

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ได้เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท ซีวดี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2552 โดยจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2536 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 421.20 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท คิดเป็นจำนวนเงิน 421.20 ล้านบาท และมีทุนที่เรียกชำระแล้ว 324 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกจัดตั้ง คือ การผลิตตลับวีดีโอเทปทั้งชนิดไม่บรรจุ Magnetic Tape หรือ V-O และชนิดบรรจุ Magnetic Tape หรือ V-Cassette ปัจจุบันกลุ่มบริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจจากธุรกิจบันเทิงสู่ธุรกิจไลฟ์สไตล์และบันเทิง โดยมีการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์



2. ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมต่างๆ



3. เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์และจัดจำหน่ายละครไทยของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3



4. ให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษโรงเรียนเอกชน ภายใต้ชื่อสถาบันสอนภาษา Wall Street English ("WSE")



5. ให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อ “Jeffer Steak & Seafood”



6. ให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร



1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของบริษัท

วิสัยทัศน์ (Vision)

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

พันธกิจ (Mission)

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการบริหารจัดการ บริษัทมีพันธกิจ สรุปได้ดังนี้

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และความบันเทิง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- การให้ความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัท ให้มีความรู้ ทักษะ และศักยภาพเพื่อบริการที่ดีเลิศ และให้สามารถสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพยิ่งขึ้นให้กับองค์กร
- การดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- การตระหนักและให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการสนับสนุนให้ประชาชนชาวไทยมีชีวิตที่ดีขึ้น

คุณค่าหลัก (Core Value)

โดยคุณค่าหลักที่จะช่วยผลักดันให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และพันธกิจได้แก่

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

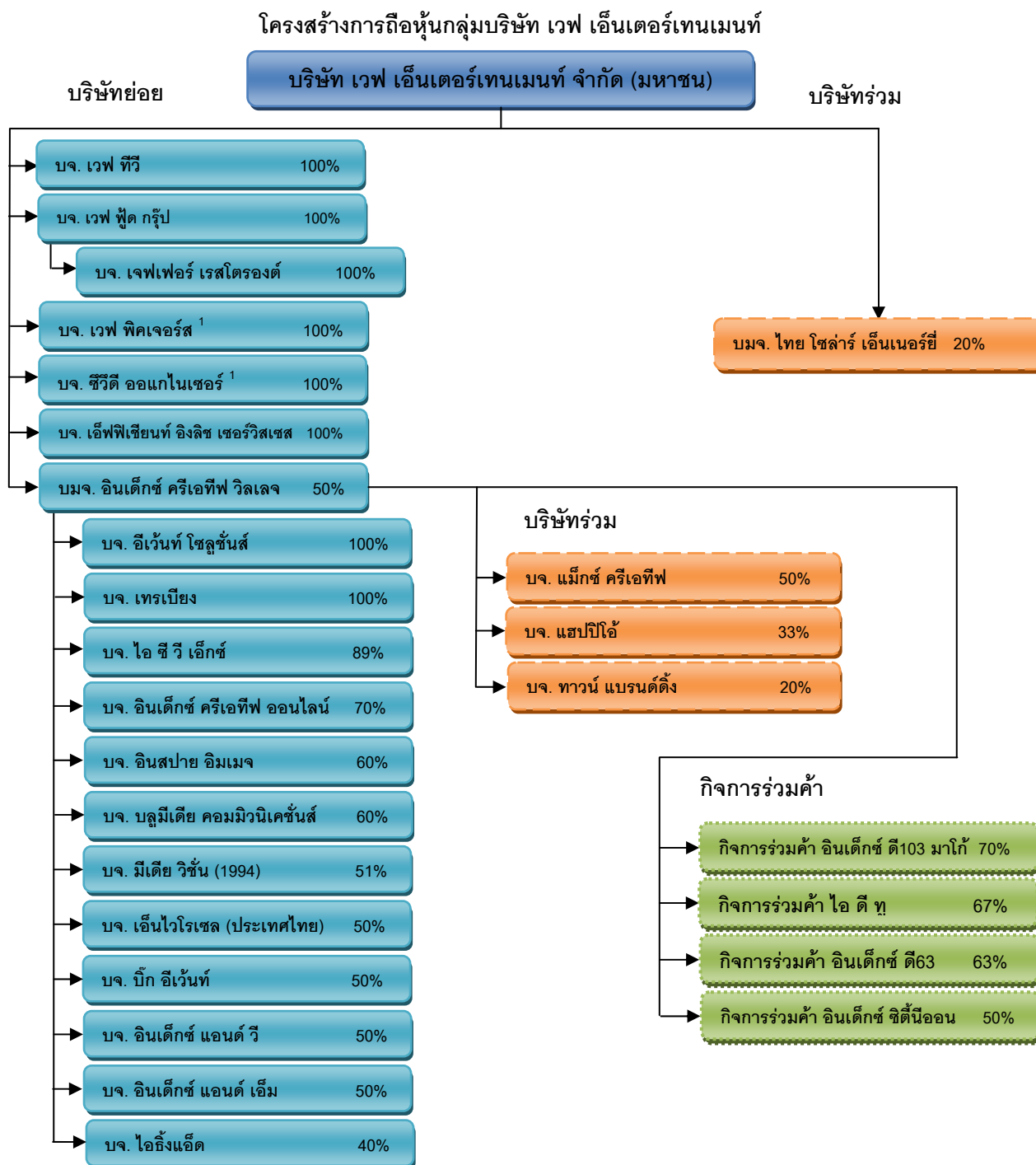
ทั้งนี้ บริษัทได้มีแนวทางหรือกลยุทธ์ในการดำเนินการ ได้แก่ การผลิตผลงานที่มีคุณภาพ มีรูปแบบที่โดดเด่นและมีความหลากหลายเพื่อครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมาย มีกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ยืดหยุ่นและสร้างสรรค์ มีทีมงานและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายดังกล่าว “โดยบริษัทได้จัดทำแผนธุรกิจ ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ของบริษัทข้างต้น โดยมีเป้าหมายทางการเงินและเป้าหมายการเติบโตของรายได้เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ 10% ”

