

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2536 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว 324,000,000 บาท (สามร้อยยี่สิบสี่ล้านบาทถ้วน) และได้เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท ซีวีดี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2552 โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกจัดตั้ง คือ การผลิตดัดแปลงวีดีโอเทป ทั้งชนิดไม่บรรจุ Magnetic Tape หรือ V-O และ ชนิดบรรจุ Magnetic Tape หรือ V-Cassette ปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์



2. ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมต่างๆ



3. เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์และจัดจำหน่ายละครไทยของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3



4. ให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษโรงเรียนเอกชน ภายใต้ชื่อสถาบันสอนภาษา Wall Street English (“WSE”)



5. ให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อร้านอาหารสติก “Jeffer Steak”



6. ให้บริการเช่าช่วงพื้นที่ภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าปิ่นเกล้า และเซ็นทรัลพลาซ่ารัชดา-พระราม 3 ตามอายุของสิทธิการเช่าที่บริษัทถือครองอยู่



1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของบริษัท

วิสัยทัศน์ (Vision)

บริษัทจะเป็นผู้นำในด้าน “Lifestyle & Entertainment” โดยมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร มีความหลากหลาย พร้อมทั้งสร้างความบันเทิง ทั้งนี้เพื่อเป็นการเติมเต็มและเสริมสร้าง Lifestyle ของลูกค้าหรือผู้บริโภคให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

พันธกิจ (Mission)

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการบริหารจัดการ บริษัทมีพันธกิจ สรุปได้ดังนี้

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และความบันเทิง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- การให้ความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัท ให้มีความรู้ ทักษะ และศักยภาพเพื่อบริการที่ดีเลิศและให้สามารถสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพยิ่งขึ้นให้กับองค์กร
- การดำเนินธุรกิจตามหลักการค้ากับคู่ค้าที่ดี
- การตระหนักและให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการสนับสนุนให้ประชาชนชาวไทยมีชีวิตที่ดีขึ้น

คุณค่าหลัก (Core Value)

โดยคุณค่าหลักที่จะช่วยผลักดันให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และพันธกิจได้แก่

- Wow : เป็นการตระหนักและสร้างความประทับใจหรือกำลังใจให้กับตนเอง พนักงานในองค์กร ผู้บริโภค และลูกค้าอย่างสม่ำเสมอทุกวัน
- Achieve : การดำเนินธุรกิจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ภายใต้วิธีการที่ถูกต้องเหมาะสม และเป็นไปตามจริยธรรมธุรกิจ
- Value : มีทีมงานที่สร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภค
- Enlighten : เป็นการพัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดยั้ง

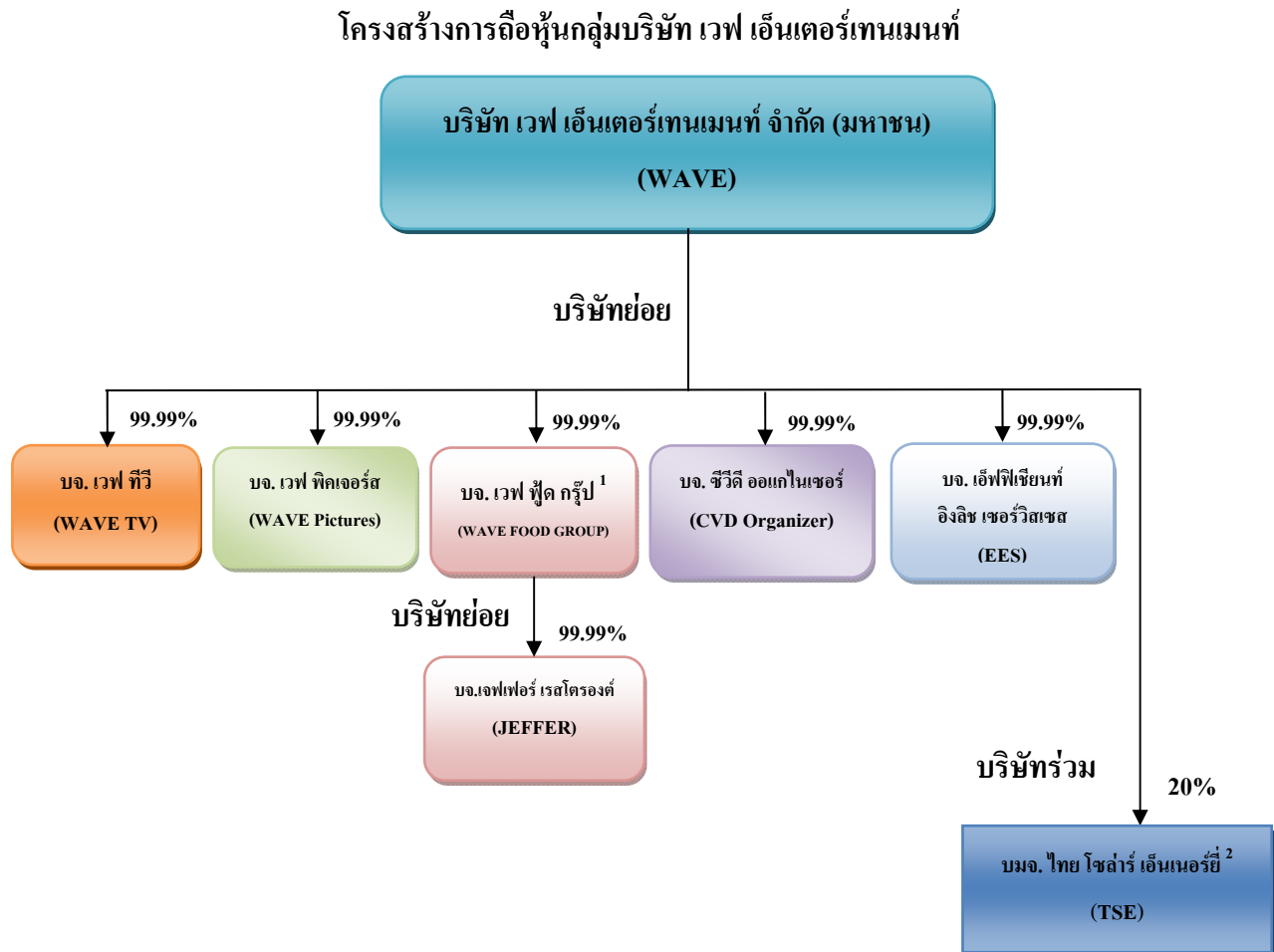
ทั้งนี้ บริษัทได้มีแนวทางหรือกลยุทธ์ในการดำเนินการ ได้แก่ การผลิตผลงานที่มีคุณภาพ มีรูปแบบที่โดดเด่นและมีความหลากหลายเพื่อครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมาย มีกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ยืดหยุ่นและสร้างสรรค์ มีทีมงานและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และดำเนินธุรกิจตามหลักการค้ากับคู่ค้าที่ดี เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายดังกล่าว

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

ปี	เหตุการณ์
ปี 2545	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้หยุดดำเนินการผลิตดิสก์วีดีโอสินค้าหลัก
ปี 2550	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้ยกเลิกส่วนงานธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายภาพยนตร์พร้อมลิขสิทธิ์
ปี 2553	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้ขยายธุรกิจด้านบันเทิง โดยการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์
ปี 2554	<ul style="list-style-type: none"> ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2554 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนเพิ่มในบริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (TSE) ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อกำหนดให้ภาครัฐและเอกชนจาก 10% เป็นไม่เกิน 35% ของทุนจดทะเบียน TSE ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ TSE มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนใน TSE คิดเป็นสัดส่วน 25% ของทุนจดทะเบียน TSE บริษัทชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนใน TSE เพิ่ม 117.5 ล้านบาท รวมเป็น 149.5 ล้านบาท คิดเป็นเงินลงทุนใน TSE 10.9% ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วใน TSE
ปี 2555	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้ขยายธุรกิจด้านบันเทิง โดยการเป็นผู้ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ
ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้ขยายธุรกิจด้านบันเทิง โดยการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2556 นายประชา มาสินนถ ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัท โดยบริษัทได้แต่งตั้งนายเมทธีว กิจโอธาน ให้ดำรงตำแหน่งแทน เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2556 บริษัทชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนใน TSE เพิ่มอีก 104.7 ล้านบาท รวมเป็นเงินลงทุน 341.2 ล้านบาท ส่งผลให้บริษัทถือหุ้นครบ 25% ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วใน TSE
ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2557 บริษัทได้ขยายธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจ Lifestyle สถาบันสอนภาษาอังกฤษภายใต้ชื่อ “Wall Street English” โดยการเข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัท เอ็ฟพีเชียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเซส จำกัด (EES) ซึ่งเป็นไปตามมติที่ประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 21/2557 ประจำปี 2557 ในวันที่ 25 เมษายน 2557 บริษัทได้เข้าซื้อหุ้นที่เสนอขายต่อประชาชนทั่วไป (IPO) ของ TSE จำนวนหุ้น 22 ล้านหุ้น ที่ราคา 3.90 บาทต่อหุ้น รวมเป็นเงิน 85.80 ล้านบาท คิดเป็นเงินลงทุนใน TSE 20% ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วใน TSE เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2557 บริษัทได้ขยายธุรกิจ Lifestyle เพิ่มเติมในธุรกิจร้านอาหารสเต็กภายใต้ชื่อ “Jeffer Steak” โดยการเข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัท เจฟเฟอร์เรสโตรองด์ จำกัด ผ่านบริษัท เวฟฟู้ด กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทตามมติที่ประชุมคณะกรรมการ ครั้งที่ 7/2557 เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2557

1.3 ภาพรวมของการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยที่ดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน

บริษัท มีนโยบายแบ่งการดำเนินงานในลักษณะกลุ่มธุรกิจ โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนี้



หมายเหตุ

1 เปลี่ยนชื่อจากบจ. เวฟ ทีวี แอนด์ มูฟวี่ สตูดิโอส์

2 ถือหุ้นโดยบจ. พี.เอ็ม.เอ็นเนอร์ยี 42.80% และรายย่อยอื่นๆ 37.20%

โดยสรุปรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละบริษัท ดังนี้

บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) (WAVE)

ปัจจุบันบริษัทประกอบกิจการ ดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์และจัดจำหน่ายละครไทยของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
2. ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมต่างๆ
3. ให้บริการเช่าช่วงพื้นที่ภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าปิ่นเกล้าและเซ็นทรัลพลาซ่ารัชดา-พระราม 3 ตามอายุของสิทธิการเช่าที่บริษัทถือครองอยู่

บริษัทย่อย ที่บริษัทและบริษัทย่อยของบริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

1) บริษัท เวฟ ทีวี จำกัด (WAVE TV)

ลักษณะการประกอบธุรกิจของ WAVE TV เป็นดังนี้

1. ผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์
2. ขยายเวลาโฆษณารายการทางโทรทัศน์

2) บริษัท เวฟ พิคเจอร์ส จำกัด (WAVE Pictures)

ลักษณะการประกอบธุรกิจของ WAVE Pictures เป็นดังนี้

- 1 ผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์

3) บริษัท เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด

เปลี่ยนชื่อจากบริษัท เวฟ ทีวี แอนด์ มิวส์ สตูดิโอส์ จำกัด เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2557

ลักษณะการประกอบธุรกิจของ WAVE FOOD GROUP เป็นดังนี้

1. ให้เช่าห้องสตูดิโอ เพื่อการผลิตรายการโทรทัศน์ รายการข่าว และภาพยนตร์
2. ผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์และภาพยนตร์

4) บริษัท ซีวีดี ออแกไนเซอร์ จำกัด (CVD Organizer)

ปัจจุบันหยุดดำเนินงานชั่วคราว

5) บริษัท เอฟฟิเชียนท์ อิงลิช เซอร์วิส จำกัด (EES)

ลักษณะการประกอบธุรกิจของ EES เป็นดังนี้

- 1 โรงเรียนเอกชน สถาบันสอนภาษา รับทำการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ

6) บริษัท เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ จำกัด (JEFFER)

ถือหุ้นโดยบริษัท เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด

ลักษณะการประกอบธุรกิจของ JEFFER เป็นดังนี้

1. จัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ รวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เพื่อธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
2. ประกอบกิจการร้านอาหาร จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

บริษัทร่วม

1) บริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี จำกัด (มหาชน) (TSE)

ลักษณะการประกอบธุรกิจของ TSE เป็นการทำธุรกิจผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อจำหน่ายให้ภาครัฐและเอกชน

2.ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้รวมของทั้งกลุ่มบริษัทในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	%การถือหุ้น ของ WAVE หรือบริษัทย่อย	ปี2555 รายได้	%	ปี2556 รายได้	%	ปี2557 รายได้	%
รายได้รวม								
1. สถาบันสอนภาษา ¹	EES	99.99	-	-	-	-	464	70
2. ผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์	WAVE, WAVE FOOD GROUP, WAVE Pictures, WAVE TV	99.99	103	57	179	62	65	10
3. ร้านอาหาร ²	JEFFER	99.99	-	-	-	-	57	9
4. ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต ธุรกิจเพลง และบริหารศิลปิน	WAVE		35	19	57	20	42	6
5. ผลิต และจัดจำหน่ายภาพยนตร์	WAVE Pictures	99.99	-	-	40	14	-	-
6. รายได้อื่น	All Companies		43	24	13	4	38	6
รวมรายได้			181	100	289	100	666	100
อัตรากำไรสุทธิ				(6%)		60%		130%

