,441	169,011

ข้อมูลการจัดชั้นอายุหนี้ที่ปรากฏดังกล่าวข้างต้น ทางบริษัทได้จัดทำโดยวิธีการ ดังนี้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 จำแนกอายุหนี้ของแอป วีซีดี ซีดี และดีวีดี โดยนำใบแจ้งหนี้ที่ค้างมาจัดชั้นหักด้วยใบลดหนี้ที่ค้างโดยวิธีตัดหนี้เก่าก่อน

7 สินค้าคงเหลือ

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
	(ล้านบาท)			
สินค้าสำเร็จรูปประเภทภาพยนตร์ แอป ซีดี วีซีดี ดีวีดี	323,064	386,042	7,7621	6,125
งานระหว่างทำ : ภาพยนตร์ ละคร ทนังแพน และอื่น ๆ	128,626	330,516	135,855	219,837
วัตถุดิบ	18,435	9,650	-	-
อื่น ๆ	4,421	4,533	-	-
รวม	474,546	622,091	153,617	235,962
หัก : ค่าเพื่อมูลค่าสินค้าที่ลดลง	(215,527)	(99,593)	(1,511)	(2,735)
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	259,019	631,148	152,106	233,227

8 ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า

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

9 สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
	(ล้านบาท)			
ภาษีถูกหัก ณ ที่จ่าย	36,753	52,627	29,653	37,068
ลูกหนี้กรมสรรพากร	14,053	6,377	1,326	3,760
ลูกหนี้อื่น	14,296	15,507	30,326	6,021
อื่นๆ	6,916	4,638	2,696	629
รวม	72,018	79,149	64,001	47,478

10 เงินลงทุน

เงินลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้องกันซึ่งบันทึกโดยวิธีส่วนได้เสีย - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 ประกอบด้วย

	ทุนชำระแล้ว		วิธีราคาทุน		วิธีส่วนได้เสีย		ผลขาดทุนส่วนเงินลงทุน	
	2548	2547	2548	2547	2548	2547	2548	2547
	(ล้านบาท)							
บริษัทย่อย								
บริษัท เค. มาสเตอร์ จำกัด	200,000	200,000	199,999	199,999	-	125,313	(10,592)	-
บริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด								
(เดิมชื่อ : บริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด)	31,000	31,000	30,010	30,010	7,303	5,312	-	-
บริษัท นิวส์ เอนเนอร์จี้ จำกัด								
(เดิมชื่อ : บริษัท ร็อก สกิน จำกัด)	5,000	1,000	-	999	-	1,766	(24,304)	-
บริษัท อาร์ สยาม จำกัด	1,000	1,000	999	999	-	9,488	(5,301)	-
บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด								
(เดิมชื่อ : บริษัท รักษ์เสียง จำกัด)	4,500	4,500	2,668	2,668	-	1,652	(2,264)	-
บริษัท จัดเก็บขยะสาร์ไทย จำกัด	10,000	10,000	9,999	9,999	12,845	12,688	-	-
บริษัท ชาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด	9,250	9,250	9,246	9,246	13,303	13,108	-	-
บริษัท เมจิก แฮ็คเวอร์เทนเมนท์ จำกัด	11,750	11,750	11,749	11,749	15,046	16,341	-	-
บริษัท สกาย-ไอ เน็ตเวิร์ค จำกัด	100,000	100,000	80,200	80,200	119,954	82,889	-	-
บริษัท โปเม่า จำกัด	10,000	10,000	10,000	10,000	-	-	(57,252)	(26,995)
บริษัท เรด คราน่า จำกัด	10,000	10,000	100	100	20,917	19,633	-	-
บริษัท อะลาติน เข้าส์ จำกัด	5,000	5,000	4,999	4,999	11,331	10,373	-	-
บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด	4,000	3,000	4,000	3,000	46,292	38,321	-	-
บริษัท พี.ไอ.วี (พอยท์ ออฟวิว) จำกัด	4,000	3,000	4,000	3,000	13,360	11,799	-	-
บริษัท อวอง จำกัด	10,000	10,000	9,999	9,999	13,550	7,782	-	-
บริษัท อาร์ เอส ฟิล์ม แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด	5,000	5,000	4,999	4,999	-	2,909	(3,830)	-
บริษัท ฟิล์มซีรีส์ จำกัด	10,000	10,000	9,999	9,999	8,473	16,518	-	-
บริษัท นาคาเซีย จำกัด	10,000	10,000	9,999	9,999	13,319	10,043	-	-
บริษัท ถ่ายสะกด จำกัด	-	5,000	-	5,000	-	7,492	-	-
บริษัท อาร์. เอส. สตูดิโอ จำกัด	10,000	10,000	9,999	9,999	22,262	23,329	-	-
บริษัท บางกอก ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	3,000	3,000	3,000	3,000	24,713	9,010	-	-
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด								
(เดิมชื่อ บริษัท สกรีน เฮด จำกัด)	2,800	2,800	2,125	2,797	3,794	4,123	-	-
	456,300	455,300	418,089	422,760	346,462	439,889	(103,543)	(26,995)