1.2 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาการและสำคัญ

ปี	เหตุการณ์
ปี 2545	บริษัทได้หยุดดำเนินการผลิตตลับวีดีโอสินค้าหลัก
ปี 2550	บริษัทได้ยกเลิกส่วนงานธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายภาพยนตร์พร้อมลิขสิทธิ์
ปี 2553	บริษัทได้ขยายธุรกิจด้านบันเทิง โดยการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์
ปี 2554	<ol style="list-style-type: none"> ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2554 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนเพิ่มในบริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี จำกัด (TSE) ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อจำหน่ายให้ภาครัฐและเอกชนจาก 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	บริษัทได้ขยายธุรกิจด้านบันเทิง โดยการเป็นผู้ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ
ปี 2556	<ol style="list-style-type: none"> บริษัทได้ขยายธุรกิจด้านบันเทิง โดยการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2556 นายประชา มาสินนธ์ ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัท โดยบริษัทได้แต่งตั้งนายแมทธิว กิจโอธาน ให้ดำรงตำแหน่งแทน เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2556 บริษัทชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนใน TSE เพิ่มอีก 104.7 ล้านบาท รวมเป็นเงินลงทุน 341.2 ล้านบาท ส่งผลให้บริษัทถือหุ้นครบ 25% ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วใน TSE
ปี 2557	<ol style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2557 บริษัทได้ขยายธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจ Lifestyle โดยการเข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัท เอ็ฟพีเอ็น อินทิเกรตเต็ด เซอร์วิส จำกัด (EES) ในสถาบันสอนภาษาอังกฤษภายใต้ชื่อ "Wall Street English" ซึ่งเป็นไปตามมติที่ประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 21/2557 ประจำปี 2557 เมื่อวันที่ 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 เพิ่มเติมในธุรกิจร้านอาหารเด็กและอาหารทะเลภายใต้ชื่อ "Jeffer Steak & Seafood" โดยการเข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัท เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ จำกัด ผ่านบริษัท เวฟฟู้ด กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทตามมติที่ประชุมคณะกรรมการ ครั้งที่ 7/2557 เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2557
ปี 2558	เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558 บริษัทได้ขยายธุรกิจ Entertainment ในธุรกิจการให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร ภายใต้ชื่อ "Index" โดยการเข้าซื้อหุ้นจำนวน 86 ล้านหุ้น คิดเป็น 50% ของทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้วของบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการ ครั้งที่ 3/2558 เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2558

1.3 ภาพรวมของการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยที่ดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน

บริษัท มีนโยบายแบ่งการดำเนินงานในลักษณะกลุ่มธุรกิจ โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนี้



หมายเหตุ

¹ หยุดดำเนินงานชั่วคราว



โดยสรุปรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละบริษัท ดังนี้

(1) บริษัท และบริษัทย่อย ประกอบด้วย :

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	สัดส่วนการถือหุ้น ของบริษัทฯ และ ผู้ถือหุ้นรายย่อย (ถ้ามี) (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)
บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)	1. เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์และจัดจำหน่ายละครไทย ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 2. ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต และการจัด กิจกรรมต่างๆ 3. ถือหุ้นในบริษัทอื่น	
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท		
1. บริษัท เวฟ ทีวี จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์ ขายเวลาโฆษณารายการทางโทรทัศน์ 	100%
2. บริษัท เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (เดิมชื่อ บจ. เวฟ ทีวี แอนด์ มิวฟวี่ สตูดิโอส์)	บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างทางธุรกิจโดยการ เปลี่ยนชื่อบริษัท และเปลี่ยนวัตถุประสงค์ของ บริษัทเป็นการลงทุน เพื่อความคล่องตัวในการ บริหารจัดการ	100%
3. บริษัท เอฟพีเชียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเซส จำกัด	โรงเรียนเอกชน สถาบันสอนภาษา รับทำการ ฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ	100%
4. บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)	ให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการ สื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร	50% (อีก 50% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
5. บริษัท เวฟ พิคเจอร์ส จำกัด	หยุดดำเนินงานชั่วคราว	100%
6. บริษัท ซีวดี ออแกไนเซอร์ จำกัด	หยุดดำเนินงานชั่วคราว	100%
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด		
1. บริษัท เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> จัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ รวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ใน การผลิต เพื่อธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ประกอบกิจการร้านอาหาร จำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่ม 	100%
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)		
1. บริษัท อีเว้นท์ โซลูชั่นส์ จำกัด	ให้บริการติดตั้งอุปกรณ์เครื่องเล่นในงานบันเทิง	100%
2. บริษัท เทรเปียง จำกัด	ให้บริการรับตกแต่งสถานที่ และให้บริการ อุปกรณ์ในงานสังสรรค์และงานพิธีกรรม	100%
3. บริษัท ไอ ซี วี เอ็กซ์ จำกัด	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	89% (อีก 11% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
4. บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ ออนไลน์ จำกัด	ให้คำปรึกษาและรับออกแบบจัดสร้างและ ปรับปรุง Website/Flash Media	70% (อีก 30% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	สัดส่วนการถือหุ้น ของบริษัทฯ และ ผู้ถือหุ้นรายย่อย (ถ้ามี) (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)
5. บริษัท อินสปาย อิมเมจ จำกัด	ให้บริการจัดทำ ติดตั้งและรื้อถอนแผ่นป้ายโฆษณา	60% (อีก 40% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
6. บริษัท บลูมีเดีย คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด	ให้บริการออกแบบ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์และสื่อต่างๆ	60% (อีก 40% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
7. บริษัท มีเดีย วิชั่น (1994) จำกัด	ให้บริการอุปกรณ์แสง สี เสียงในงานบันเทิง	51% (อีก 49% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
8. บริษัท เอ็นไวโรเซล (ประเทศไทย) จำกัด	จัดสัมมนา ให้บริการที่ปรึกษา ให้บริการข้อมูลวิจัย วิเคราะห์และสำรวจข้อมูลทางสถิติ	50% (อีก 50% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
9. บริษัท บิ๊ก อีเว้นท์ จำกัด	ผลิตภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ และให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	50% (อีก 50% ถือโดยบจ. วู้ดดี เวิลด์)
10. บริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ วี จำกัด	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	50% (อีก 50% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
11. บริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ เอ็ม จำกัด	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	50% (อีก 50% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
12. บริษัท ไออิงแอ็ด จำกัด	ให้บริการและรับออกแบบงานด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์	40% (อีก 60% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)