หมายเหตุ

¹ บริษัทเริ่มรับรู้รายได้จากธุรกิจสถาบันสอนภาษาอังกฤษ Wall Street English (“WSE”) ตั้งแต่วันที่ 30 เมษายน 2557 เป็นต้นมา

² บริษัทเริ่มรับรู้รายได้จากธุรกิจร้านอาหาร ภายใต้ชื่อร้านอาหารสเต็ก “Jeffers Steak” ตั้งแต่วันที่ 4 ธันวาคม 2557 เป็นต้นมา

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

2.1 ธุรกิจผลิต รับจ้างผลิต และจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์

ดำเนินงานภายใต้ บจ.เวฟ ทีวี (“บริษัทฯ”)

2.1.1 ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์ โดยการแบ่งเวลาจากทางสถานีเพื่อออกอากาศรายการโทรทัศน์ และขายโฆษณา โดยมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา รายได้จากการโปรโมตสินค้าและบริการในรายการโทรทัศน์ ปัจจุบัน รายการโทรทัศน์ของกลุ่มบริษัทที่แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ มีจำนวน 1 รายการ กล่าวคือ



- ชื่อรายการ “จุดนัดพบ”	
วันที่ออกอากาศ	ทุกวันเสาร์
เวลาที่ออกอากาศ	23.30 – 24.15 น.
สถานีโทรทัศน์	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
เริ่มออกอากาศ	กลางเดือนมีนาคม 2555
ผู้ชมเป้าหมาย	ครอบครัวทั่วไป ทุกเพศทุกวัย
นิยามรายการ: จุดนัดพบ เป็นเรื่องราวของภารกิจพิชิตพิลัน ภูผผกผัน พัวพันด้วยกรรมบุญ เรื่องราวของการพบกันระหว่างผีกับคน	

การตลาดและการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท คือ ดำเนินธุรกิจการบันเทิง เพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ อย่างไม่จำกัดกลุ่มลูกค้าของบริษัทก็คือผู้ชมรายการ ดังนั้นบริษัทจะต้องแข่งขันด้านคุณภาพของรายการกับสถานีอื่น ๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน

เนื่องจากรายได้ของธุรกิจนี้ มาจากรายได้จากการขายเวลาโฆษณา จึงต้องแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาดังกล่าวจากผู้ประกอบการรายเดิม และผู้ประกอบการใหม่ที่จะเข้ามาในอนาคต บริษัทจะใช้กลยุทธ์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และควบคุมคุณภาพของรายการ มีรายการหลากหลายประเภท นอกจากนี้จะพยายามคัดสรรผู้ผลิตรายการให้เหมาะสมกับประเภทรายการ หรือเรื่องที่จะทำการผลิต เนื่องจากผู้ผลิตรายการแต่ละรายจะมีความถนัดแตกต่างกันออกไป รวมทั้งกำหนดนโยบายในการสร้างสรรค์ และพัฒนารายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ อยู่เสมอ อีกทั้งยังมีการพัฒนารายการเดิมอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านรูปแบบรายการ เนื้อหาสาระ และความบันเทิง เพื่อให้รายการของบริษัทฯ ได้รับความนิยมจากประชาชนโดยตลอด

นโยบายและการกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดราคาอัตราค่าโฆษณา และอัตราค่าโปรโมทให้มีความเป็นธรรม และคุ้มค่าต่อลูกค้าเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว ซึ่งการกำหนดราคาจะพิจารณาจากคามนิยมของแต่ละรายการ สถานี และช่วงเวลาที่ออกอากาศ ซึ่งเป็นอัตราที่สามารถแข่งขันได้กับคู่แข่งในอุตสาหกรรม นอกจากนี้กลยุทธ์การจำหน่ายแบบแพ็คเกจมีส่วนช่วยให้การกำหนดราคามีความยืดหยุ่น และสนองความต้องการของลูกค้าโฆษณาได้มากยิ่งขึ้น กล่าวคือลูกค้าสามารถเลือกลงโฆษณาและประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ ได้หลายรูปแบบในหลายรายการ โดยลูกค้าสามารถเลือกซื้อเวลาโฆษณาและเป็นผู้สนับสนุนรายการเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการในรายการเดียว หรือการเลือกซื้อเวลาโฆษณาและเป็นผู้สนับสนุนรายการเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการในหลายรายการ

● **ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มลูกค้าที่ซื้อเวลาโฆษณาและโปรโมทกับบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) คือ บริษัทที่ให้บริการวางแผนการโฆษณา และจัดสรรเวลาโฆษณาให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะซื้อเวลาโฆษณา และโปรโมทกับบริษัทฯ เป็นแพ็คเกจ (Package) คือ การเลือกโฆษณาและประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ ได้หลายรูปแบบในหลายรายการ โดยเป็นการซื้อล่วงหน้า และมีระยะเวลาการซื้อนาน โดยมีระยะเวลาซื้อตั้งแต่ 1 เดือน, 3 เดือน, 6 เดือน หรือ 1 ปี เพื่อจัดสรรให้แก่การโฆษณาสินค้าและบริการแต่ละรายการตามแผนโฆษณาที่วางให้กับลูกค้า ซึ่งได้แก่ บริษัทขนาดใหญ่ องค์กรของรัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ ที่มีการวางแผนการตลาดและกำหนดงบประมาณการตลาดอย่างชัดเจนและมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยให้บริษัทตัวแทนโฆษณาเป็นผู้วางแผนโฆษณาให้

2. กลุ่มบริษัทที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือลูกค้าโดยตรง (Direct Customer) ได้แก่ บริษัทห้างร้านเอกชนทั่วไปที่สามารถกำหนดแนวทางโฆษณา และประชาสัมพันธ์ได้เองโดยติดต่อซื้อเวลาโฆษณา กับบริษัทฯ โดยตรง ซึ่งส่วนมากลูกค้ากลุ่มนี้จะมีขนาดเล็กกว่ากลุ่มที่ติดต่อผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณาและมีงบประมาณในการโฆษณาน้อยกว่า

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีลูกค้าที่เป็นกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณาจำนวนมาก รวมถึงการมีลูกค้ากลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในธุรกิจที่หลากหลาย และไม่มีลูกค้าบุคคลภายนอกรายได้ซื้อเวลาโฆษณาจากกลุ่มบริษัทในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาเกินกว่าร้อยละ 30 เมื่อเทียบจากรายได้รวม

กลุ่มผู้ชมรายการเป้าหมาย

บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตรายการที่ให้ผู้คนทุกกลุ่มทุกสาขาอาชีพสามารถชมได้ และได้รับสาระและความบันเทิง โดยกลุ่มผู้ชมหลักของรายการจะเป็นตามลักษณะเฉพาะของรายการโทรทัศน์ดังนี้

รายการ	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย
“จุดนัดพบ”	สำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย

● **การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย**

บริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและการตลาดทำหน้าที่ในการจำหน่ายเวลาโฆษณาและการโปรโมทของ บริษัทฯ เอง โดยปกติในการจำหน่าย จะมีเจ้าหน้าที่ของฝ่ายขายเข้าไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง เพื่อเสนอรูปแบบ และแพ็คเกจการโฆษณา และโปรโมทรายการโทรทัศน์ต่างๆ ของบริษัทฯ รูปแบบการจำหน่ายมีทั้งการจำหน่ายนาฬิกาโฆษณา การเป็นผู้สนับสนุนรายการโดยโปรโมทสินค้าหรือบริการ การขายแบบเป็นแพ็คเกจในรายการเดียว หรือการขายแบบเป็นแพ็คเกจในหลายรายการ โดยมีลักษณะการจำหน่ายดังนี้

1. การขายเวลาโฆษณา (Air Time) เกิดจากข้อตกลงกับทางสถานีในรูปแบบ Time Sharingซึ่งจำนวนนาฬิกาโฆษณาต่อเวลาออกอากาศถูกกำหนดโดยกรมประชาสัมพันธ์ โดยการออกอากาศ 1 ชั่วโมงสามารถขายเวลาโฆษณาได้สูงสุด 10 – 12 นาที

2. การโปรโมทสินค้าและบริการในรายการ ได้แก่ การโฆษณาในรูปแบบแผ่นป้ายรางวัล, ป้ายโฆษณา ณ แท่น (Podium) ของพิธีกร หรือผู้ร่วมรายการ หรือจากรายการ เป็นต้น รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ประเภนี้ ได้แก่ รายการประเภทเกมโชว์ โดยการทำสัญญากับผู้สนับสนุนรายการจะมีระยะเวลาสัญญาเป็นรายเดือนหรือรายปี ซึ่งรายได้ในส่วนนี้ทั้งหมดเป็นของบริษัทฯ โดยไม่ต้องแบ่งให้กับทางสถานี

● สภาพการแข่งขัน

ในปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัว ส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณาได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวม แต่อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา พบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดเสมอมา เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้จำนวนมากและนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน

ในส่วนของการแข่งขันด้านการผลิตรายการทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งผู้จัดละครโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกระแสความนิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงรายการอยู่อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์เองด้วย โดยที่ผ่านมาสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอ และมีการเพิ่มรายการโทรทัศน์ใหม่หลายรายการเพื่อเพิ่มกระแสความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะของรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน เป็นรายการโทรทัศน์ที่บริษัทฯ บริหารการผลิตเอง และเป็นรายการที่สร้างสรรค์ ผลิต และดำเนินการบริหารการจำหน่ายเวลาโฆษณาเอง โดยบุคลากรของบริษัทฯ ในสัดส่วนเวลาโฆษณาที่เป็นไปตามข้อตกลงกับทางสถานี (Time Sharing) ซึ่งลิขสิทธิ์ของรายการเหล่านี้จะเป็นของบริษัทฯ

ในการผลิตรายการโทรทัศน์มีต้นทุนหลักในการผลิต ได้แก่ ค่าจ้างผลิต, ค่าใช้จ่ายในการผลิต, เงินรางวัล, ค่าตอบแทน และค่าพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ เป็นต้น โดยมีขั้นตอนในการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการดังนี้

1) จัดหาสถานีโทรทัศน์ และช่วงเวลาออกอากาศ

วิธีการจัดหาสถานีโทรทัศน์ และช่วงเวลาออกอากาศ

บริษัทฯ จะต้องยื่นเสนอรูปแบบรายการต่อสถานีโทรทัศน์ เพื่อให้สถานีพิจารณาอนุมัติ โดยมีขั้นตอนการอนุมัติ ดังนี้

บริษัทฯ เสนอรูปแบบรายการ → สถานีพิจารณา → ขั้นตอนการผลิต (จ้างผลิต)

การเสนอรูปแบบรายการต่อสถานี

ผู้รับจ้างโดยทีมงานครีเอทีฟ (Creative) จะระดมความคิดสร้างสรรค์มาเป็นคอนเซ็ปต์ (Concept) รายการ และวางเป็นรูปแบบรายการและรูปแบบการนำเสนอโดยในระหว่างกระบวนการดังกล่าวนี้ อาจมีการปรึกษากับทางสถานีโทรทัศน์หรือลูกค้าโฆษณาล่วงหน้า เพื่อวางแผนการผลิตรายการโทรทัศน์ หลังจากนั้นจึงเริ่มดำเนินการเลือกสถานีและช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมกับรายการ และจัดทำเป็นข้อเสนอ (Proposal) เพื่อเสนอให้ทางสถานีพิจารณา

การพิจารณาอนุมัติของสถานี

การพิจารณาของแต่ละสถานีจะมีหลักเกณฑ์แตกต่างกันไป โดยมีหลักใหญ่ๆ ในการพิจารณา คือ รูปแบบรายการ และความสามารถในการชำระค่าเช่าเวลา ซึ่งการพิจารณารูปแบบรายการนั้น ทางสถานีจะพิจารณาจากความเหมาะสมของลักษณะรายการกับเวลาออกอากาศ ประสิทธิภาพของผู้จัดรายการ และสำหรับรายการเดิมที่มีการออกอากาศมาแล้ว สถานีจะพิจารณาถึงความนิยมของรายการ และ กระแสตอบรับของประชาชนและสื่อมวลชนเป็นหลัก

ลักษณะการทำข้อตกลงกับสถานีโทรทัศน์

สถานีจะเป็นผู้กำหนดข้อตกลงของเวลาออกอากาศกับทางสถานี โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ มีการแบ่งเวลาโฆษณาตามทางสถานี (Time Sharing) สำหรับกรณี Time Sharing บริษัทฯ ไม่ต้องชำระค่าเช่าเวลากับสถานีทำให้ไม่มีต้นทุนค่าเช่าเวลา แต่บริษัทฯ ต้องแบ่งเวลาในการขายโฆษณาส่วนหนึ่งตามสัดส่วนที่ตกลงกันให้กับทางสถานีไปจัดจำหน่ายเองทั้งนี้บริษัทฯ และสถานีจะร่วมกันกำหนดอัตราค่าโฆษณาและส่วนลดที่จะให้กับผู้ซื้อเวลาโฆษณาให้เป็นอัตราเดียวกัน

2) ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์และบันทึกเทป (กรณีบริษัทฯ ว่าจ้างให้ผู้ผลิตรายการอิสระอื่นผลิตรายการให้จะไม่มีขั้นตอนนี้)

ในปัจจุบันรายการที่บริษัทฯ ผลิตเองจะเป็นรายการละครซิตคอม “จุดนัดพบ”

- 2.1) ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-production)
- 2.2) ขั้นตอนการถ่ายทำรายการ / บันทึกเทป (Production)
- 2.3) ขั้นตอนภายหลังการถ่ายทำรายการ (Post- production)

2.1) ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-production)

ขั้นตอนการผลิตเพื่อออกอากาศในแต่ละเทป เริ่มต้นจากฝ่ายผลิต วางแผนงานและแนวความคิดในการผลิตสำหรับแต่ละเทปที่จะออกอากาศ โดยการประชุมเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกระดมความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวคิด (Concept) และข้อสรุปเนื้อหา สาระ บันเทิง ในบทละครที่ต้องการนำเสนอ และสรุปแผนงานเพื่อส่งให้ทีมผลิตรายการวางแผนการดำเนินงาน กำหนดวันบันทึกเทป นัดหมายดารานักแสดง และกระจายงานไปยังส่วนงานต่างๆ เพื่อเตรียมงานก่อนการถ่ายทำ

นอกเหนือจากการผลิตในแต่ละเทปแล้ว ทีมงานเตรียมการผลิตของแต่ละรายการมีหน้าที่เตรียมงานและวางแผนล่วงหน้าทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อกำหนดรูปแบบหรือทิศทางในการดำเนินรายการโทรทัศน์ ทั้งนี้ เพื่อรักษาความนิยมของรายการและสรรหาแนวทางนำเสนอใหม่ๆ และตรงกับความต้องการของผู้ชมรายการ กระบวนการต่างๆ ได้แก่ การค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้พัฒนารายการ การสรรหาคารานักแสดง เป็นต้น

2.2) ขั้นตอนการถ่ายทำรายการ / บันทึกเทป (Production)

การถ่ายทำรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ จะถ่ายทำรายการล่วงหน้าประมาณ 2 - 4 สัปดาห์ ทั้งนี้ เพื่อให้ฝ่ายผลิตมีเวลาที่พอเพียงและสามารถควบคุมคุณภาพของรายการก่อนออกอากาศได้ เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนเตรียมการผลิต ฝ่ายผลิตจึงนำถ่ายทำรายการที่สถานีที่ต่างๆ ที่กำหนดไว้ในแผนการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่

2.3) ขั้นตอนภายหลังการถ่ายทำรายการ (Post- production)

กระบวนการภายหลังการถ่ายทำรายการ (Post-Production) เป็นกระบวนการตัดต่อเทปที่ได้บันทึกการถ่ายทำ รวมถึงการคัดเลือกภาพ การเพิ่มเสียง หรือเทคนิคพิเศษต่างๆ ซึ่งบริษัทฯ จะมีทีมงานในการตรวจสอบคุณภาพอีกครั้งก่อนส่งเทปรายการให้ทางสถานีเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมก่อนการออกอากาศล่วงหน้าประมาณ 2-3 วัน หากทางสถานีมีความเห็นว่าเนื้อหารายการมีส่วนที่ไม่เหมาะสมต่อการออกอากาศ ทางสถานีสามารถส่งกลับให้ทางบริษัทฯ ดำเนินการแก้ไขได้ทันเวลา ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทฯ ไม่พบปัญหาดังกล่าวเนื่องจากบริษัทฯ มีนโยบายไม่ผลิตรายการที่เข้าข่ายต้องห้าม และเมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนการผลิตทั้งหมดและได้เทปรายการที่สมบูรณ์ที่พร้อมให้ทางสถานีนำออกอากาศทางโทรทัศน์ต่อไป

2.1.2 ธุรกิจรับจ้างผลิตละครโทรทัศน์

บริษัทฯ ไม่มีละครโทรทัศน์ที่บริษัทเป็นผู้รับจ้างผลิตและออกอากาศในปี 2557 นี้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อยู่ในระหว่างการผลิตละครโทรทัศน์ที่รับจ้างผลิต 1 เรื่อง ซึ่งคาดว่าจะออกอากาศในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 คือ



- ชื่อรายการ “แก้วตาหวานใจ”	
วันที่ออกอากาศ	ทุกวันศุกร์ – อาทิตย์
เวลาออกอากาศ	20.15 - 22.30 น.
สถานีโทรทัศน์	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
เริ่มออกอากาศ	กุมภาพันธ์ 2558
ผู้ชมเป้าหมาย	ครอบครัวทั่วไป ทุกเพศทุกวัย
นิยามรายการ: แก้วตาหวานใจ เป็นเรื่องราวของเด็กผู้หญิงคนหนึ่งที่กำลังจะถูกช่วงชิงไปเปรียบดั่งแก้วตาดวงใจของลุงช้างและไข่ม้วน จึงทำให้เกิดเรื่องราวความรัก และเป็นหวานใจของกันและกัน	

การตลาดและการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ คือ ดำเนินธุรกิจการบันเทิง เพื่อผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ อย่างไรก็ตามกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ก็คือ ผู้ชมรายการ ดังนั้นบริษัทฯ จะต้องแข่งขันด้านคุณภาพของรายการกับผู้จัดรายอื่นๆ

● กลุ่มผู้ชมรายการเป้าหมาย

บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตละครโทรทัศน์ที่ให้ผู้ชมทุกกลุ่มทุกสาขาอาชีพสามารถชมได้ และได้รับสาระและความบันเทิง โดยกลุ่มผู้ชมหลักจะเป็นตามลักษณะเฉพาะของแต่ละประเภทละครโทรทัศน์ กล่าวคือ

รายการ	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย
“แก้วตาหวานใจ”	สำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย

● การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจรับจ้างผลิตละครโทรทัศน์ ซึ่งจะต้องมีการนำเสนอรูปแบบละครที่จะสร้างแก่ทางสถานีและเมื่อได้รับอนุมัติให้ดำเนินการสร้างได้แล้วก็จะมีการทำสัญญาว่าจ้างกับทางสถานีเป็นรายเรื่องและได้กำหนดค่าให้ส่งมอบม้วนเทปที่เสร็จสมบูรณ์แล้วแก่สถานีเพื่อรอการออกอากาศต่อไป

● **สภาพการแข่งขัน**

ในปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัว ส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณาได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวม อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา พบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดเสมอมา เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้จำนวนมากและนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน

ในส่วนของสภาพการแข่งขันด้านการผลิตรายการทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งผู้จัดละครโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกระแสความนิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์เองด้วย โดยที่ผ่านมาสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอ และมีการเพิ่มรายการโทรทัศน์ใหม่หลายรายการเพื่อเพิ่มกระแสความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจรับจ้างผลิตละครโทรทัศน์ ดำเนินงานโดย บจ.เวฟ ทีวี บริษัทฯ มีนโยบายในการผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ โดยจะเป็นละครแนวใดขึ้นอยู่กับสภาวะตลาด บทภาพยนตร์และการพิจารณาของสถานีโทรทัศน์ผู้ว่าจ้าง ซึ่งจะมีการทำสัญญาว่าจ้างผลิตละครโทรทัศน์เป็นรายเรื่อง เมื่อผลิตเสร็จก็จะส่งมอบทางสถานีเพื่อออกอากาศต่อไป

ขั้นตอนการผลิตละครโทรทัศน์จะมีความคล้ายคลึงกับการผลิตรายการโทรทัศน์ที่กล่าวข้างต้น โดยสรุป ดังนี้

1. ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-production)
2. ขั้นตอนการถ่ายทำรายการ / บันทึกเทป (Production)
3. ขั้นตอนภายหลังการถ่ายทำรายการ (Post- production)

โดยในปี 2557 บริษัทฯ อยู่ระหว่างผลิตละคร 1 เรื่อง คือ เรื่อง “แก้วดาวหวานใจ” ซึ่งคาดว่าจะออกอากาศในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 นี้



2.2 ธุรกิจให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรมต่างๆ

ดำเนินงานภายใต้ บมจ.เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ (หน่วยธุรกิจ i-Wave)



ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

การจัดคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรม

ได้แก่ การจัดงานกิจกรรมพิเศษ การจัดงานแถลงข่าว การแสดงดนตรีสด การแสดงคอนเสิร์ตของศิลปิน โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนแนวความคิดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สรรหา คัดสรร ศิลปินไทย ศิลปินต่างประเทศ คอนเทนต์งานแสดงต่างๆ ไปจนถึงการจัดการด้านเตรียมงาน การประชาสัมพันธ์ การฝึกซ้อม ออกแบบตกแต่งสถานที่การแสดง และการจัดจำหน่ายบัตร

สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจและความไม่มั่นคงทางการเมือง ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อบริษัท ทำให้ในปีที่ผ่านมาบริษัทมีเพียง 2 คอนเสิร์ตที่จัดในช่วงครึ่งปีหลัง ได้แก่ คอนเสิร์ต The Palace and Friends และงานเทศกาลดนตรีเรโทร Yesterday Once More

การตลาดและภาวะการแข่งขัน

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท คือ ดำเนินธุรกิจการบันเทิง เพื่อนำเสนอความบันเทิงให้กับกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งในปีที่ผ่านมาภาวะการแข่งขันที่สูง ทั้งในเรื่องผู้จัดคอนเสิร์ต การจัดหาศิลปิน การสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับศิลปิน และการจองพื้นที่แสดงคอนเสิร์ต ซึ่งเป็นส่วนสำคัญหลักในงานแสดงคอนเสิร์ต และส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการบริหารและการผลิต

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ตระหนักถึงภาวะการแข่งขันดังกล่าว จึงได้กำหนดเป้าหมายเพื่อจะครอบคลุมส่วนแบ่งทางการตลาดในธุรกิจดังกล่าวให้เพิ่มมากขึ้น โดยการเพิ่มปริมาณงานแสดงคอนเสิร์ตที่มีคุณภาพให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทมุ่งเน้นการผลิตคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรม โดยมีกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มใหญ่ คือ

- (1) กลุ่มผู้สนับสนุน (Sponsor) และ
- (2) กลุ่มผู้บริโภค ดังนี้

รายการ	กลุ่มเป้าหมาย
คอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> ผู้สนับสนุน (Sponsor) เช่น บริษัท ห้างร้าน หน่วยงานราชการ สำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย หรือกลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิงอายุ 20 ปีขึ้นไป

นโยบายและลักษณะการตลาด

● กลยุทธ์ในการแข่งขัน

- ผลิตรายการที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มบริษัทฯ เน้นการผลิตคอนเสิร์ตที่มีคุณภาพ และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย หรือกลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิงอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งมีศักยภาพในการซื้อสินค้าและบริการ และด้วยคุณภาพของทีมงานและศิลปิน ผลงานจึงได้รับการตอบรับและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

- ผลิตรายการที่มีคุณภาพและมีรูปแบบที่โดดเด่น

เนื่องจากธุรกิจปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูงการเลือกซื้อโฆษณาของลูกค้าจะพิจารณาศิลปินที่ได้รับความนิยมและมีคุณภาพเป็นสำคัญ ดังนั้นกลุ่มธุรกิจได้ตระหนักและให้ความสำคัญในการผลิตผลงานที่มีคุณภาพโดยมุ่งเน้นการให้ความบันเทิงที่คุ้มค่า คุ่มค่า และเป็นงานที่น่าประทับใจสำหรับผู้ชม

- ทีมงานและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ

ทีมงานและบุคลากรของบริษัท และทีมผู้ผลิตเป็นมืออาชีพที่มีประสบการณ์ในวงการอย่างต่อเนื่องและยาวนาน มีผลงานและภาพพจน์ที่ดีเสมอมา ซึ่งเป็นส่วนสำคัญหนึ่งในองค์ประกอบการทำงานที่มีคุณภาพและสร้างความสำเร็จในผลงานจนได้รับความไว้วางใจและความมั่นใจของผู้ชมที่ติดตามงานของบริษัท

- มีนโยบายด้านการตลาดที่ยืดหยุ่นและสร้างสรรค์

ด้านราคา

กลุ่มธุรกิจได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในด้านราคาแบบเหมารวม (Package) โดยมี package ในราคาที่คุ้มค่าให้ลูกค้าเลือกได้ เพื่อให้สอดคล้องตามงบประมาณของลูกค้า นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจยังมีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มีการเซ็นสัญญาในระยะยาวเพื่อความต่อเนื่องในการบริหารงบประมาณของลูกค้า