	งบการเงินรวม/ งบการเงินเฉพาะ ของบริษัท	งบการเงินรวม/ งบการเงินเฉพาะ ของบริษัท
	2548	2547
	(ล้านบาท)	
ราคาทุน	0.56	-
หัก ค่าเพื่อการลดค่า	(0.56)	-
สุทธิ	<u>-</u>	<u>-</u>

11 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ

	งบการเงินรวม						
	ที่ดินและ ส่วน ปรับปรุง ที่ดิน	อาคารและ ส่วน ปรับปรุง อาคาร	เครื่องจักร และ อุปกรณ์ ในการ ดำเนินงาน	เครื่อง ตกแต่งและ เครื่องใช้ สำนักงาน	ยานพาหนะ	งาน ระหว่างติดตั้ง	รวม
	(ล้านบาท)						
ราคาทุน							
ยอดคงเหลือ							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2548	32.71	92.98	305.91	126.13	8.91	6.27	572.91
เพิ่มขึ้น	-	8.32	9.10	41.60	0.94	8.07	68.03
โอน - สุทธิ	-	-	-	14.19	-	(14.19)	-
จำหน่าย	-	(7.48)	(8.65)	(9.26)	(0.01)	(0.15)	(25.55)
ยอดคงเหลือ							
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548	<u>32.71</u>	<u>93.82</u>	<u>306.36</u>	<u>172.66</u>	<u>9.84</u>	<u>-</u>	<u>615.39</u>
ค่าเสื่อมราคาสะสม							
ยอดคงเหลือ							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2548	-	10.42	117.38	37.49	4.56	-	169.85
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	6.84	61.58	28.87	1.88	-	99.17
จำหน่าย	-	(0.60)	(5.53)	(4.60)	-	-	(10.73)
ยอดคงเหลือ							
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548	<u>-</u>	<u>16.66</u>	<u>173.43</u>	<u>61.76</u>	<u>6.44</u>	<u>-</u>	<u>258.29</u>
มูลค่าสุทธิทางบัญชี							
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547	<u>32.71</u>	<u>82.56</u>	<u>188.53</u>	<u>88.64</u>	<u>4.35</u>	<u>6.27</u>	<u>403.06</u>
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548	<u>32.71</u>	<u>77.16</u>	<u>132.93</u>	<u>110.90</u>	<u>3.40</u>	<u>-</u>	<u>357.10</u>

งบการเงินเฉพาะของบริษัท							
	ที่ดินและ ส่วน ปรับปรุง ที่ดิน	อาคารและ ส่วน ปรับปรุง อาคาร	เครื่องจักร และ อุปกรณ์ ในการ ดำเนินการ เครื่องจักร	เครื่อง ตกแต่งและ เครื่องใช้ สำนักงาน	ยานพาหนะ	อุปกรณ์ ระหว่างติดตั้ง	รวม
	(ล้านบาท)						
ราคาทุน							
ยอดคงเหลือ							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2548	-	1.07	16.56	72.18	4.71	6.24	100.76
เพิ่มขึ้น	-	1.25	0.06	15.82	-	7.95	25.08
โอน - สุทธิ	-	-	-	14.19	-	(14.19)	-
จำหน่าย	-	-	(0.02)	(2.94)	-	-	(2.96)
ยอดคงเหลือ	-	2.32	16.60	99.25	4.71	-	122.88
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548	-	2.32	16.60	99.25	4.71	-	122.88
ค่าเสื่อมราคาสะสม							
ยอดคงเหลือ							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2548	-	0.02	9.00	18.17	2.18	-	29.37
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	0.07	3.31	15.55	0.94	-	19.87
จำหน่าย	-	-	(0.01)	(1.42)	-	-	(1.43)
ยอดคงเหลือ	-	0.09	12.30	32.30	3.12	-	47.81
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548	-	0.09	12.30	32.30	3.12	-	47.81
มูลค่าสุทธิทางบัญชี							
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547	-	1.05	7.56	54.01	2.53	6.24	71.39
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548	-	2.23	4.30	66.95	1.59	-	75.07