(2) บริษัทร่วม ประกอบด้วย :

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	สัดส่วนการถือหุ้น ของบริษัทฯ และ ผู้ถือหุ้นรายย่อย (ถ้ามี) (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)
บริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดยบริษัท		
1. บริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน)	ประกอบกิจการด้านการผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อจำหน่ายให้ภาครัฐและเอกชน	20% (อีก 42.80% ถือโดยบจ. พี.เอ็ม. เอ็นเนอร์ยี่ และอีก 37.20% ถือโดยรายย่อยอื่นๆ)
บริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดยบริษัท อินเด็คซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)		
1. บริษัท แม็กซ์ ครีเอทีฟ จำกัด	ให้บริการที่ปรึกษา บริหารจัดการด้านการปรับปรุงภาพลักษณ์และการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร	50% (อีก 50% ถือโดยบมจ. มาสเตอร์ แอด)
2. บริษัท แอปปีโอ จำกัด	ให้บริการออกแบบและผลิตสื่อ Application และบริการระบบการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต	33% (อีก 0.5% ถือโดยบจ. คารอน บิสซิเนส คอนซัลตัง และอีก 66.50% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
3. บริษัท ทาวน์ แบรินด์ดี้ง จำกัด	ผลิตสื่อโฆษณา	20% (อีก 80% ถือโดยบจ. 3 หนุมาน)

(3) กิจกรรมร่วมค้า ประกอบด้วย :

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	สัดส่วนการถือหุ้น ของบริษัทฯ และ คู่สัญญาอื่น (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)
กิจการที่ควบคุมร่วมกันที่ลงทุนโดยบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)		
1. กิจกรรมร่วมค้า อินเด็กซ์ ดี103 มาโก้	ออกแบบ จัดทำ และบริหารจัดการอาคารแสดง นิทรรศการในงาน Yeosu International Exposition 2012	70% (อีก 10% ถือโดยบจ. ดีไซน์ 103 อินเตอร์เนชั่นแนล และบจ. ดีไซน์ 103 และอีก 20% ถือ โดยบมจ. มาสเตอร์ แอด)
2. กิจกรรมร่วมค้า ไอ ดี ทู	ออกแบบก่อสร้าง จัดแสดง และบริหารจัดการอาคาร แสดงนิทรรศการไทย ในงาน WORLD EXPOSITION 2010	67% (อีก 5% ถือโดยบจ. ดีไซน์ 103 อินเตอร์เนชั่นแนล และบจ. ดีไซน์ 103 และอีก 28% ถือ โดยบจ. รวมนครก่อสร้าง (ประเทศไทย))
3. กิจกรรมร่วมค้า อินเด็กซ์ ดี63	จัดหาผู้รับเหมา ออกแบบ ก่อสร้าง จัดทำ ประกอบ ติดตั้ง งานจัดแสดง ผลิตภัณฑ์จัดแสดง และบริหาร จัดการอาคารแสดงนิทรรศการในงาน CP-MEIJ VISITOR CENTER	63% (อีก 37% ถือโดยบจ. ดี ซิกซ์ตี้ ทรี)
4. กิจกรรมร่วมค้า อินเด็กซ์ ชิตินีออน	จัดหาผู้รับเหมา จัดทำ ประกอบติดตั้ง งานจัดแสดง และผลิตภัณฑ์จัดแสดงสำหรับพิพิธภัณฑ์ศิริราช	50% (อีก 50% ถือโดยบจ. ชิตินีออน ดิสเพลส แอนด์ คอนสตรัคชั่นส์ (ประเทศไทย))