- มีนโยบายการมีหุ้นส่วนการดำเนินการ

กลุ่มธุรกิจได้เปิดโอกาสในการมีหุ้นส่วนเพื่อร่วมดำเนินการในการจัดงาน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการด้านรายได้ของการจัดงานและการใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้าอีกด้วย

● แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

การแข่งขันของธุรกิจมีแนวโน้มที่จะรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการผลิตงานที่มีคุณภาพ มีแนวคิดสร้างสรรค์ และมีความคล่องตัวในการปรับกลยุทธ์ได้ทันทั่วทั้งจะสามารถที่จะครองส่วนแบ่งตลาดได้มั่นคงกว่า

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

องค์ประกอบสำคัญในการผลิตคอนเสิร์ต คือ

- 1) ศิลปินและบุคลากร
- 2) ต้นทุนการผลิต

ในส่วนของต้นทุนการผลิตของกลุ่มบริษัท ค่าใช้จ่ายหลักคือ ค่าเช่าสถานที่ ค่าจ้าง ค่าตัวศิลปิน ซึ่งทางกลุ่มบริษัท ได้ทำสัญญาอย่างถูกต้อง ได้แก่ ค่าตัวศิลปิน ค่าจ้าง ค่าลิขสิทธิ์เพลง

2.3 ธุรกิจเกี่ยวกับลิขสิทธิ์และจัดจำหน่ายละครไทยของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3



- ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยการเป็นผู้จัดจำหน่ายละครไทยของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยบริษัทจะทำการติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยมีระยะเวลาประมาณ 2 ปี
- เมื่อเป็นผู้ถือลิขสิทธิ์ตามกฎหมายแล้วบริษัท สามารถจัดทำผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของสื่อต่างๆ ตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญาได้ แล้วนำผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไปจำหน่ายให้กับลูกค้าภายในประเทศ
- ลักษณะรายได้ของบริษัท จะมาจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ประเภทดีวีดี และวีซีดี พร้อมค่าลิขสิทธิ์

การตลาดและการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

ด้านการจัดการลิขสิทธิ์ละครไทย เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล ด้วยราคาที่เป็นธรรม และมีการบริการที่ประทับใจ ดังนั้นบริษัทจึงได้กำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขันกับคู่แข่งตามเป้าหมายของบริษัท ดังนี้

1. การจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล

โดยการสรรหาละครคุณภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และนำมาจัดทำผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของสื่อต่างๆ ที่ให้เสียงและภาพที่คมชัด ดังนั้น จึงสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าต่างๆ ที่ซื้อสินค้าของบริษัทไปว่าจะได้รับสินค้าที่ได้มาตรฐาน และมีคุณภาพตรงตามความต้องการ

2. การกำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้

บริษัทมีนโยบายที่จะกำหนดราคาสินค้าที่เป็นธรรมกับผู้บริโภค และเป็นราคาที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ได้

3. การบริการที่รวดเร็ว และตรงต่อเวลา

บริษัทได้ให้ความสำคัญกับกำหนดเวลาส่งสินค้าตามตารางที่ได้ตกลงกันกับลูกค้า ดังนั้นบริษัท จึงมีการส่งสินค้าให้กับลูกค้า อย่างรวดเร็ว และตรงเวลา เพื่อให้ผู้บริโภค ได้รับชมละครคุณภาพจากบริษัทพร้อมกันทั่วประเทศ โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาลูกค้าให้ความไว้วางใจในระบบการจัดการคุณภาพและการบริการของบริษัทเป็นอย่างดี

● ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าละครไทยของบริษัท ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าบุคคลในประเทศที่มีความชื่นชอบในละครไทยที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

- **การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย**

ในปี 2557 บริษัทจำหน่ายละครไทยให้กับลูกค้ารายย่อยเองโดยตรง โดยกลุ่มลูกค้าดังกล่าวจะติดต่อกับบริษัทโดยตรง

- **สภาพการแข่งขัน**

ในปัจจุบันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้รูปแบบการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ดนตรี และภาพยนตร์ในรูปแบบของแผ่นซีดีอยู่ในภาวะที่รุนแรง แต่ในวันนี้สถานการณ์นี้เปลี่ยนไป เมื่อเทคโนโลยีในรูปแบบของดิจิทัลเริ่มเข้ามามีบทบาท ทำให้การละเมิดในรูปแบบของแผ่นซีดีลดปริมาณลงอย่างรวดเร็วและจะหายไปไม่ช้า แต่ก็ได้หมายความว่า การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจะหมดไป เป็นการเปลี่ยนรูปแบบการละเมิดเท่านั้น โดยผู้ละเมิดหันไปใช้รูปแบบใหม่ๆ ทางกรรมทรัพย์สินทางปัญญา (ทป.) จึงพยายามผลักดันการแก้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์เพื่อให้ครอบคลุมการละเมิดทางดิจิทัลด้วย

อย่างไรก็ตามการสนับสนุนจากประชาชนในฐานะผู้บริโภคก็เป็นสิ่งที่สำคัญเช่นกัน โดยการเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาสนับสนุนสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง อีกทั้งตัวบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์ในฐานะผู้สนองความต้องการของผู้บริโภคก็ต้องมีการพัฒนาสินค้าทั้งในด้าน คุณภาพ และความหลากหลาย ด้วยราคาที่เป็นธรรมอย่างต่อเนื่องด้วย จึงจะทำให้การแก้ไขปัญหาประสบความสำเร็จ

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- บริษัทประกอบธุรกิจโดยการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายต่อ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะประกอบด้วยลิขสิทธิ์ละครไทยซึ่งจะจัดจำหน่ายในรูปแบบของดีวีดี และวีซีดี

- ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุดของบริษัท คือลิขสิทธิ์ละครไทย ซึ่งก่อนจะติดต่อกับกลุ่มบิ๊อชีเวิลด์ เพื่อขอซื้อลิขสิทธิ์บริษัทจะพิจารณาจากคุณภาพของละคร และความนิยม (rating) ว่ามีความนิยมมากน้อยเพียงใด ละครแต่ละเรื่องมีความเหมาะสมกับการลงทุนหรือไม่ หากคุ้มกับการลงทุนจึงจะดำเนินการติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์ โดยมีอายุสัญญา 2 ปีต่อเรื่อง และสามารถต่ออายุสัญญาไปได้อีกครั้งละ 2 ปี

- เมื่อบริษัท ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ จึงสามารถนำละครไทยที่ได้ลิขสิทธิ์มาจัดลงสื่อออกจำหน่ายได้ โดยผลิตภัณฑ์ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ดีวีดี เนื่องจากมีขนาดเล็กสะดวกในการพกพา ประกอบกับเครื่องเล่น ดีวีดีมีราคาถูกลง และมีความคมชัดของภาพ จึงมีลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์ชนิดนี้เป็นจำนวนมาก

สำหรับการผลิตดีวีดีนั้น บริษัท ได้ว่าจ้างการผลิตดีวีดีจากบริษัทภายนอก ซึ่งภายในประเทศมีจำนวนหลายราย และในปัจจุบันบริษัท ได้ติดต่อผู้รับจ้างผลิตดีวีดีอยู่ 1 ราย โดยการจ้างผลิตดีวีดีดังกล่าวไม่ได้ทำสัญญาซื้อขายระยะยาว (Long-term contract) แต่ใช้วิธีออกไปสั่งซื้อแทน

2.4 ธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษโรงเรียนเอกชน ภายใต้ชื่อสถาบันสอนภาษา Wall Street English (“WSE”)

ดำเนินงานภายใต้ บริษัท เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสেস จำกัด (“บริษัทฯ”)



ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ เป็นบริษัทผู้ดำเนินกิจการและให้บริการด้านการสอนภาษาอังกฤษสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Learner) อายุตั้งแต่ 17 ปี ขึ้นไป ภายใต้ชื่อว่า สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช (Wall Street English) ซึ่งผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการดังกล่าวเป็นการดำเนินการภายใต้ลิขสิทธิ์ของบริษัท Pearson Education Limited ซึ่งเป็นบริษัทผู้ประกอบกิจการและจดทะเบียนของประเทศอังกฤษ และเป็นผู้นำทางธุรกิจด้านการศึกษารายใหญ่ที่สุดของโลก นอกจากนี้บริษัทฯ หรือสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช ยังเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550

ในระดับของสากล สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช (Wall Street English) เป็นสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่มีประสบการณ์มากกว่า 42 ปี และมีสาขามากกว่า 450 แห่ง ในจำนวน 28 ประเทศทั่วโลก มีนักเรียนไม่ต่ำกว่า 2 ล้านคน สำหรับประเทศไทย บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่ได้รับลิขสิทธิ์จาก บริษัท Pearson Education Limited เพื่อให้ประกอบกิจการในอาณาเขตของประเทศไทย ซึ่งบริษัทฯ ได้เปิดดำเนินการกิจการในประเทศไทยมากกว่า 10 ปีเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 มีนักเรียนผ่านการเรียนที่สำเร็จและจบหลักสูตรแล้วทั้งสิ้นกว่า 40,000 คน และจำนวนนักเรียนในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 13,000 คน ปัจจุบันบริษัทฯ มีสาขาเปิดให้บริการในกรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 8 สาขาเพื่อรองรับการให้บริการให้ครอบคลุมทั่วทั้งกรุงเทพฯ และปริมณฑล และในช่วงต้นปี พ.ศ. 2557 บริษัทฯ ได้มีการขยายธุรกิจไปสู่ภูมิภาคเป็นครั้งแรก โดยทำการเปิดสาขาใหม่เพิ่มอีกจำนวน 1 สาขาในจังหวัดเชียงใหม่ คือ สาขาเซ็นทรัล เฟสติวัล เชียงใหม่ ทำให้บริษัทฯ มีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 9 สาขา

หลักสูตรของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิชเป็นหลักสูตรมาตรฐานที่ใช้เหมือนกันในทุกประเทศทั่วโลก โดยหลักสูตรดังกล่าวได้รับการออกแบบให้เหมาะสมกับผู้เรียนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองหรือเป็นภาษาต่างชาติ โดยเนื้อหาหลักสูตรจะแบ่งออกเป็นระดับต่างๆ มีจำนวนทั้งหมด 20 ระดับ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และพัฒนาไปตามพื้นฐานความรู้ของผู้เรียนแต่ละคน ลักษณะของระบบการเรียนการสอนของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิชมีความเป็นเอกลักษณ์ กล่าวคือ วิธีการเรียนเป็นแบบผสมผสาน (Blended Method) ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้อย่างรวดเร็วและเป็นธรรมชาติ อีกทั้งยังทำให้ผู้เรียนสามารถพูดภาษาอังกฤษได้อย่างมั่นใจ

นอกจากนี้ เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษทางบริษัท ฯ จึงจัดให้มีหลักสูตรพิเศษ (VIP Course) สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเรียนภาษาอังกฤษให้ได้ผลสัมฤทธิ์โดยเร็วที่สุด โดยผ่านกระบวนการเรียนแบบหนึ่งต่อหนึ่งกับอาจารย์ชาวต่างชาติ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาพรวมของตลาดสถาบันสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่จำเป็นต้องนำไปใช้ในการติดต่อสื่อสารและเชื่อมโยงกันทั่วโลก ประกอบกับการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยของประเทศไทยที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหนึ่งในวิชาหลักของการคัดเลือกนักเรียน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการรวมตัวกันเป็นหนึ่งเดียวภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ทำให้ตลาดมีการตื่นตัวในการพัฒนาภาษาอังกฤษอย่างกว้างขวาง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจการศึกษาจึงต้องปรับกลยุทธ์ ไม่ว่าจะเป็นการมุ่งเน้นคุณภาพของผู้สอน การปรับหลักสูตร การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอน รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เพื่อรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้น และตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้เรียนที่เปลี่ยนแปลงไป

สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิชซึ่งได้เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปีและมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับหลักสูตรของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช เป็นที่รู้จักและยอมรับกันโดยทั่วไปว่ามีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ จึงส่งผลให้สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช มีศักยภาพในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี

● กลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช มีตั้งแต่กลุ่มนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย นิสิต นักศึกษาในระดับอุดมศึกษา และประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจในการพัฒนาภาษาอังกฤษ

● กลยุทธ์ในการแข่งขัน

การให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากคู่แข่งธุรกิจรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ค่อนข้างง่าย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้วางเป้าหมายในการเป็นผู้นำของธุรกิจโรงเรียนเอกชน ให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ โดยการจัดหาบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถตรงตามคุณสมบัติที่กำหนด มีสถานที่ตั้งในทำเลที่ดีและเหมาะสม การสร้างทีมขายให้แข็งแกร่งและมีคุณภาพ การจัดแคมเปญให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าและปรับเปลี่ยนให้ทันต่อเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังทำการตลาดที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้า และเป็นการกระตุ้นยอดขายอีกด้วย

● การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ด้วยชื่อเสียงของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช ที่สะสมมากกว่า 10 ปีในประเทศไทย และการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทางสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิชในปัจจุบันมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยการขยายสาขาไปสู่ภูมิภาคที่จังหวัดเชียงใหม่ 1 สาขาในปี พ.ศ. 2557 อนึ่ง สำหรับเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลทางสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช มีการเปิดและขยายสาขาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเพื่อรองรับการขยายตัวของเขตเมือง จนทำให้ในเขตดังกล่าวข้างต้นมีจำนวนสาขารวมกันทั้งหมดถึง 8 สาขา ตั้งอยู่ในทำเลที่ประชากรสามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อรองรับการกระจายตัวของประชากรที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

หลักสูตรการเรียนการสอนและรูปแบบการให้บริการของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช เป็นการดำเนินกิจการภายใต้ลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ได้ถูกพัฒนาและกำหนดโดยเจ้าของลิขสิทธิ์ โดยแต่ละสาขาที่มีในปัจจุบันสามารถรองรับและให้บริการแก่นักเรียนได้ถึง 1,500 - 2,000 คนต่อสาขา สำหรับบุคลากรที่ปฏิบัติงานหน้าที่เกี่ยวกับกระบวนการเรียนการสอนเป็นบุคลากรที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามข้อกำหนดของกระทรวงศึกษาธิการ

2.5 ธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อร้านอาหารสเต็ก “Jeffer Steak”

ดำเนินงานภายใต้ บจ.เจฟเฟอร์ สเต็กรองค์ (“บริษัทฯ”)



ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท เจฟเฟอร์ สเต็กรองค์ จำกัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Jeffer” เป็นร้านสเต็กที่มีความหลากหลายของเมนูให้เลือกสรร อาทิเช่น สเต็กเนื้อ หมู ไก่ ปลา ซีฟู้ดส์ ซุป และสลัดต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างและจุดขายให้กับบริษัท ลูกค้าสามารถเลือกจับคู่เมนูต่างๆ ได้เองทุกรายการขึ้นอยู่กับความชอบ นอกเหนือจากนั้น ร้านเจฟเฟอร์ ยังมีเครื่องเคียงต่างๆ ให้ลูกค้าได้เลือกทานคู่กับอาหารจานหลักอีกด้วย นอกจากนี้ร้านเจฟเฟอร์ ยังมีเมนูของหวาน ไอศกรีม และเครื่องดื่มให้เลือกอีกหลากหลายชนิด

เจฟเฟอร์ เป็นร้านอาหารที่เน้นบรรยากาศภายในร้านดูสบายๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้ถึงความเป็นกันเอง และเหมาะกับทุกโอกาสไม่ว่าจะเป็นการสังสรรค์ พบปะพูดคุยในกลุ่มเพื่อน หรือ กลุ่มคนทำงานที่มีเวลาน้อย โดยเฉพาะช่วงพักกลางวันที่ต้องการเวลาการรับประทานในร้านอย่างรวดเร็ว บริษัทก็พร้อมด้วยการบริการที่รวดเร็วของทางร้าน

อาหารทุกเมนูที่เจฟเฟอร์จะต้องปรุงสดใหม่ทุกจาน เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้รับความคุ้มค่าทั้งจากคุณค่าของอาหาร รสชาติ และราคาที่สมเหตุสมผล

ปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัท เจฟเฟอร์ สเต็กรองค์ จำกัด มีจำนวนสาขาทั้งหมด 76 สาขา กระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็น เขตกรุงเทพ 37 สาขา และต่างจังหวัด 39 สาขา ซึ่งกระจายอยู่ตามศูนย์การค้าชั้นนำ ทั้งในกรุงเทพและหัวเมืองหลักในเขตต่างจังหวัด เน้นตามแหล่งธุรกิจ โรงเรียน และชุมชน เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงร้านอาหารเจฟเฟอร์สเต็กได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

การตลาดและการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

- การบริหารต้นทุน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ สร้างอำนาจการต่อรองกับผู้จัดจำหน่าย ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนการจัดซื้อและต้นทุนวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- การสร้างแบรนด์

ปัจจุบันแบรนด์เจฟเฟอร์เป็นที่รู้จักและนิยมอย่างกว้างขวางทั้งในกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน โดยบริษัทฯ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ทั้งในด้านความเหมาะสมของราคา รสชาติอาหาร ความแตกต่างและความหลากหลายของอาหาร การตกแต่งร้าน และการให้บริการเป็นต้น ซึ่งเป็นบทพิสูจน์ถึงความแข็งแกร่งและเป็นที่จดจำในตราสัญลักษณ์ “เจฟเฟอร์” ได้เป็นอย่างดี โดยบริษัทฯ ได้วางแผนการตลาดทั้งสื่อโฆษณาและการตลาดผ่านช่องทางอื่น เช่น social media เพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้นและเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าให้กับบริษัทฯ

- การกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดราคาสินค้าโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก เพื่อให้ผู้บริโภคทุกกลุ่ม ทุกวัย และทุกสาขาอาชีพได้มีโอกาสทานสัปดาห์ที่มีคุณภาพ ในร้านที่สะอาดสบาย ในราคาที่ย่อมเยา สมเหตุสมผล

- การขยายสาขา

บริษัทฯ มีนโยบายการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องตลอดมา โดยคำนึงถึงเรื่องการลงทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนในแต่ละสาขา พิจารณาจากทำเลที่ตั้งที่ดีและเหมาะสม ความหนาแน่นของประชากร และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นสำคัญ ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อครอบคลุมส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น

- การจัดโปรโมชั่น

ความคุ้มค่าจะกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าให้น้ำหนักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ เลื่อนนำเสนอความคุ้มค่าในรูปแบบการจัดโปรโมชั่นการรับส่วนลด การแถม หรือการสมัครสมาชิก เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้ามีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าต่อครั้งสูงขึ้น ขยายฐานลูกค้าไปในวงกว้างมากขึ้น รวมถึงดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการซ้ำควบคู่กันไป

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ เจฟเฟอร์ มีความหลากหลาย โดยจะเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลาง ถึง สูง ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น นักเรียนนักศึกษา จนถึงวัยทำงาน ที่มีสไตล์เป็นของตัวเอง และชื่นชอบการรับประทานอาหารเช้าให้มีความสำคัญกับความหลากหลายของเมนูอาหาร และความคุ้มค่ากับราคา

ปัจจุบันแบรนด์เจฟเฟอร์เป็นที่รู้จักและนิยมอย่างกว้างขวางสำหรับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น เนื่องจากเมนูอาหารของเจฟเฟอร์ ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงจุด ทั้งรสชาติอาหาร และความคุ้มค่าที่ได้รับ

● ช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีจำนวนสาขาที่มากถึง 76 สาขาทั่วประเทศ โดยกระจายอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วประเทศ และหัวเมืองใหญ่ ตามต่างจังหวัด รวมถึงแหล่งธุรกิจ ชุมชน และศูนย์การศึกษาต่างๆ

โดยบริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์ ในการขยายสาขาเพิ่มทั้งในเขตกรุงเทพและต่างจังหวัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากที่สุด

● สภาพการแข่งขัน

อุตสาหกรรมร้านอาหารมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องมาจากค่านิยมของผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตของคนไทยที่เน้นความสะดวกสบายยิ่งขึ้น นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น และมีการขยายตัวของชุมชนเมืองออกไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีผลให้ปัจจุบันมีร้านอาหารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค ซึ่งมีทั้งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจากต่างประเทศ กลุ่มร้านอาหารที่ดำเนินกิจการในประเทศทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม จึงทำให้ภาวะการแข่งขันของธุรกิจอาหารในประเทศไทยค่อนข้างสูง

ธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่อาศัยเรื่องของความแตกต่างจากคู่แข่ง เนื่องจากภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ความเร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาในการประกอบอาหารที่บ้าน ความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อผ่อนคลายความเครียด การแสวงหาความสุขสนุกสนานในครอบครัวหรือในกลุ่มเพื่อนฝูง นอกจากนี้บรรดาผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารต่างก็ต้องเร่งปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจในคุณค่าของอาหารที่รับประทานมากขึ้น และยังเน้นประหยัดค่าใช้จ่าย กล่าวคือผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจะหันมานำเสนออาหารเพื่อสุขภาพและราคาประหยัดกว่าเมื่อเทียบกับการทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน บริษัทเองได้เน้นความหลากหลายของเมนู ความรวดเร็วของการให้บริการ การตั้งราคาอาหารที่สมเหตุสมผล การขยายสาขาเพิ่มโดยให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้ง ที่ต้องเป็นแหล่งชุมชนหรือศูนย์กลางธุรกิจ และการสร้างการจดจำแบรนด์ “เวฟเฟอร์” ผ่านสื่อต่างๆ

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า จะมีมูลค่าตลาดประมาณ 267,000 - 275,000 ล้านบาท เติบโตอยู่ในกรอบร้อยละ 2.9 - 5.9 จากในปี 2557 ส่งผลให้ในปี 2558 นี้ ธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งครอบคลุมถึงเชนร้านอาหารและร้านอาหารทั่วไป น่าจะมีมูลค่าตลาดอยู่ในกรอบ 375,000 - 385,000 ล้านบาท เติบโตอยู่ในกรอบร้อยละ 4.0 - 6.8 จากในปี 2557

การจัดการผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผู้บริหารสาขาจะตรวจนับสินค้าคงเหลือทุกวันเพื่อทราบจำนวนสินค้าที่ต้องการใช้และทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบภายในของบริษัทฯ เข้ามาที่ส่วนกลาง โดยสินค้าทุกชนิดจะถูกจัดส่งโดยรถห้องเย็นที่ได้มาตรฐานเพื่อรักษาคุณภาพสินค้าส่งตรงถึงสาขาทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยบริษัทฯ คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและการบริหารต้นทุนจากการขนส่งเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับสินค้าที่อายุการใช้งานสั้น เช่น ผักสด บริษัทฯ จะให้ Supplier ส่งตรงที่สาขา เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และสดใหม่ของสินค้า

ในการสั่งซื้อสินค้า บริษัทฯ มี Supplier 2-3 ราย สำหรับสินค้าแต่ละประเภท เพื่อกระจายความเสี่ยงทั้งในแง่ของราคา วัตถุดิบที่อาจจะขาดแคลนในบางช่วง สินค้าบางรายการบริษัทฯ ใช้นโยบายการทำสัญญาจองสินค้าในปริมาณมากเพื่อควบคุมต้นทุนสินค้า และสามารถต่อรองเรื่องของราคาสินค้าได้ โดยเฉพาะสินค้านำเข้าบางรายการซึ่งมีปัจจัยของค่าเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง

บริษัทฯ มีขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ตรวจสอบ ควบคุมสินค้าและวัตถุดิบทุกขั้นตอน โดยมีผู้รับผิดชอบดูแลตามกระบวนการและขั้นตอนของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าทุกชนิดที่บริษัทฯ สั่งซื้อมานั้นถูกต้องตรงตามความต้องการทั้งปริมาณและคุณภาพ

3.ปัจจัยความเสี่ยง

ในปี 2557 กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจหลัก ได้แก่ การประกอบกิจการด้านการผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์ เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์และจัดจำหน่ายละครไทยของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ธุรกิจให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรม ธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษโรงเรียนเอกชน ภายใต้ชื่อสถาบันสอนภาษา Wall Street English (“WSE”) ธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อร้านอาหารสเต็ก “Jeffer Steak” และ ธุรกิจให้บริการเช่าช่วงพื้นที่ภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าปิ่นเกล้า และเซ็นทรัลพลาซ่ารัชดา-พระราม 3 ตามอายุของสิทธิการเช่าที่บริษัทถือครองอยู่ โดยมีปัจจัยความเสี่ยงของบริษัทในปี 2557 ที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ดังนี้

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์

1. การเติบโตของงบโฆษณา

เนื่องจากรายได้ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ส่วนหนึ่งมาจากการขายเวลาโฆษณาของการผลิตละครชุด (Series) ดังนั้นปัจจัยความเสี่ยง จึงได้แก่ การเติบโตของงบด้านโฆษณา ซึ่งขึ้นอยู่กับภาวะกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศ และภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศซึ่งเป็นผู้ซื้อโฆษณา ในส่วนนี้แม้ว่าฝ่ายบริหารจะไม่สามารถควบคุมได้โดยตรงก็ตาม แต่ก็คาดได้ว่าไม่น่าจะเป็นปัญหาร้ายแรงในการดำเนินการของกลุ่ม เนื่องจากผู้โฆษณาหลักของสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุเป็นกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีตลาดใหญ่ และมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ประกอบกับภาวะที่เอื้อให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น จึงมีผู้โฆษณารายใหม่เข้ามาเพิ่มในตลาดตลอดเวลา จึงน่าจะเชื่อได้ว่าความเสี่ยงที่เม็ดเงินโฆษณาจะลดน้อยลงมีโอกาสน้อย และหากจะเกิดขึ้นก็จะเป็นในระยะเวลาช่วงสั้นๆ เนื่องจากสภาวะการแข่งขันในตลาดของผู้โฆษณาจะเป็นปัจจัยที่จะกระตุ้นให้เม็ดเงินโฆษณาโตขึ้นอยู่ดี