อาคารสำนักงานเช่าจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่ง

12 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - ลูกหนี้

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
	(ล้านบาท)			
ราคาทุน				
ยอดยกมา	338.69	211.33	262.15	111.42
เพิ่มขึ้น	87.23	167.70	66.39	150.73
จำหน่าย	(28.49)	(40.34)	-	-
	<u>397.43</u>	<u>338.69</u>	<u>328.54</u>	<u>262.15</u>
ค่าตัดจำหน่ายสะสม				
ยอดยกมา	52.60	34.32	18.15	6.27
ค่าตัดจำหน่ายสำหรับปี	32.64	30.53	20.82	11.87
จำหน่าย	(5.95)	(12.25)	-	-
	<u>79.29</u>	<u>52.60</u>	<u>38.97</u>	<u>18.14</u>
หัก ค่าเพื่อการลดมูลค่า	(243.83)	(37.39)	(240.19)	(31.59)
รวมราคาตามบัญชี	<u>74.31</u>	<u>248.70</u>	<u>49.38</u>	<u>212.42</u>

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 ประกอบด้วย

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
	(ล้านบาท)			
ลิขสิทธิ์มาสเตอร์เทปเพลง	44.65	91.93	26.39	76.82
ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์	14.82	144.98	14.82	130.32
ซอฟต์แวร์	9.97	7.95	8.14	5.24
ลิขสิทธิ์อื่น	4.87	3.84	0.03	0.04
รวม	<u>74.31</u>	<u>248.70</u>	<u>49.38</u>	<u>212.42</u>

13 ภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่าย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 ภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่ายของบริษัทและบริษัทย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระหว่างขอคืนจากกรมสรรพากร

14 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
	(ล้านบาท)			
ลูกหนี้กรมสรรพากร	-	1,966	-	-
ค่าใช้จ่ายรอตัดบัญชี	1,108	1,122	-	-
เงินมัดจำและเงินประกัน	1,008	970	96	88
อื่นๆ	136	1,081	-	225
รวม	2,252	5,139	96	313

15 เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 บริษัทและบริษัทย่อยมีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และการผูกพันการกู้ยืมดังนี้

	งบการเงินรวม				การค้าประกัน/การผูกพัน
	1 มกราคม 2548	เพิ่มขึ้น	จ่ายชำระคืน	31 ธันวาคม 2548	
	(ล้านบาท)				
บริษัท	165	40	135	70	- กรรมการ 2 ท่านลงนามค้าประกัน
บริษัทย่อย	143	38	91	90	- กรรมการ 2 ท่านลงนามค้าประกัน / จดจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง ของบริษัทย่อย
	308	78	226	160	

บริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 บริษัทมีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง โดยการออกตั๋วสัญญาใช้เงินเป็นจำนวนเงินรวม 70 ล้านบาท (2547: 165 ล้านบาท) โดยมีอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงตามตลาดเงินกู้ดังกล่าวกำหนดชำระคืน เมื่อถึงวันครบกำหนด 1-3 เดือน โดยชำระดอกเบี้ยเป็นรายเดือน

บริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 บริษัทย่อยมีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง เป็นจำนวนเงิน 90 ล้านบาท (2547: 143 ล้านบาท) ในอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงตามตลาด เงินกู้ดังกล่าวกำหนดชำระคืนเมื่อถึงวันครบกำหนด 1-3 เดือน โดยชำระดอกเบี้ยเป็นรายเดือน

16 เจ้าหนี้การค้า

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
	(ล้านบาท)			
เจ้าหนี้การค้า - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	83.31	105.10
เจ้าหนี้การค้า - บริษัทอื่น	309.65	283.55	174.69	143.05
รวม	309.65	283.55	258.00	248.15