หมายเหตุ กิจกรรมร่วมค้าดังกล่าวอยู่ในระหว่างดำเนินการชำระบัญชี

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้รวมของทั้งกลุ่มบริษัทในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	%การถือหุ้น ของ WAVE หรือบริษัท ย่อย	ปี2556		ปี2557		ปี2558	
			รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
รายได้รวม								
1. ร้านอาหาร	JEFFER	100	-	-	57	9	723	33
2. สถาบันสอนภาษา	EES	100	-	-	464	70	716	33
3. กิจกรรมทางการตลาด ¹	Index Group	50	-	-	-	-	546	25
4. ผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์	WAVE TV	100	179	62	65	10	98	4
5. ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต ธุรกิจเพลง และบริหารศิลปิน	WAVE		57	20	42	6	84	4
6. ผลิต และจัดจำหน่ายภาพยนตร์	WAVE Pictures	100	40	14	-	-	-	-
7. รายได้อื่น	All Companies		13	4	38	6	16	1
รวมรายได้			289	100	666	100	2,183	100
อัตราการเติบโต				60%		130%		228%

หมายเหตุ

- ¹ บริษัทได้เข้าถือหุ้นจำนวน 86 ล้านหุ้น คิดเป็น 50% ของทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว ของบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) (Index) เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558 และเนื่องจากบริษัทมีอำนาจควบคุมใน Index ส่งผลให้บริษัทต้องรับรู้รายได้ ต้นทุนและค่าใช้จ่ายเต็มจำนวน จากธุรกิจกิจกรรมทางการตลาด ในขณะที่รับรู้ส่วนแบ่งกำไรตามสัดส่วนของการลงทุนเพียง 50% ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2558 เป็นต้นมา

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์**2.1 ธุรกิจผลิต รับจ้างผลิต และจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์**

ดำเนินงานภายใต้ บจ.เวฟ ทีวี (“บริษัทฯ”)

2.1.1 ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์**ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์ โดยการแบ่งเวลาจากทางสถานีเพื่อออกอากาศรายการโทรทัศน์ และขายโฆษณา โดยมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา รายได้จากการโปรโมทสินค้าและบริการในรายการโทรทัศน์ ปัจจุบัน รายการโทรทัศน์ของกลุ่มบริษัทที่แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ มีจำนวน 1 รายการ กล่าวคือ



ชื่อรายการ	จุดนัดภพ
วันที่ออกอากาศ	ทุกวันเสาร์
เวลาที่ออกอากาศ	23.30 – 24.15 น.
สถานีโทรทัศน์	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
ออกอากาศ	เริ่มออกอากาศกลางเดือนมีนาคม 2555 ถึงเดือนตุลาคม 2558
ผู้ชมเป้าหมาย	ครอบคลุมทั่วไป ทุกเพศทุกวัย
นิยามรายการ: จุดนัดภพ เป็นเรื่องราวของภารกิจพิชิตพิลัน ภพผกผัน พัวพันด้วยกรรมบุญ เรื่องราวของการพบกันระหว่างผีกับคน	

การตลาดและการแข่งขัน

- **กลยุทธ์การแข่งขัน**

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท คือ ดำเนินธุรกิจการบันเทิง เพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ อย่างไรก็ตามกลุ่มลูกค้าของบริษัทก็คือผู้ชมรายการ ดังนั้นบริษัทจะต้องแข่งขันด้านคุณภาพของรายการกับสถานีอื่น ๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน

เนื่องจากรายได้ของธุรกิจนี้ มาจากรายได้จากการขายเวลาโฆษณา จึงต้องแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ในช่วงเวลาดังกล่าวทั้งจากผู้ประกอบการรายเดิม และผู้ประกอบการใหม่ที่จะเข้ามาในอนาคต บริษัทจะใช้กลยุทธ์ในการ กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และควบคุมคุณภาพของรายการ มีรายการหลากหลายประเภท นอกจากนี้จะพยายามคัดสรรผู้ผลิตรายการให้เหมาะสมกับประเภทรายการ หรือเรื่องที่จะทำการผลิต เนื่องจากผู้ผลิตรายการแต่ละรายจะมีความถนัดแตกต่างกันออกไป รวมทั้งกำหนดนโยบายในการสร้างสรรค์ และพัฒนารายการโทรทัศน์ของบริษัท อยู่เสมอ อีกทั้งยังมีการพัฒนารายการเดิมอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านรูปแบบรายการ เนื้อหาสาระ และความบันเทิง เพื่อให้รายการของบริษัทฯ ได้รับความนิยมจากประชาชนโดยตลอด

นโยบายและการกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดราคาอัตราค่าโฆษณา และอัตราค่าโปรโมทให้มีความเป็นธรรม และคุ้มค่าต่อลูกค้าเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว ซึ่งการกำหนดราคาจะพิจารณาจากความต้องการของแต่ละรายการ สถานี และช่วงเวลาที่จะออกอากาศ ซึ่งเป็นอัตราที่สามารถแข่งขันได้กับคู่แข่งในอุตสาหกรรม นอกจากนี้กลยุทธ์การจำหน่ายแบบ แพ็กเกจมีส่วนช่วยให้การกำหนดราคามีความยืดหยุ่น และสนองความต้องการของลูกค้าโฆษณาได้มากยิ่งขึ้น กล่าวคือลูกค้าสามารถเลือกลงโฆษณาและประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ ได้หลายรูปแบบในหลายรายการ โดยลูกค้าสามารถเลือกซื้อเวลาโฆษณาและเป็นผู้สนับสนุนรายการเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการในรายการเดียว หรือการเลือกซื้อเวลาโฆษณาและเป็นผู้สนับสนุนรายการเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการในหลายรายการ

● **ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มลูกค้าที่ซื้อเวลาโฆษณาและโปรโมทกับบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) คือ บริษัทที่ให้บริการวางแผนการโฆษณา และจัดสรรเวลาโฆษณาให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะซื้อเวลาโฆษณา และโปรโมทกับบริษัทฯ เป็นแพ็กเกจ (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 และไม่มีลูกค้าบุคคลภายนอกรายใดซื้อเวลาโฆษณาจากกลุ่มบริษัทในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาเกินกว่าร้อยละ 30 เมื่อเทียบจากรายได้รวม

กลุ่มผู้ชมรายการเป้าหมาย

บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตรายการที่ให้ผู้คนทุกกลุ่มทุกสาขาอาชีพสามารถชมได้ และได้รับสาระและความบันเทิง โดยกลุ่มผู้ชมหลักของรายการจะเป็นตามลักษณะเฉพาะของรายการโทรทัศน์ดังนี้

รายการ	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย
"จุดนัดพบ"	สำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย

● การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและการตลาดทำหน้าที่ในการจำหน่ายเวลาโฆษณาและการโปรโมทของบริษัทเอง โดยปกติในการจำหน่าย จะมีเจ้าหน้าที่ของผู้รับจ้างเข้าไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง เพื่อเสนอรูปแบบ และแพ็คเกจการโฆษณา และโปรโมทรายการโทรทัศน์ต่างๆ ของบริษัทฯ รูปแบบการจำหน่ายมีทั้งการจำหน่ายนาฬิกาโฆษณา การเป็นผู้สนับสนุนรายการโดยโปรโมทสินค้าหรือบริการ การขายแบบเป็นแพ็คเกจในรายการเดียว หรือการขายแบบเป็นแพ็คเกจในหลายรายการ โดยมีลักษณะการจำหน่ายดังนี้

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

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

● สภาพการแข่งขัน

ในปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัว ส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณาได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวม อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมาพบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดเสมอมา เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้จำนวนมากและนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ประกอบกับการเข้ามาของช่องทางทีวีดิจิทัลที่มีแนวโน้มของส่วนแบ่งการตลาดไปในทิศทางที่ดีขึ้น

ในส่วนของการแข่งขันด้านการผลิตรายการทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งผู้จัดละครโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกระแสนิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงรายการอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์เองด้วย โดยที่ผ่านมาสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอ และมีการเพิ่มรายการโทรทัศน์ใหม่หลายรายการเพื่อเพิ่มกระแสนิยมของผู้ชมโทรทัศน์

● การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

ในการผลิตรายการโทรทัศน์มีต้นทุนหลักในการผลิต ได้แก่ ค่าจ้างผลิต, ค่าใช้จ่ายในการผลิต, เงินรางวัล, ค่าบทประพันธ์ 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 อาจมีการปรึกษารื้อกับทางสถานีโทรทัศน์หรือลูกค้าโฆษณาล่วงหน้า เพื่อวางแผนทางการผลิตรายการโทรทัศน์ หลังจากนั้นจึงเริ่มดำเนินการเลือกสถานีและช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมกับรายการ และจัดทำเป็นข้อเสนอ (Proposal) เพื่อเสนอให้ทางสถานีพิจารณา

การพิจารณาอนุมัติของสถานี

การพิจารณาของแต่ละสถานีจะมีหลักเกณฑ์แตกต่างกันไป โดยมีหลักใหญ่ๆ ในการพิจารณา คือ รูปแบบรายการ และความสามารถในการชำระค่าเช่าเวลา ซึ่งการพิจารณารูปแบบรายการนั้น ทางสถานีจะพิจารณาจากความเหมาะสมของลักษณะรายการกับเวลาออกอากาศ ประสิทธิภาพของผู้จัดรายการ และสำหรับรายการเดิมที่มีการออกอากาศมาแล้ว สถานีจะพิจารณาถึงความนิยมของรายการ และกระแสตอบรับของประชาชนและผู้ชมมวลชนเป็นหลัก

ลักษณะการทำข้อตกลงกับสถานีโทรทัศน์

สถานีจะเป็นผู้กำหนดข้อตกลงของเวลาออกอากาศกับทางสถานี โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ มีการแบ่งเวลาโฆษณากับทางสถานี (Time Sharing) สำหรับกรณี Time Sharing บริษัทฯ ไม่ต้องชำระค่าเช่าเวลากับทางสถานีทำให้ไม่มีต้นทุนค่าเช่าเวลา แต่บริษัทฯ ต้องแบ่งเวลาในการขายโฆษณาสวนหนึ่งตามสัดส่วนที่ตกลงกันให้กับทางสถานีไปจัดจำหน่ายเอง ทั้งนี้บริษัทฯ และสถานีจะร่วมกันกำหนดอัตราค่าโฆษณาและส่วนลดที่จะให้กับผู้ซื้อเวลาโฆษณาให้เป็นอัตราเดียวกัน

2) ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์และบันทึกเทป (กรณีบริษัทฯ ว่าจ้างให้ผู้ผลิตรายการอิสระอื่นผลิตรายการให้จะไม่ขึ้นตอนนี้)