2. การมีสื่อโฆษณาในรูปแบบใหม่ทดแทนสื่อทางโทรทัศน์ฟรีทีวี

ในส่วนของผลกระทบจากสื่ออื่นๆ ที่อาจมาทดแทนสื่อโทรทัศน์ฟรีทีวี เช่น สื่อในระบบดิจิทัลออนไลน์ (ทีวีดิจิทัล), อินเทอร์เน็ต และสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ซึ่งอาจแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเม็ดเงินโฆษณาของสื่อทางโทรทัศน์ฟรีทีวีนั้น กลุ่มบริษัทเชื่อว่าจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท โดยเฉพาะรายได้จากการขายเวลาโฆษณา ทั้งนี้เนื่องจากเม็ดเงินโฆษณามักจะกระจุกตัวอยู่ในสื่อฟรีทีวี ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของผู้โฆษณาได้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีฐานผู้ชมทั่วประเทศที่เป็นตลาดสำหรับผู้บริโภคโดยทั่วไป (Mass Market) นอกจากนี้กลุ่มบริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการให้เหมาะสมและทันสมัยต่อเหตุการณ์ เน้นการผลิตรายการโทรทัศน์และ/หรือละครโทรทัศน์ที่เป็นแนวหรือความนิยมของตลาดในปัจจุบันอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ รวมทั้งให้มีการขายโฆษณาหรือจัดหาผู้สนับสนุนโดยการขายแบบ Bundle ผลิตภัณฑ์ขององค์กร ซึ่งจะเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งในการตัดสินใจของกลุ่มลูกค้าผู้โฆษณาในการเลือกช่องทางหรือรูปแบบการโฆษณาให้กับสินค้าของตนเอง

3. การปรับผังรายการของสถานีโทรทัศน์ หรือการเปลี่ยนแปลงข้อตกลง

กลุ่มบริษัทเป็นผู้ผลิตรายการประเภทต่างๆ เพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ดังนั้นหากสถานีโทรทัศน์ทำการปรับผังรายการใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการรับชม หรือปรับตามกระแสความนิยมของผู้บริโภคของแต่ละรายการ โดยมีการปรับเปลี่ยนบางรายการออกไป อาจทำให้กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงที่จะต้องสรรหารายการเพื่อออกอากาศใหม่ ซึ่งอาจกระทบต่อความต่อเนื่องของการออกอากาศของรายการโทรทัศน์และรายได้ของบริษัท

อย่างไรก็ตาม การพิจารณาปรับผังรายการใหม่ หรือเปลี่ยนแปลงข้อตกลงของแต่ละสถานีจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป โดยมีหลักใหญ่ๆ ในการพิจารณา คือ รูปแบบรายการ ความนิยมของรายการเพื่อให้อยู่ในกระแสตลอดเวลา ซึ่งกลุ่มบริษัทได้เล็งถึงความเสี่ยงดังกล่าว โดยกลุ่มบริษัทได้มีการพัฒนารายการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้รายการของกลุ่มบริษัทได้รับความนิยมและอยู่ในกระแสตลอดเวลา รวมทั้งการเตรียมความพร้อมของรายการใหม่ๆ ที่มีความหลากหลาย ครอบคลุมคนดูทุกเพศ ทุกวัย และการเตรียมความพร้อมของตัวนักแสดงโดยมีการคัดเลือนักแสดงหน้าใหม่ๆ ที่มีความสามารถอย่างต่อเนื่อง ทำการสร้างสรรคและนำเสนอรูปแบบรายการที่แปลกใหม่ให้ทันต่อสถานการณ์ เพื่อไม่ให้กระทบต่อความต่อเนื่องของการออกอากาศและรายได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีกระบวนการพิจารณาก่อนการตัดสินใจผลิตแต่ละรายการโทรทัศน์แต่ละเทปที่ออกอากาศ และการตรวจสอบคุณภาพก่อนออกอากาศ ตลอดจนมีการติดตามประเมินผลระดับความนิยมและกระแสตอบรับของแต่ละรายการของกลุ่มบริษัทและคู่แข่งกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาพัฒนารายการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับสถานีโทรทัศน์อีกด้วย

4. เกี่ยวกับการพึ่งพิงผู้ถือหุ้นใหญ่รายหนึ่ง

กลุ่มบริษัทมีส่วนหนึ่งจากการเป็นผู้รับจ้างผลิตและจัดจำหน่ายรายการเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ทางสถานีไทยทีวีสีช่อง 3 เพียงสถานีเดียว รวมถึงเป็นผู้ถือลิขสิทธิ์และจัดจำหน่ายละครไทยของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เพียงสถานีเดียวเช่นกัน ซึ่งสถานีช่องดังกล่าวดำเนินการโดย บมจ. บีอีซี เวิลด์ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่รายหนึ่งของบริษัทด้วย จากสถานการณ์ดังกล่าวอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่ บมจ. บีอีซี เวิลด์ จะไม่จัดสรรเวลาเพื่อออกอากาศรวมถึงลิขสิทธิ์ละครไทยให้กับกลุ่มบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทเชื่อว่าด้วยคุณภาพของรายการโทรทัศน์และละครโทรทัศน์ที่กลุ่มบริษัทเป็นผู้ผลิต ซึ่งอยู่ในผังรายการได้ยาวนานหลายปี แสดงให้เห็นได้ว่ารายการโทรทัศน์และละครโทรทัศน์ที่ผลิตและออกอากาศของกลุ่มบริษัทเป็นรายการที่มีคุณภาพและได้รับความนิยมครองใจผู้ชมโดยตลอดมา จะสามารถทำให้กลุ่มบริษัทยืนหยัดเป็นหนึ่งในผู้ผลิตรายการชั้นนำได้ อีกทั้งกลุ่มบริษัทยังให้ความสำคัญกับการนำเสนอรายการคุณภาพใหม่ๆ ให้กับสถานีโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตลอดมา นอกจากนี้จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนชั่วโมงเวลาและรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน (ทีวีดิจิทัล) จำนวน 24 ช่อง ในปี 2557 โดย บมจ. บีอีซี เวิลด์ ได้ชนะการประมูลจำนวน 3 ช่อง จึงเป็นโอกาสในการเติบโตและขยายธุรกิจการทำรายการโทรทัศน์ของกลุ่มบริษัท ซึ่งมีโอกาสและความเป็นไปได้สูงในการได้รับการพิจารณาและคัดเลือก ให้ผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ให้กับ บมจ. บีอีซี เวิลด์ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท และมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับกลุ่มบริษัทมาช้านาน

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานการจัดแสดงคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรมต่างๆ

1. การแข่งขันในตลาดผู้จัดคอนเสิร์ต (Promoter)

ปัจจุบันมีผู้จัดคอนเสิร์ต (Promoter) ที่มากอยู่ในตลาดการจัดงานแสดงคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรม ดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อการจัดหาและจองสถานที่ที่เหมาะสม เพื่อใช้ในการจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายตรงกันหรือใกล้เคียงกันกับคู่แข่งรายอื่น และอาจส่งผลกระทบต่อความสนใจเลือกชมของผู้บริโภคภายใต้งบประมาณที่จำกัดได้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทได้เพิ่มการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบสำหรับการวางแผนจัดงานล่วงหน้า รวมทั้งยังได้มีการปรับรูปแบบและช่วงเวลาในการจัดคอนเสิร์ตให้มีความแตกต่าง เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าต่อผู้ชมและผู้สนับสนุนคอนเสิร์ต

2. ความเสี่ยงในการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor)

ปัจจุบันผู้สนับสนุนมีทางเลือกในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเองผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลายเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของตนเองภายใต้งบประมาณที่จำกัด ดังนั้นผู้จัดคอนเสิร์ตจึงต้องทำการนำเสนอรูปแบบคอนเสิร์ตที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดให้ผู้สนับสนุนมาทำการลงโฆษณา

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทมีแผนการจัดหาลูกค้าผู้สนับสนุนอย่างเป็นระบบ คงความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าผู้สนับสนุนคอนเสิร์ต โดยประสานงานกับลูกค้าผู้สนับสนุนคอนเสิร์ตก่อนการตัดสินใจจัดคอนเสิร์ต การเพิ่มรูปแบบการขายโฆษณาแบบ Bundle ผลิตภัณฑ์ขององค์กร และทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โดยอาศัยจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นฐานในการทำประมาณการ เพื่อลดความเสี่ยงต่อการขาดทุนจากการดำเนินการของแต่ละคอนเสิร์ต

3. ความเสี่ยงในเรื่องสัญญาไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงและสัญญา (Agreement)

ปัจจัยในการดำเนินการจัดงานคอนเสิร์ตและจัดกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมายและความสำเร็จต้องประกอบไปด้วยหลายประการ ทั้งประสิทธิภาพและความสามารถของทีมงานผู้จัดคอนเสิร์ต ความพร้อมของสถานที่ ความพร้อมและความร่วมมือของศิลปิน เป็นต้น ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงได้มีการจัดทำสัญญาและข้อตกลงที่รัดกุมและรอบคอบ ซึ่งได้รับความเห็นชอบร่วมกันระหว่างบริษัทกับศิลปิน และ/หรือลูกค้า ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการจัดงานคอนเสิร์ตให้กับบริษัท ผู้สนับสนุนศิลปินและผู้ชมให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ

1. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ

การให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากคู่แข่งธุรกิจรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ค่อนข้างง่าย อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทได้วางเป้าหมายในการเป็นผู้นำของธุรกิจโรงเรียนเอกชนให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ โดยการจัดหาบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถตรงตามคุณสมบัติที่กำหนด การสร้างทีมขายให้แข็งแกร่งและมีคุณภาพ การจัดแคมเปญให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าและปรับเปลี่ยนให้ทันต่อเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีระบบการให้รางวัล (Incentive) ในอัตราที่จูงใจและให้ได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งระดับพนักงานและหัวหน้างาน นอกจากนี้ยังทำการตลาดที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้า และเป็นการกระตุ้นยอดขายอีกด้วย

2. ความเสี่ยงจากการจัดหาสถานที่ตั้งในการประกอบธุรกิจตามที่ต้องการ

การจัดหาสถานที่ตั้งที่ดีตามห้างสรรพสินค้าหรือสถานที่เช่าอื่นๆ ทั่วไป เพื่อประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท ถือเป็นปัจจัยหลักของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของแต่ละสาขา ดังนั้นจึงอาจเกิดความเสี่ยงหากกลุ่มบริษัทไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่นั้นๆ ได้หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสัญญาเช่า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกลุ่มบริษัทมีธุรกิจที่หลากหลายเป็นที่รู้จักและนิยมอย่างกว้างขวางสำหรับกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงานตอนต้น และผู้บริโภครวมไป ซึ่งมีส่วนช่วยดึงดูดลูกค้าหรือผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าหรือเจ้าของพื้นที่เช่าอื่นๆ ได้ รวมทั้งกลุ่มบริษัทยังอยู่ในระหว่างการขยายธุรกิจโดยการเปิดสาขาเพิ่มขึ้นทุกปีบนพื้นที่เช่าตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงมีอำนาจต่อรองกับห้างสรรพสินค้าและ/หรือเจ้าของพื้นที่ในการจับจองพื้นที่ที่มีทำเลดีและเหมาะสมก่อนคู่แข่งรายอื่น และยังสามารถทำสัญญาเช่าระยะยาวได้ในราคาที่สมเหตุสมผลอีกด้วย

3. ความเสี่ยงจากผลกระทบของความไม่แน่นอนด้านเศรษฐกิจ การเมือง ภัยธรรมชาติ และเหตุการณ์ร้ายแรง ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของธุรกิจ

รายได้ และผลกำไรของกลุ่มบริษัท ล้วนต้องอาศัยภาคการใช้จ่ายของผู้บริโภค ซึ่งอาจได้รับผลกระทบด้านลบจากปัจจัยภายนอกหลายๆ ปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของกลุ่มบริษัท เช่น ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความไม่สงบทางการเมือง หรือจากภัยธรรมชาติ (เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว เป็นต้น) เป็นต้น และถึงแม้ว่าปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ดังกล่าวเป็นความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการธุรกิจทุกๆ รายต้องเผชิญ แต่บริษัทก็ได้จัดทำมาตรการบริหารความเสี่ยง เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจและผลประกอบการของกลุ่มบริษัทจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดและไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การทำประกันทรัพย์สินที่ครอบคลุมถึงภัยต่างๆ เช่น อัคคีภัยและวาตภัย เป็นต้น

ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

1. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

สืบเนื่องมาจากค่านิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป การใช้ชีวิตของคนไทยที่เน้นความสะดวกสบาย นิยมการรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น และมีการขยายตัวของชุมชนเมืองออกไปอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้ปัจจุบันมีร้านอาหารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคมีทั้งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจากต่างประเทศ กลุ่มร้านอาหารที่ดำเนินกิจการในประเทศทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม จึงทำให้ภาวะการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทได้วางเป้าหมายในการคงความเป็นผู้นำของธุรกิจร้านอาหารสแตนด์ที่มีคุณภาพดีเหมาะสมกับราคานอกจากนี้ยังสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ที่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของเมนูอาหาร ความรวดเร็วของการให้บริการ ตลอดจนมุ่งเน้นการตอบสนองให้ทันความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ทำให้บริษัทสามารถรักษาความเป็นผู้นำและการมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. ความเสี่ยงจากการจัดหาสถานที่ตั้งในการประกอบธุรกิจตามที่ต้องการ

การจัดหาสถานที่ตั้งที่ดีตามห้างสรรพสินค้าหรือสถานที่เช่าอื่นๆ ทั่วไป เพื่อประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท ถือเป็นปัจจัยหลักของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของแต่ละสาขา ดังนั้นจึงอาจเกิดความเสี่ยงหากกลุ่มบริษัทไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่นั้นๆ ได้หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสัญญาเช่า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกลุ่มบริษัทมีธุรกิจที่หลากหลายเป็นที่รู้จักและนิยมอย่างกว้างขวางสำหรับกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงานตอนต้น และผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งมีส่วนช่วยดึงดูดลูกค้าหรือผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าหรือเจ้าของพื้นที่เช่าอื่นๆ ได้ รวมทั้งกลุ่มบริษัทยังอยู่ในระหว่างการขยายธุรกิจโดยการเปิดสาขาเพิ่มขึ้นทุกปีบนพื้นที่เช่าตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงมีอำนาจต่อรองกับห้างสรรพสินค้าและ/หรือเจ้าของพื้นที่ในการจับจองพื้นที่ที่มีทำเลดีและเหมาะสมก่อนคู่แข่งรายอื่น และยังสามารถทำสัญญาเช่าระยะยาวได้ในราคาที่สมเหตุสมผลอีกด้วย

3. ความเสี่ยงจากผลกระทบของความไม่แน่นอนด้านเศรษฐกิจ การเมือง ภัยธรรมชาติ และเหตุการณ์ร้ายแรง ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของธุรกิจ

รายได้ และผลกำไรของกลุ่มบริษัท ล้วนต้องอาศัยภาคการใช้จ่ายของผู้บริโภค ซึ่งอาจได้รับผลกระทบด้านลบจากปัจจัยภายนอกหลายๆ ปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของกลุ่มบริษัท เช่น ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความไม่สงบทางการเมือง หรือจากภัยธรรมชาติ (เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว เป็นต้น) เป็นต้น และถึงแม้ว่าปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ดังกล่าวเป็นความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการธุรกิจทุกๆ รายต้องเผชิญ แต่บริษัทก็ได้จัดทำมาตรการการบริหารความเสี่ยง เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจและผลประกอบการของกลุ่มบริษัทจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดและไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การทำประกันทรัพย์สินที่ครอบคลุมถึงภัยต่างๆ เช่น อัคคีภัยและวาตภัย เป็นต้น

ความเสี่ยงของกลุ่มบริษัทในภาพรวม

1. เกี่ยวกับข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทและบริษัทย่อย มีคดีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบทั้งในด้านบวก และลบต่อ บริษัทและบริษัทย่อย ตามรายละเอียดที่ปรากฏในแบบ 56-1 ข้อ 5 ส่วนของ “ข้อพิพาททางกฎหมาย”

2. ความเสี่ยงจากความเสี่ยงทางการเงิน ความสามารถในการกู้ยืมเงินและปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญากู้ยืมเงิน

นอกเหนือจากการขยายธุรกิจโดยทั่วไปแล้ว กลุ่มบริษัทอาจต้องการเงินทุนเพิ่มเติม เพื่อลงทุนพัฒนาโครงการใหม่ๆ หรือการเข้าซื้อกิจการอื่น ส่งผลให้กลุ่มบริษัทต้องรักษาสภาพคล่องและสำรองวงเงินกู้จากสถาบันการเงินให้เพียงพอเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน อีกทั้งยังต้องจัดหาแหล่งเงินทุนระยะยาวล่วงหน้าและกระจายแหล่งที่มาของเงินทุนให้มีความหลากหลาย อย่างไรก็ตาม ธุรกิจในกลุ่มบริษัทสามารถดำเนินธุรกิจที่ดีและมีสภาพคล่องสูง ซึ่งส่งผลให้กลุ่มบริษัทมีการดำรงฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งเพื่อที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญากู้ยืมเงิน และกลุ่มบริษัทได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวด้วยดีเสมอมา

3. ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

กลุ่มบริษัทต้องอาศัยเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการรองรับระบบการทำงานของหน่วยงานสนับสนุน (Back Office) และยังครอบคลุมถึงหน่วยงานต่างๆ อีกด้วย โดยกลุ่มบริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และไม่หยุดชะงัก หากเกิดความไม่แน่นอน หรือภัยพิบัติต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ทำให้ระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้งานล้มไม่สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและป้องกันผลกระทบจากความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ ในเบื้องต้น กลุ่มบริษัทได้กำหนดให้มีการสำรองข้อมูลต่างๆ เช่น ระบบบัญชี ระบบฐานข้อมูลลูกค้า เป็นต้น โดยมีการบันทึกและเก็บสำรองข้อมูลไว้เพื่อให้เป็นปัจจุบันเสมอๆ พร้อมจัดเก็บไว้ในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

4.1 ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

(1) ทรัพย์สินถาวร

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ¹ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
(1) เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ และบริษัทย่อย คือ บจ. เวฟ ทีวี บจ. เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเชส และบจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองด์ เป็นเจ้าของ	137.38	ไม่มี
(2) ยานพาหนะ	บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ และบริษัทย่อย คือ บจ. เวฟ ทีวี บจ. เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเชส และบจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองด์ เป็นเจ้าของ	17.55	หมายเหตุท้ายตาราง ²

หมายเหตุ

¹ มูลค่าตามบัญชีสุทธิ = ราคาทุน – ค่าเสื่อมราคาสะสม – ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี)

² ยานพาหนะบางส่วนจำนวน 12.77 ล้านบาท มีภาระผูกพันตามสัญญาเช่าการเงิน

(2) สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ¹ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
(1) สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน			
(1.1) สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ³	บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ และบริษัทย่อย คือ บจ. เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเชส และบจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองด์ เป็นเจ้าของ	73.80	ไม่มี
(1.2) สิทธิการเช่าระยะยาว รวม 2 แห่ง ดังนี้ 1) เซ็นทรัล พลาซ่า รัชดา-พระราม 3 ⁴ 2) เซ็นทรัล พลาซ่า ปิ่นเกล้า ⁵	บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ มีสิทธิครอบครองอายุสิทธิการเช่าคงเหลือ 8 ปี อายุสิทธิการเช่าคงเหลือ 3 เดือน	4.5	ไม่มี

หมายเหตุ

³ สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย ลิขสิทธิ์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ความสัมพันธ์กับลูกค้าที่เกี่ยวข้อง และอื่นๆ

⁴ บริษัทเช่าทำสัญญาให้เช่าช่วงแก่บริษัทแห่งหนึ่ง โดยมีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2555 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2557 ในอัตราค่าเช่าเดือนละ 0.2 ล้านบาท


⁵ บริษัทเช่าทำสัญญาให้เช่าช่วงแก่บริษัทแห่งหนึ่ง และบุคคลหนึ่ง โดยมีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2555 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2558 และวันที่ 1 กันยายน 2555 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2558 ตามลำดับ ในอัตราค่าเช่าเดือนละ 0.2 ล้านบาททั้งสองราย

(3) ค่าความนิยม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มบริษัทมีค่าความนิยมจากการซื้อธุรกิจในปี 2557 ได้แก่ หุ่นของบจ. เอ็ฟฟิเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิส และหุ่นของบจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ จำนวน 1,256 ล้านบาท

(4) บริษัทย่อยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า

บริษัท เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ได้ดำเนินธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อร้านอาหารสเต็ก “Jeffer Steak” โดยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า สรุปรายละเอียดได้ดังนี้

รูปแบบเครื่องหมาย	ชื่อเจ้าของ	ประเภทสินค้า/บริการ	เลขทะเบียน/ ประเทศที่จดทะเบียน	ระยะเวลา คุ้มครอง
	บริษัท เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ จำกัด	บริการอาหารและ เครื่องดื่ม	บ48160	10 ปี ตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม 2552 ถึงวันที่ 16 มีนาคม 2562

(5) การดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยที่พึ่งพิงบนสัญญาสัมปทาน Franchise agreement

บริษัท เอ็ฟฟิเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิส จำกัด หรือ “EES” ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ได้ดำเนินธุรกิจที่พึ่งพิงบนสัญญาสัมปทาน Franchise agreement ได้แก่ สัญญาแฟรนไชส์สถาบันสอนภาษาอังกฤษ ภายใต้ชื่อทางการค้า “วอลล์สตรีท อิงลิช”

“Wall Street Institute” หรือ “WSI” ในฐานะเจ้าของสิทธิ (Franchisor) ได้ตกลงให้สิทธิแก่ EES ในฐานะผู้ได้รับสิทธิ (Franchisee) ประกอบธุรกิจสถาบันสอนภาษาอังกฤษภายใต้ชื่อทางการค้า “วอลล์สตรีท อิงลิช” หรือ “Wall Street English” แต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) ในประเทศไทย โดยสาระสำคัญภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ดังกล่าวสรุปได้ดังต่อไปนี้

1) เงื่อนไขการให้สิทธิ

- 1.1) ผู้ได้รับสิทธิได้รับสิทธิให้ดำเนินธุรกิจสถาบันสอนภาษาอังกฤษภายใต้ชื่อทางการค้า “วอลล์สตรีท อิงลิช” แบบครบวงจร โดยจัดตั้งเป็นศูนย์ให้การศึกษาและฝึกอบรมภาษาอังกฤษให้แก่บุคคลทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 17 ปีขึ้นไปทั้งในรูปแบบของบุคคล (Individual Student) และในรูปแบบขององค์กร (Corporate Organization) โดยได้รับสิทธิตามสัญญาเป็นระยะเวลา 10 ปี สัญญาสิ้นสุดวันที่ 29 เมษายน 2565 ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาที่สัญญาดังกล่าวมีผลบังคับใช้ EES จะมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะดำเนินการเปิดสาขาศูนย์การเรียนเพิ่มในประเทศไทย นอกจากนี้ ผู้ได้รับสิทธิได้รับสิทธิให้ต่ออายุสัญญา (Renewal Option) เป็นจำนวน 3 ครั้ง/ครั้งละ 5 ปี รวมระยะเวลาการได้รับสิทธิ เป็น 25 ปี
- 1.2) ผู้ได้รับสิทธิได้รับสิทธิในการใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ที่ WSI ได้พัฒนาขึ้นสำหรับใช้ในการสอนภาษาอังกฤษ รวมถึงสิทธิในการใช้และจำหน่ายอุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอน (Didactic Materials & Products) อันเป็นลิขสิทธิ์ของ WSI
- 1.3) ผู้ได้รับสิทธิได้รับสิทธิในการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Rights) อาทิ ชื่อทางการค้า (Trade Name) เครื่องหมายทางการค้า (Trademark) เครื่องหมายบริการ (Service Mark) รวมถึงองค์ความรู้สำหรับใช้ในการสอนภาษาอังกฤษที่ได้พัฒนาขึ้นในรูปแบบของ WSI (Know-how) ตลอดจนโปรแกรมคอมพิวเตอร์อื่นใดที่ได้พัฒนาขึ้นสำหรับใช้ในการสอนภาษาอังกฤษ

2) ค่าธรรมเนียม

ค่าธรรมเนียมตามสัญญาแฟรนไชส์มี 2 ส่วน คือ (1) ค่าธรรมเนียมเริ่มต้น (Initial Fee) เป็นค่าธรรมเนียมซึ่งทำให้ได้มาซึ่งสิทธิในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ โดยมีการชำระค่าธรรมเนียมดังกล่าวครั้งเดียวตามจำนวนเงินที่กำหนดในสัญญา และ (2) ค่าธรรมเนียมการดำเนินการ (On-Going Fees) เป็นค่าธรรมเนียมสำหรับสิทธิในการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิการใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ที่วอลล์สตรีทได้พัฒนาขึ้น และสิทธิในการใช้และจำหน่ายอุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอน โดยมีกำหนดชำระตามอัตราที่กำหนดเป็นรายงวดตลอดระยะเวลาตามสัญญา

3) การบอกเลิกสัญญา

สัญญาแฟรนไชส์ดังกล่าวอาจสิ้นสุดลงก่อนครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญา (Early Termination) ได้ ในกรณีที่ (ก) ผู้ได้รับสิทธิไม่ปฏิบัติตามให้เป็นไปตามข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญ (Material Default) และไม่สามารถเยียวยาแก้ไขได้ (Non-curable Breach) (ข) ผู้ได้รับสิทธิตกเป็นบุคคลล้มละลายหรือเข้าสู่กระบวนการพิทักษ์ทรัพย์ หรือ (ค) ผู้ได้รับสิทธิไม่ปฏิบัติตามข้อสัญญาใดๆ และไม่ดำเนินการเยียวยาแก้ไขการไม่ปฏิบัติตามสัญญาดังกล่าวให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในหนังสือบอกกล่าวหรือระยะเวลาตามสมควร