17 หนี้สินหมุนเวียนอื่น

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
	(ล้านบาท)			
ประมาณการค่าเพื่อการรับคืน	129.15	49.49	63.14	31.82
ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายค้างจ่าย	15.73	8.43	7.77	4.99
เจ้าหนี้กรมสรรพากร	10.52	14.44	6.10	6.51
อื่น ๆ	2.13	6.38	0.11	0.11
รวม	157.53	78.74	77.12	43.43

ประมาณการค่าเพื่อการรับคืนสินค้า แสดงยอดเคลื่อนไหว ดังนี้

	งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะ ของบริษัท
	(ล้านบาท)	
ยอดต้นปี ณ 1 มกราคม 2548	49.50	31.82
บวก เพิ่มขึ้น	79.65	31.32
ยอดปลายปี ณ 31 ธันวาคม 2548	129.15	63.14

18 เงินปันผลรับจากบริษัทย่อย

ปี 2548

บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สกรีน เฮด จำกัด)

จากการประชุมคณะกรรมการ เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2548 ที่ประชุมมีมติเอกฉันท์ให้จ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นทุกรายที่มีชื่อปรากฏอยู่ในสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 29 มีนาคม 2548 ในอัตราหุ้นละ 35 บาท เป็นจำนวนเงิน 0.98 ล้านบาท โดยจัดสรรกำไรเป็นสำรองตามกฎหมายแล้วจำนวน 0.05 ล้านบาท

ปี 2547

บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อบริษัท ธีรอก สกิน จำกัด)

จากการประชุมคณะกรรมการ เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2547 ที่ประชุมมีมติเอกฉันท์ให้จ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นทุกรายที่มีชื่อปรากฏอยู่ในสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 5 เมษายน 2547 ในอัตราหุ้นละ 500 บาท เป็นจำนวนเงิน 5 ล้านบาท

บริษัท ซาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

จากการประชุมคณะกรรมการ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2547 ที่ประชุมมีมติเอกฉันท์ให้จ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นทุกรายที่มีชื่อปรากฏอยู่ในสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 กันยายน 2547 ในอัตราหุ้นละ 8 บาท เป็นจำนวนเงิน 2.96 ล้านบาท

19 กุณจดทะเบียน

	ราคาตาม มูลค่าหุ้น (บาท)	2548		2547	
		จำนวน หุ้น	มูลค่า (ล้านบาท/ล้านบาท)	จำนวน หุ้น	มูลค่า
กุณจดทะเบียน					
ณ วันที่ 1 มกราคม					
- หุ้นสามัญ	5	140	700	140	700
เพิ่มกุณ	5	5	25	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
- หุ้นสามัญ	5	145	725	140	700
หุ้นที่ออกและเรียกชำระเต็มมูลค่าแล้ว					
ณ วันที่ 1 มกราคม					
- หุ้นสามัญ	5	140	700	140	700
ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
- หุ้นสามัญ	5	140	700	140	700



บริษัท

19.1 ตามรายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2548 เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2548

มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 700 ล้านบาท เป็น 725 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 5 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 5 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญและแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทซึ่งออกและเสนอขายให้แก่พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย จำนวน 5 ล้านหน่วย เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2548 ก.ล.ต. อนุญาตให้บริษัทเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าว ต่อมาเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2548 บริษัทได้แจ้งแก้ไขเพิ่มเติมวันกำหนดการใช้สิทธิครั้งแรกและครั้งสุดท้ายของใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าว ต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัทย่อย

ปี 2548

19.2 เมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2548

ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 5 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 40,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2548

บริษัทไพเอม่า จำกัด ได้ซื้อเงินลงทุนใน บริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด จำนวน 28,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2.8 ล้านบาท และหุ้นส่วนที่เหลือจากการเพิ่มทุนจำนวน 12,000 หุ้น ถือโดยกรรมการของบริษัท นิวส์ เจเนอเรชั่น จำกัด ดังนั้นบริษัทไพเอม่า จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้นเป็นร้อยละ 76 ของทุนที่ออกทั้งหมด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548

19.3 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2548

ของบริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด ที่ประชุมมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 3 ล้านบาท เป็น 4 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2548

19.4 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2548

ของบริษัท พี.โอ.วี. (พอยท์ ออฟ วิว) จำกัด ที่ประชุมมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 3 ล้านบาท เป็น 4 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2548