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 โดยการประชุมเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกกระตมความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวคิด (Concept) และข้อสรุปเนื้อหา สาระ บันเทิง ในบทละครที่ต้องการนำเสนอ และสรุปแผนงานเพื่อส่งให้ทีมผลิต รายการวางแผนการดำเนินงาน กำหนดวันบันทึกเทป นัดหมายดารานักแสดง และกระจายงานไปยังส่วนงานต่างๆ เพื่อเตรียมงานก่อนการถ่ายทำ

นอกเหนือจากการผลิตในแต่ละเทปแล้ว ทีมงานเตรียมการผลิตของแต่ละรายการมีหน้าที่เตรียมงาน และวางแผนล่วงหน้าทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อกำหนดรูปแบบหรือทิศทางการดำเนินรายการโทรทัศน์ ทั้งนี้ เพื่อรักษาความนิยมของรายการและสรรหาแนวทางนำเสนอใหม่ๆ และตรงกับความต้องการของผู้ชมรายการ กระบวนการต่างๆ ได้แก่ การค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้พัฒนารายการ การสรรหาดารานักแสดง เป็นต้น

2.2) ขั้นตอนการถ่ายทำรายการ / บันทึกเทป (Production)

การถ่ายทำรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ จะถ่ายทำรายการล่วงหน้าประมาณ 2 - 4 สัปดาห์ ทั้งนี้ เพื่อให้ฝ่ายผลิตมีเวลาที่พอเพียงและสามารถควบคุมคุณภาพของรายการก่อนออกอากาศได้ เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนเตรียมการผลิต ฝ่ายผลิตจึงนัดถ่ายทำรายการที่สถานที่ต่างๆ 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 รับจ้างผลิตละครโทรทัศน์และออกอากาศในปี 2558 อยู่ 1 เรื่อง คือ เรื่อง “แก้วตาหวานใจ”



ชื่อรายการ	“แก้วตาหวานใจ”
วันที่ออกอากาศ	ทุกวันศุกร์ – อาทิตย์
เวลาออกอากาศ	20.15 - 22.30 น.
สถานีโทรทัศน์	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
เริ่มออกอากาศ	กุมภาพันธ์ 2558
ผู้ชมเป้าหมาย	ครอบครัวทั่วไป ทุกเพศทุกวัย
<p>นิยามรายการ:</p> <p>แก้วตาหวานใจ เป็นเรื่องราวของชายหนุ่มที่เป็น “กุลสตรี” กับ หญิงสาว “มาดแมน” บังเอิญมารวมชายคาเดียวกัน โดยเหตุผลหลักของการโคจรมาพบกันของทั้งคู่ก็คือ เด็กหญิง “มดตะนอย” ตัวน้อยๆ ที่จะกดหัวใจของเขาและเธอให้สับสน คั่นๆ กันเลยทีเดียว</p>	

บริษัทฯ อยู่ระหว่างการผลิตละครโทรทัศน์ที่รับจ้างผลิต 2 เรื่อง คือ เรื่อง “บ่วงอธิฐาน” และ เรื่อง “บัลลังก์ดอกไม้” ซึ่งคาดว่าจะออกอากาศในปี 2559 นี้



ชื่อรายการ	“บ่วงอิฐฐาน”
วันที่ออกอากาศ	ระหว่างรอออกอากาศ
เวลาออกอากาศ	20.15 - 22.30 น.
สถานีโทรทัศน์	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
เริ่มออกอากาศ	ในปี 2559
ผู้ชมเป้าหมาย	ครอบครัวทั่วไป ทุกเพศทุกวัย
นิยามรายการ: บ่วงอิฐฐาน เป็นเรื่องราวศิลาจารึกซึ่งตกทอดมาจากนครที่สาปสูญ คือที่มาของความรักและความอาฆาตแค้นที่ถูกกลบฝังมานานาน (แนวลึกลับ ย้อนภพชาติ)	

ชื่อรายการ	“บัลลังก์ดอกไม้”
วันที่ออกอากาศ	ระหว่างรอออกอากาศ
เวลาออกอากาศ	20.15 - 22.30 น.
สถานีโทรทัศน์	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
เริ่มออกอากาศ	ในปี 2559
ผู้ชมเป้าหมาย	ครอบครัวทั่วไป ทุกเพศทุกวัย
นิยามรายการ: บัลลังก์ดอกไม้ เป็นเรื่องราวของพินัยกรรมประหลาด ที่ได้รับรื้อฟื้นผู้หญิงกระโดดกระเดก และผู้ชายโสเภณีแต่ใจ เข้าด้วยกันอย่างไม่มีทางเลือก แม้จะเริ่มต้นด้วยความขัดแย้ง ทว่าความรักบังเกิดขึ้นกลางใจ พายุร้ายจึงกลายเป็นสายลมอบอุ่นที่โอบอุ้มดอกไม้ให้เบ่งบานงดงาม	

การตลาดและการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท คือ ดำเนินธุรกิจการบันเทิง เพื่อผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ อย่างไรก็ตามกลุ่มลูกค้าของบริษัท ก็คือ ผู้ชมรายการ ดังนั้นบริษัท จะต้องแข่งขันด้านคุณภาพของรายการกับผู้จัดรายอื่นๆ

● กลุ่มผู้ชมรายการเป้าหมาย

บริษัท มุ่งเน้นการผลิตละครโทรทัศน์ที่ให้ผู้คนทุกกลุ่มทุกสาขาอาชีพสามารถชมได้ และได้รับสาระและความบันเทิง โดยกลุ่มผู้ชมหลักจะเป็นตามลักษณะเฉพาะของแต่ละประเภทละครโทรทัศน์ กล่าวคือ