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยมุ่งเน้นการลงทุนในสัดส่วนที่มากพอให้บริษัทเข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจได้ โดยบริษัทจะส่งกรรมการเข้าไปเป็นเป็นตัวแทนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมอื่นๆ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

กลุ่มบริษัท มีคดีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบทั้งในด้านบวกและลบต่อบริษัทและบริษัทย่อย โดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. คดีข้อพิพาทยังไม่สิ้นสุดในคดีที่อาจมีผลกระทบด้านบวกต่อสินทรัพย์ของบริษัท หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนทุนทรัพย์ (ไม่รวมดอกเบี้ยและค่าใช้จ่าย) สูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นตามงบการเงิน ณ วันสิ้นปีบัญชีล่าสุด คือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

1.1 บริษัทมีคดีฟ้องร้องกับอดีตผู้ถือหุ้น และผู้บริหารรายหนึ่ง เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2547 ในเรื่องการกระทำผิดข้อตกลงในสัญญาผู้ถือหุ้น (shareholder agreement) และค่าแบ่ง โดยสืบเนื่องจากคณะอนุญาโตตุลาการได้มีคำวินิจฉัยชี้ขาดให้ผู้ถือหุ้น และผู้บริหารดังกล่าว ชดเชยค่าเสียหายให้แก่บริษัทคิดเป็นจำนวนเงินรวม 54.75 ล้านบาท แต่อดีตผู้ถือหุ้น และผู้บริหารดังกล่าวได้ดำเนินการยื่นคำร้องขอเพิกถอนคำชี้ขาดของอนุญาโตตุลาการต่อศาลแพ่ง ซึ่งคดีความดังกล่าวอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลฎีกา

2. คดีข้อพิพาทยังไม่สิ้นสุดในคดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัท หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนทุนทรัพย์ (ไม่รวมดอกเบี้ยและค่าใช้จ่าย) ต่ำกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นตามงบการเงิน ณ วันสิ้นปีบัญชีล่าสุด คือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

2.1 บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง มีข้อพิพาทเพิ่มเติมกับอดีตผู้บริหารรายหนึ่ง เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2550 อดีตผู้บริหารรายดังกล่าวได้ยื่นฟ้องต่อศาลแรงงานกลางให้บริษัทจ่ายดอกเบี้ย เงินเพิ่มในเงินค่าจ้างค้างจ่าย ค่าชดเชย สิ้นจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า และค่าจ้างสำหรับวันหยุดพักผ่อนประจำปี จากต้นเงินประมาณ 9.40 ล้านบาทดังกล่าวข้างต้น และให้จ่ายค่าเสียหายจากการเลิกจ้างอันไม่เป็นธรรมจำนวนเงินรวมประมาณ 13.75 ล้านบาท เงินสะสมและผลประโยชน์ของเงินสะสม และเงินสมทบและผลประโยชน์ของเงินสมทบ จำนวนเงินรวมประมาณ 3.63 ล้านบาท คดีความดังกล่าวศาลได้ยกฟ้องแล้วเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 อดีตผู้บริหารรายดังกล่าวได้ยื่นอุทธรณ์คัดค้านคำพิพากษาศาลแรงงานกลางต่อศาลฎีกา เพื่อให้ศาลฎีกามีคำพิพากษาให้ศาลแรงงานกลางพิจารณาพิพากษาคดีนี้ใหม่ โดยมีได้อุทธรณ์ในเรื่องเงินสะสม เงินสมทบและผลประโยชน์ของเงินดังกล่าว ขณะนี้คดีอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลฎีกา

ทั้งนี้ คดีนี้เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับคดีที่ผู้บริหารรายดังกล่าวได้ยื่นคำร้อง เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2549 ต่อพนักงานตรวจแรงงานเกี่ยวกับการที่บริษัทไม่จ่ายค่าจ้าง เลิกจ้างโดยไม่จ่ายค่าชดเชย ไม่บอกกล่าวล่วงหน้า ไม่จ่ายค่าจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า และไม่จ่ายค่าจ้างสำหรับวันหยุดพักผ่อนประจำปี พนักงานตรวจแรงงานได้มีคำสั่งให้บริษัทย่อยดังกล่าวจ่ายเงินชดเชยจำนวนเงินรวมประมาณ 9.40 ล้านบาท บริษัทย่อยได้ยื่นขอเพิกถอนคำสั่งพนักงานตรวจแรงงานดังกล่าวต่อศาลแรงงานกลาง และศาลได้พิพากษายกฟ้อง บริษัทย่อยได้ยื่นอุทธรณ์ซึ่งคดีความดังกล่าวอยู่ภายใต้การพิจารณาของศาลฎีกา อย่างไรก็ตาม บริษัทได้บันทึกค่าชดเชยดังกล่าวจำนวน 9.40 ล้านบาท เป็นรายจ่ายในปี พ.ศ. 2550 และหนี้สินที่เกี่ยวข้องแสดงภายใต้บัญชี “หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น” บริษัทได้นำเงินจำนวนดังกล่าวไปวางประกันไว้กับศาล และเงินจำนวนดังกล่าวรวมอยู่ในบัญชี “สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น”

โดยเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2557 ศาลฎีกาพิพากษาให้ยกเลิกคำสั่งของพนักงานตรวจแรงงานในส่วนที่เกี่ยวกับเงินค่าชดเชยเลิกจ้าง เงินสิ้นจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า และเงินค่าจ้างสำหรับวันหยุดพักผ่อนประจำปี รวมเป็นจำนวนเงิน 8.62 ล้านบาท โดยให้บริษัทย่อยชำระเพียงเงินค่าจ้างจำนวนเงิน 0.78 ล้านบาท ซึ่งคดีสิ้นสุดแล้ว และบริษัทย่อยดังกล่าวได้รับเงินคืนจำนวน 8.62 ล้านบาท จากศาลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

6.1 รายละเอียดบริษัท

ชื่อ	บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่	อาคารมาลีนนท์ทาวเวอร์ ชั้น 15 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ (02) 665 – 6705 โทรสาร (02) 665 – 6750 www.wave-groups.com
ทะเบียนเลขที่	เลขที่ 0107536000978 (เดิม บมจ.171)
ประเภทธุรกิจ	1. เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์และจัดจำหน่ายละครไทยของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 2. ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมต่างๆ 3. ให้บริการเช่าช่วงพื้นที่ภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าปิ่นเกล้า และเซ็นทรัลพลาซ่า รัชดา-พระราม 3 ตามอายุของสิทธิการเช่าที่บริษัทถือครองอยู่
ทุนจดทะเบียน	324 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว	324 ล้านบาท
จำนวน และชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ จำนวน 32.4 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10.00 บาท

6.2 รายละเอียดของนิติบุคคลที่บริษัท และบริษัทย่อยของบริษัท ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป บริษัทย่อย

ชื่อ	บริษัท เวฟ ทีวี จำกัด
สำนักงานใหญ่	อาคารมาลีนนท์ทาวเวอร์ ชั้น 15 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ	โทรศัพท (02) 665 – 6705 โทรสาร (02) 665 - 6750
หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	ประกอบธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์ และขายโฆษณารายการทางโทรทัศน์ หุ้นสามัญ จำนวน 5 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10.00 บาท
ชื่อ	บริษัท เวฟ พิกเจอร์ส จำกัด
สำนักงานใหญ่	อาคารมาลีนนท์ทาวเวอร์ ชั้น 15 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ	โทรศัพท (02) 665 – 6705 โทรสาร (02) 665 – 6750
หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	ประกอบธุรกิจผลิต และจัดจำหน่ายภาพยนตร์ หุ้นสามัญ จำนวน 1 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท
ชื่อ	บริษัท เวฟ ฟู๊ด กรุ๊ป จำกัด เปลี่ยนชื่อจากบริษัท เวฟ ทีวี แอนด์ มิวส์ สตูดิโอส์ จำกัด เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2557
สำนักงานใหญ่	อาคารมาลีนนท์ทาวเวอร์ ชั้น 15 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ	โทรศัพท (02) 665 – 6705 โทรสาร (02) 665 – 6750
หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	1. ให้เช่าห้องสตูดิโอ เพื่อการผลิตรายการโทรทัศน์ รายการข่าว และภาพยนตร์ 2. ผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์และภาพยนตร์ หุ้นสามัญ จำนวน 5 แสนหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10.00 บาท
ชื่อ	บริษัท ซีวีดี ออแกไนเซอร์ จำกัด
สำนักงานใหญ่	อาคารมาลีนนท์ทาวเวอร์ ชั้น 15 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ	โทรศัพท (02) 665 – 6705 โทรสาร (02) 665 - 6750
หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	บริการจัดงานอีเวนต์ และ ออแกไนเซอร์ หุ้นสามัญ จำนวน 1 แสนหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10.00 บาท

ชื่อ	บริษัท เอฟฟิเชียนท์ อิงลิช เซอร์วิสেস จำกัด
สำนักงานใหญ่	อาคารมดลูกโกศล เลขที่ 317 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทรศัพท์ (02) 660-3000
ประเภทธุรกิจ	โรงเรียนเอกชน สถาบันสอนภาษา รับทำการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ
หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	หุ้นสามัญ จำนวน 630,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10.00 บาท หุ้นบุริมสิทธิ จำนวน 1,026,600 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10.00 บาท

ชื่อ	บริษัท เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ จำกัด ถือหุ้นโดยบริษัท เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด
สำนักงานใหญ่	เลขที่ 11/58 ซอยสุขาภิบาล 5 ซอย 50 (พุทธเชื้อแก้ว) แขวงออเงิน เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220 โทรศัพท์ (02) 150 – 7104-5 โทรสาร (02) 150 – 7106
ประเภทธุรกิจ	1. จัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ รวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เพื่อธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 2. ประกอบกิจการร้านอาหาร จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม
หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	หุ้นสามัญ จำนวน 10,049,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10.00 บาท หุ้นบุริมสิทธิ จำนวน 49,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10.00 บาท

บริษัทร่วม

ชื่อ	บริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี จำกัด (มหาชน) (TSE)
สำนักงานใหญ่	อาคารมาลีนนท์ทาวเวอร์ ชั้น 16 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ (02) 661 - 2701 โทรสาร (02) 661 - 2705
ประเภทธุรกิจ	ประกอบกิจการด้านการผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อจำหน่ายให้ภาครัฐและเอกชน
หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	หุ้นสามัญ จำนวน 1,815 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท

หมายเหตุ : บริษัทลงทุนในหุ้นของบริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี จำกัด (มหาชน) (“TSE”) จำนวน 363.25 ล้านหุ้น ในราคาตามมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทร่วมร้อยละ 20

6.3 รายละเอียดของบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ : (02) 229-2800 โทรสาร : (02) 359-1259
ผู้สอบบัญชี	1 บริษัท ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอส จำกัด ชั้น 15 อาคารบางกอกซิตี้ทาวเวอร์ เลขที่ 179/74-80 ถนนสาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ : (02) 344-1000 โทรสาร : (02) 286-5050 ชื่อผู้สอบบัญชี นายจรเกียรติ อรุณไพโรจน์กุล เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี 3445 และ/หรือ นางณัฐพร พันธุ์อุดม เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี 3430 และ/หรือ นายพิสิฐ ทางธนกุล เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี 4095 2 บริษัท เอ.ซี. ออดิท แอนด์ คอนซัลท์ จำกัด ¹ 100/365 ซอยราษฎร์พัฒนา 14 แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ 10240 โทรศัพท์ : (02) 184-7515 โทรสาร : (02) 184-7515 ชื่อผู้สอบบัญชี สิบเอกสมพร เทียนกระจ่าง เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี 6347
ที่ปรึกษากฎหมาย	บริษัท ฮันตัน แอนด์ วิลเลียมส์ (ไทยแลนด์) จำกัด ชั้น 34 เลขที่ 1/3401-3402 อาคารคิวเฮาส์ลุมพินี ถ.สาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ : (02) 645-8848 โทรสาร : (02) 645-8880
ที่ปรึกษาทางการเงิน	1.บริษัท แอดไวเซอรี พลัส จำกัด ชั้น 10 อาคารธนภูมิ เลขที่ 1550 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : (02) 652-7858-64 โทรสาร : (02) 652-7867 2.ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) 9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ : (02) 777-7777

หมายเหตุ¹ บริษัทย่อยได้เข้าซื้อกิจการบริษัท เจฟเฟอร์เรสโตรองด์ จำกัด เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2557 โดยมีบริษัท เอ.ซี. ออดิท แอนด์ คอนซัลท์ จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีสำหรับการเงิน ปี 2557