19.1 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2547

ของบริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด) ที่ประชุมมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 2 ล้านบาท เป็น 31 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 290,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2547

19.2 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2547

ของบริษัท อาร์.เอส. สपोर्टมาสเตอร์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท รักษ์เสียง จำกัด) ที่ประชุมมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 4.5 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 35,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2547

19.3 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2547

ของบริษัท ชาโดว์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ที่ประชุมมีมติให้ลดทุนจดทะเบียนจาก 37 ล้านบาท (370,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท) เป็น 9.25 ล้านบาท (92,500 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท) โดยทำการลดจำนวนหุ้นสามัญจำนวน 277,500 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท เพื่อคืนเงินแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อย บริษัทย่อยได้จดทะเบียนลดทุนจดทะเบียนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2547

19.4 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2547

ของบริษัท เมจิก แอ็ดเวอร์เทนเมนท์ จำกัด ที่ประชุมมีมติให้ลดทุนจดทะเบียนจาก 47 ล้านบาท (470,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท) เป็น 11.75 ล้านบาท (117,500 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท) โดยทำการลดจำนวนหุ้นสามัญจำนวน 352,500 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท เพื่อคืนเงินแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อย บริษัทย่อยได้จดทะเบียนลดทุนจดทะเบียนดังกล่าว กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2547

19.5 ตามที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2547

ของบริษัท บลูแฟร์รี่ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท เรด เซลเลอร์ จำกัด) ที่ประชุมมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 2 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2547

20 สำรองต่างๆ

ส่วนเกินมูลค่าหุ้น

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

ส่วนเกินทุนอื่น

ส่วนเกินทุนอื่นเกิดจากการเพิ่มทุนของบริษัทย่อยที่บริษัทไม่ได้ซื้อเพิ่ม

สำรองตามกฎหมาย

ตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 มาตรา 116 บริษัทจะต้องจัดสรรทุนสำรอง (“สำรองตามกฎหมาย”) อย่างน้อยร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิประจำปีหลังจากหักขาดทุนสะสมยกมา (ถ้ามี) จนกว่าสำรองดังกล่าวมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียน เงินสำรองนี้จะนำไปจ่ายเป็นเงินปันผลไม่ได้

21 ต้นทุนการผลิต

ในงวดหกเดือนแรกสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2548 บริษัทได้บันทึกค่านายหน้าค่าจ้างวิจัยตลาดและค่าใช้จ่ายกิจกรรมพิเศษไว้ในต้นทุนการผลิต ซึ่งรายจ่ายดังกล่าวมีจำนวนรวม 28 ล้านบาท โดยจ่ายให้กับผู้รับจ้างหลายราย ซึ่งอนุมัติโดยที่ประชุมคณะกรรมการเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2548

22 ข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

ข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงานจะแสดงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มกิจการที่กลุ่มบริษัทดำเนินการอยู่กลุ่มบริษัทนำเสนอ ส่วนงานธุรกิจเป็นรูปแบบหลักในการรายงาน โดยพิจารณาจากระบบการบริหารจัดการและโครงสร้างการรายงานทางการเงินภายในของกลุ่มบริษัทเป็นเกณฑ์ในการกำหนดสัดส่วนงาน

พลได้เสียสินทรัพย์และหนี้สินตามส่วนงานเป็นรายการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับส่วนงานหรือที่สามารถปันส่วนให้กับส่วนงานได้อย่างสมเหตุสมผล รายการที่ไม่สามารถ ปันส่วนได้ส่วนใหญ่ประกอบด้วย ดอกเบี้ยหรือเงินปันผลทั้งส่วนของสินทรัพย์และรายได้ เงินให้กู้ยืม เงินกู้ยืมและดอกเบี้ยจ่าย และสินทรัพย์และค่าใช้จ่ายองค์การ

ส่วนงานภูมิศาสตร์

กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจหลักในประเทศไทยเท่านั้น ดังนั้นฝ่ายบริหารจึงพิจารณาว่ากลุ่มบริษัทมีส่วนงานทางภูมิศาสตร์เพียงส่วนงานเดียว

ส่วนงานธุรกิจ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามประเภทส่วนงานทางธุรกิจ