รายการ	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย
“แก้วตาหวานใจ”	สำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย
“บ่วงอิฐฐาน”	สำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย
“บัลลังก์ดอกไม้”	สำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย

● การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจรับจ้างผลิตละครโทรทัศน์ ซึ่งจะต้องมีการนำเสนอรูปแบบละครที่จะสร้างแก่ทางสถานีและเมื่อได้รับอนุมัติให้ดำเนินการสร้างได้แล้วก็จะมีการทำสัญญาว่าจ้างกับทางสถานีเป็นรายเรื่องและได้กำหนดให้ส่งมอบม้วนเทปที่เสร็จสมบูรณ์แล้วแก่สถานีเพื่อรอการออกอากาศต่อไป

● สภาพการแข่งขัน

ในปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัว ส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณาได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวม อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมาพบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดเสมอมา เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้จำนวนมากและนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน

ในส่วนของสภาพการแข่งขันด้านการผลิตรายการทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งผู้จัดละครโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกระแสความนิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์เองด้วย โดยที่ผ่านมาสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอ และมีการเพิ่มรายการโทรทัศน์ใหม่หลายรายการเพื่อเพิ่มกระแสความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์

● การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

ขั้นตอนการผลิตละครโทรทัศน์จะมีความคล้ายคลึงกับการผลิตรายการโทรทัศน์ที่กล่าวข้างต้นโดยสรุป ดังนี้

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

2.2 ธุรกิจให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรมต่างๆ

ดำเนินงานภายใต้ บมจ.เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ (หน่วยธุรกิจ i-Wave)

ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

การจัดคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรม

ได้แก่ การจัดงานกิจกรรมพิเศษ การจัดงานแถลงข่าว การจัดงานดนตรีสด การแสดงคอนเสิร์ตของศิลปิน โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนแนวความคิดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สรรหา คัดสรร ศิลปินไทย ศิลปินต่างประเทศ คอนเทนท์งานแสดงต่างๆ ไปจนถึงการจัดการด้านเตรียมงาน การประชาสัมพันธ์ การฝึกซ้อม ออกแบบตกแต่งสถานที่การแสดง และการจัดจำหน่ายบัตร

ในปี 2558 กลุ่มบริษัทมีการจัดแสดงคอนเสิร์ตทั้งสิ้น 3 คอนเสิร์ต 4 รอบการแสดง ได้แก่ The Palace and Friend (Restage) 1 รอบการแสดง Nuvo Love Story 2 รอบการแสดง และ Yesterday Once More 1 รอบการแสดง



การตลาดและภาวะการแข่งขัน

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท คือ นำเสนอความบันเทิงให้กับกลุ่มผู้บริโภค 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**

- ผลิตผลงานที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มบริษัทฯ เน้นการผลิตคอนเสิร์ตที่มีคุณภาพ และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย หรือกลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิงอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งมีศักยภาพในการซื้อสินค้าและบริการ และด้วยคุณภาพของทีมงานและศิลปิน ผลงานจึงได้รับการตอบรับและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

- ผลิตผลงานที่มีคุณภาพและมีรูปแบบที่โดดเด่น

เนื่องจากธุรกิจปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูงการเลือกซื้อโฆษณาของลูกค้าจะพิจารณาศิลปินที่ได้รับความนิยมและมีคุณภาพเป็นสำคัญ ดังนั้นกลุ่มธุรกิจได้ตระหนักและให้ความสำคัญในการผลิตผลงานที่มีคุณภาพโดยมุ่งเน้นการให้ความบันเทิงที่คุณค่า คุ่มค่า และเป็นงานที่น่าประทับใจสำหรับผู้ชม

- ทีมงานและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ

ทีมงานและบุคลากรของบริษัท และทีมผู้ผลิตเป็นมืออาชีพที่มีประสบการณ์ในวงการอย่างต่อเนื่องและยาวนานมีผลงานและภาพพจน์ที่ดีเสมอมา ซึ่งเป็นส่วนสำคัญหนึ่งในองค์ประกอบการทำงานที่มีคุณภาพและสร้างความสำเร็จในผลงานจนได้รับความไว้วางใจและความมั่นใจของผู้ชมที่ติดตามงานของบริษัท

- มีนโยบายด้านการตลาดที่ยืดหยุ่นและสร้างสรรค์

ด้านราคา

กลุ่มธุรกิจได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในด้านราคาแบบเหมารวม (Package) โดยมี package ในราคาที่คุ้มค่าให้ลูกค้าเลือกได้ เพื่อให้สอดคล้องตามงบประมาณของลูกค้า นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจยังมีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มีการเซ็นสัญญาในระยะยาวเพื่อความต่อเนื่องในการบริหารงบประมาณของลูกค้า

- มีนโยบายการมีหุ้นส่วนการดำเนินการ

กลุ่มธุรกิจได้เปิดโอกาสในการมีหุ้นส่วนเพื่อร่วมดำเนินการในการจัดงาน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการด้านรายได้ของการจัดงานและการใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้าอีกด้วย