	ธุรกิจเพลง	ธุรกิจ ภาพยนตร์	อื่น ๆ	รวม	รายการ ตัดบัญชี	รวม
						(หน่วย : พันบาท)
รายได้	1,605,020	288,212	1,970,204	3,863,436	1,140,484	2,722,952
ต้นทุนขายและบริการ	1,098,913	202,722	1,767,501	3,069,136	1,056,430	2,012,706
กำไรขั้นต้น	506,107	85,490	202,703	794,300	84,054	710,246
สินทรัพย์ถาวร	190,965	-	166,175	357,140	-	357,140

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2547 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามประเภทส่วนงานทางธุรกิจ

	ธุรกิจเพลง	ธุรกิจ ภาพยนตร์	อื่น ๆ	รวม	รายการ ตัดบัญชี	รวม
						(หน่วย : พันบาท)
รายได้	1,672,339	324,139	1,403,080	3,399,558	1,087,948	2,311,610
ต้นทุนขายและบริการ	1,197,947	352,426	1,372,968	2,923,341	1,044,517	1,878,824
กำไรขั้นต้น	474,392	(28,287)	30,112	476,217	43,431	432,786
สินทรัพย์ถาวร	230,382	-	172,678	403,060	-	403,060

23 กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทมีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพตามพระราชบัญญัติกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พ.ศ. 2530 ได้แยกตั้งเป็นกองทุนไว้ต่างหากจึงไม่ปรากฏในงบดุล

24 โบนัส

ในไตรมาสที่หนึ่ง ปี 2547 บริษัทและบริษัทย่อยได้บันทึกการจ่ายโบนัสให้แก่พนักงานจำนวน 16 ล้านบาท เนื่องจากผู้บริหารของบริษัทได้เปลี่ยนแปลงนโยบายจากเดิมที่ไม่จ่ายโบนัส ดังนั้นในงบการเงินปี พ.ศ. 2546 บริษัทและบริษัทย่อยจึงไม่ได้บันทึกบัญชีโบนัสค้างจ่ายในรอบปีดังกล่าว

บริษัทได้ปรับปรุงโบนัสที่ไม่ได้ตั้งค้างจ่ายใน กทค.50 สำหรับปี 2546

25 ค่าใช้จ่ายเขตเผยแพร่พนักงาน

ในเดือนมิถุนายน 2547 บริษัทได้บันทึกการจ่ายเงินเขตเผยแพร่พนักงาน จากการปรับโครงสร้างองค์กรของบริษัทเป็นจำนวน 3.29 ล้านบาท

26 ค่าตอบแทนกรรมการ

ค่าตอบแทนกรรมการนี้เป็นผลประโยชน์ที่จ่ายให้แก่กรรมการของบริษัทตามมาตรา 90 ของพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 (โดยไม่รวมเงินเดือนและผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องที่จ่ายให้กับกรรมการซึ่งดำรงตำแหน่งเป็น ผู้บริหารของบริษัทด้วย)

27 ดอกเบี้ยจ่าย

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะบริษัท	
	2548	2547	2548	2547
			ล้านบาท	
ดอกเบี้ยจ่าย				
- กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	0.71	0.89
- สถาบันการเงิน	6.54	6.32	2.31	3.35
รวม	6.54	6.32	3.02	4.24

28 ภาษีเงินได้

การลดภาษีเงินได้นิติบุคคล

บริษัท

พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการลดอัตรา รัษฎากร ฉบับที่ 387 พ.ศ. 2544 ลงวันที่ 5 กันยายน 2544 ให้สิทธิทาง ภาษีแก่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยลดอัตราภาษีเงิน ได้นิติบุคคลจากอัตราร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 25 สำหรับกำไรสุทธิทางภาษี เฉพาะส่วนที่ไม่เกิน 300 ล้านบาท เป็นเวลาห้ารอบระยะเวลาบัญชีต่อเนื่องกัน นับแต่รอบระยะเวลาบัญชีแรกที่เริ่มในหรือหลังวันที่พระราชกฤษฎีกานี้ใช้บังคับ บริษัทได้คำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลตามส่วนของกำไรทางภาษีสำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 เฉพาะส่วนที่ไม่เกิน 300 ล้านบาทในอัตรา ร้อยละ 25

บริษัทได้ปรับปรุงยื่นภาษีเงินได้นิติบุคคลของปี 2547 เพิ่มขึ้นจำนวน 11.95 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากสิทธิลดอัตราภาษี บริษัทได้บันทึกเป็นค่าใช้จ่าย ในงบการเงินปี 2548

29 ขาดทุนต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 ขาดทุนต่อหุ้นขั้นพื้นฐานคำนวณจากขาดทุนสุทธิ ส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญจำนวน 433.12 ล้านบาท (2547 : 131.68 ล้านบาท) และหุ้นสามัญที่ออกจำหน่ายและชำระแล้ว ณ วันสิ้นปี จำนวน 140 ล้านหุ้น สำหรับปี 2548 (2547: 140 ล้านหุ้น)

30 เครื่องมือทางการเงิน

บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีนโยบายที่จะประกอบธุรกรรมตราสารทางการเงินที่เป็น ตราสารอนุพันธ์เพื่อการ เก็งกำไรหรือเพื่อการค้า

ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทและบริษัทย่อยมีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับลูกหนี้การค้า แต่อย่างไรก็ตามบริษัทและบริษัทย่อยมีนโยบายที่จะทำธุรกรรมกับลูกค้าที่มีสถานะ ทางการเงินที่ดีเพื่อลดโอกาสของการสูญเสียทางการเงิน ในกรณีที่มีลูกค้าที่ คาดว่าจะเก็บเงินไม่ได้ บริษัทและบริษัทย่อยได้มีการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินเป็นไปตามอัตราดอกเบี้ยลอยตัวตามท้องตลาด ซึ่งจะเป็นไปตามสภาวะของตลาดการเงินโดยทั่วไป

มูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน

บริษัทใช้วิธีการและสมมติฐานดังต่อไปนี้ในการประมาณมูลค่ายุติธรรมของ เครื่องมือทางการเงิน

เงินสดและเงินฝากธนาคาร - มีราคาตามบัญชีใกล้เคียงกับมูลค่ายุติธรรม เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินเหล่านี้จะครบกำหนดในระยะเวลานั้น

ลูกหนี้การค้า ลูกหนี้อื่นและสินทรัพย์อื่น ๆ - มีราคาตามบัญชีใกล้เคียงกับ มูลค่ายุติธรรม เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินเหล่านี้จะครบกำหนดในระยะเว ลานั้น

เจ้าหนี้การค้า เจ้าหนี้อื่น และหนี้สินค้างจ่าย - มีราคาตามบัญชีใกล้เคียงกับ มูลค่ายุติธรรม เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินเหล่านี้จะครบกำหนดในระยะเว ลานั้น

เงินกู้ยืมระยะสั้น - มีราคาตามบัญชีใกล้เคียงกับมูลค่ายุติธรรม เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินเหล่านี้ มีอัตราดอกเบี้ยลอยตัวซึ่งจะเปลี่ยนแปลงตามสภาวะของ ตลาด

31 การผูกพันและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น

บริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 บริษัทมีการผูกพันและหนี้สินที่อาจ เกิดขึ้นดังนี้

31.1 หนี้สินที่ออกโดยธนาคารในนามบริษัท

ในการค้าประกันกับผู้ให้บริการเช่าสถานี และส่วนราชการในจำนวนเงินรวม 50.36 ล้านบาท (2547: 31.81 ล้านบาท)

31.2 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547

มีการผูกพันค่าเช่าป้ายโฆษณาและค่าบริการระยะเวลา 1 - 2 ปี เป็น จำนวนเงิน 5.30 ล้านบาท

31.3 มีการผูกพันเกี่ยวกับสัญญาเช่าอาคารและบริการ

กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่งเป็นจำนวนเงิน 14.98 ล้านบาท (2547: 27.35 ล้านบาท)

31.4 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548

บริษัทมีการผูกพันเกี่ยวกับสัญญาเช่าสินทรัพย์ถาวรกับบริษัทอื่นเป็นจำนวนเงิน 1.67 ล้านบาท

31.5 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547

บริษัทมีสัญญาซื้อสินทรัพย์ถาวรกับบริษัทอื่นเป็นจำนวนเงิน 4.12 ล้านบาท

31.6 บริษัทและบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง

อยู่ระหว่างการผูกพันเรื่องเรียกค่าเสียหาย เนื่องจากการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ของบริษัทจำนวนทุนทรัพย์รวม 8.97 ล้านบาท (2547: 9.14 ล้านบาท) บริษัทไม่ได้บันทึกค่าเพื่อตั้งกล่าวในงบกำไรขาดทุน เนื่องจากคาดว่าผลคดีดังกล่าว จะถูกยกฟ้องทั้งหมด

บริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 และ 2547 บริษัทย่อยมีการผูกพันและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นดังนี้

31.7 บริษัทย่อยมีหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคาร

ใช้ในการค้ำประกันกับผู้ให้บริการเช่าสถานีและส่วนราชการในจำนวนรวม 10.03 ล้านบาท (2547: 0.10 ล้านบาท)

31.8 บริษัทย่อยมีการผูกพันจากหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคาร

ในนามบริษัทย่อย เพื่อใช้ในการค้ำประกันกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวนรวม 0.11 ล้านบาท (2547: 0.21 ล้านบาท)

31.9 บริษัทย่อยมีการผูกพันจากหนังสือค้ำประกัน

ที่ออกโดยธนาคารเพื่อใช้ในการค้ำประกันไฟฟ้าจำนวนรวม 0.71 ล้านบาท (2547: 0.71 ล้านบาท)

31.10 บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง

มีการผูกพันจากหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคาร เพื่อใช้ในการค้ำประกันกับบริษัทอื่น ๆ จำนวนเงินรวม 10.15 ล้านบาท (2547: 0.32 ล้านบาท)

31.11 บริษัทย่อยมีการผูกพันเกี่ยวกับสัญญาเช่าอาคารและบริการ

กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่งเป็นจำนวนเงิน 13.35 ล้านบาท (2547: 27.71 ล้านบาท)

31.12 บริษัทย่อยมีการผูกพันเกี่ยวกับสัญญาเช่าและบริการ

กับบุคคลอื่นเป็นจำนวนเงิน 10.84 ล้านบาท (2547: 6.35 ล้านบาท)

31.13 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547

บริษัทย่อยแห่งหนึ่งมีสินค้ำรอส่งมอบ จำนวน 108.63 ล้านบาท

31.14 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญาอนุญาต

ใช้สิทธิเผยแพร่ผลงานเพลงอันมีลิขสิทธิ์กับบริษัทและบริษัทสองแห่ง ภายใน 1 ปี - 1 ปีครึ่ง ตามเงื่อนไขของสัญญา บริษัทย่อยต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์คิดเป็นร้อยละของรายได้ค่าโฆษณา

31.15 บริษัทย่อยได้ทำสัญญา

เช่าเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงวิทยุกับบริษัทแห่งหนึ่งมีกำหนดระยะเวลา 1 ปี ในอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา

31.16 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญา

เช่าเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงวิทยุกับส่วนราชการมีกำหนดระยะเวลา 1 ปี ในอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา และในวันที่ 30 ธันวาคม 2548 บริษัทได้ทำสัญญาร่วมดำเนินการบริหารและจัดหาผู้อุปถัมภ์รายการดังกล่าวจากบริษัทย่อยในอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา

31.17 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548

บริษัทย่อยแห่งหนึ่งมีการผูกพันค่าเช่าป้ายโฆษณาและค่าบริการระยะเวลา 1 ปี เป็นจำนวนเงิน 5.67 ล้านบาท

32 อื่น ๆ

ตามรายงานการประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2548 ที่ประชุมมีมติอนุมัติการตั้งค่าเพื่อสินค้ำคงเหลือลำสมัย ค่าเพื่อการค้ำของลิขสิทธิ์ภาพยนตร์และลิขสิทธิ์มาสเตอร์เพลง ของกลุ่มบริษัท อาร์ เอส จำนวน 203.5 ล้านบาท ซึ่งเกิดจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน โดยรายการดังกล่าวได้บันทึกใน งบการเงินสำหรับปี 2548

33 เหตุการณ์ภายหลังวันที่ในงบดุล

ในเดือนมกราคม 2549 บริษัท อาร์.เอส. สปอร์ตมาสเตอร์ จำกัด หยุดดำเนินการ และได้มีการโอนย้ายบุคลากรเข้ามาในบริษัท

34 การจัดประเภทบัญชีใหม่

รายการในงบการเงินของปี 2547 บางรายการได้จัดประเภทใหม่ให้สอดคล้องกับรายการในงบการเงินของปี 2548