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน**

การแข่งขันของธุรกิจมีแนวโน้มที่จะรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการผลิตงานที่มีคุณภาพ มีแนวคิดสร้างสรรค์ และมีความคล่องตัวในการปรับกลยุทธ์ได้ทันต่อที่จะสามารถที่จะครองส่วนแบ่งตลาดได้มั่นคงกว่า

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

องค์ประกอบสำคัญในการผลิตคอนเสิร์ต คือ

- 1) ศิลปินและบุคลากร
- 2) ต้นทุนการผลิต

ในส่วนของต้นทุนการผลิตของกลุ่มบริษัท ค่าใช้จ่ายหลักคือ ค่าเช่าสถานที่ ค่าจ้าง ค่าตัวศิลปิน ซึ่งทางกลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาอย่างถูกต้อง ได้แก่ ค่าตัวศิลปิน ค่าจ้าง ค่าลิขสิทธิ์เพลง

2.3 ธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษโรงเรียนเอกชน ภายใต้ชื่อสถาบันสอนภาษา

Wall Street English (“WSE”)

ดำเนินงานภายใต้ บริษัท เอ็ฟพีเคเอ็นท์ อิงลิช เซอร์วิสেস จำกัด (“บริษัทฯ”)



ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ เป็นบริษัทผู้ดำเนินการและให้บริการด้านการสอนภาษาอังกฤษสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Learner) อายุ ตั้งแต่ 17 ปี ขึ้นไป ภายใต้ชื่อว่า สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช (Wall Street English) ซึ่งผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการดังกล่าวเป็นการดำเนินการภายใต้ลิขสิทธิ์ของบริษัท Pearson Education Limited ซึ่งเป็นบริษัทผู้ประกอบกิจการและจัดทะเบียนของประเทศอังกฤษ และเป็นผู้นำทางธุรกิจด้านการศึกษารายใหญ่ที่สุดของโลก นอกจากนี้บริษัท ฯ หรือสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช ยังเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550

ในระดับของสากล สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช (Wall Street English) เป็นสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่มีประสบการณ์มากกว่า 43 ปี และมีสาขามากกว่า 450 แห่ง ในจำนวน 28 ประเทศทั่วโลก มีนักเรียนไม่ต่ำกว่า 4 ล้านคน สำหรับประเทศไทย บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่ได้รับลิขสิทธิ์จาก บริษัท Pearson Education Limited เพื่อให้ประกอบกิจการในอาณาเขตของประเทศไทย ซึ่งบริษัทฯ ได้เปิดดำเนินการในประเทศไทยมากกว่า 10 ปีเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 มีนักเรียนผ่านการเรียนที่สำเร็จและจบหลักสูตรแล้วทั้งสิ้นกว่า 45,000 คน และจำนวนนักเรียนในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนกว่า 11,000 คน ปัจจุบันบริษัทฯ มีสาขาเปิดให้บริการในกรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 8 สาขาเพื่อรองรับการให้บริการให้ครอบคลุมทั่วทั้งกรุงเทพฯ และปริมณฑล และอีกจำนวน 1 สาขาในส่วนภูมิภาคที่จังหวัดเชียงใหม่ คือ สาขาเซ็นทรัล เฟสติวัล เชียงใหม่ ทำให้บริษัทฯ มีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 9 สาขา

นอกจากนี้ ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2559 บริษัทฯ ได้มีแผนงานการขยายธุรกิจไปสู่ส่วนปริมณฑลเพิ่มอีกจำนวน 1 สาขา คือ สาขาเซ็นทรัล เวสต์เกต โดยรวมจะทำให้บริษัทฯ มีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 10 สาขา

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

นอกจากนี้ เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษทางบริษัท ฯ จึงจัดให้มีหลักสูตรพิเศษ (VIP Course) สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเรียนภาษาอังกฤษให้ได้ผลสัมฤทธิ์โดยเร็วที่สุด โดยผ่านกระบวนการเรียนแบบหนึ่งต่อหนึ่งกับอาจารย์ชาวต่างชาติ ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเป็นไปได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาพรวมของตลาดสถาบันสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่จำเป็นต้องนำไปใช้ในการติดต่อสื่อสารและเชื่อมโยงกันทั่วโลก และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการรวมตัวกันเป็นหนึ่งเดียวภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ทำให้ตลาดมีการตื่นตัวในการพัฒนาภาษาอังกฤษอย่างกว้างขวาง

สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิชซึ่งได้เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปีและมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับหลักสูตรของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช เป็นที่รู้จักและยอมรับกันโดยทั่วไปว่ามีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ อีกทั้งยังเป็นหลักสูตรที่ผ่านการรับรองของ CEFR (Common European Framework of Reference) จากมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ประเทศอังกฤษ จึงส่งผลให้สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช มีศักยภาพในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี

● กลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช มีตั้งแต่กลุ่มนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย นิสิต นักศึกษาในระดับอุดมศึกษา และประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจในการพัฒนาภาษาอังกฤษ

● กลยุทธ์ในการแข่งขัน

การให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากคู่แข่งธุรกิจรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ค่อนข้างง่าย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้วางเป้าหมายในการเป็นผู้นำของธุรกิจโรงเรียนเอกชน ให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ โดยการจัดหาบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถตรงตามคุณสมบัติที่กำหนด มีสถานที่ตั้งในทำเลที่ดีและเหมาะสม การสร้างทีมขายให้แข็งแกร่งและมีคุณภาพ การจัดแคมเปญให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าและปรับเปลี่ยนให้ทันต่อเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังทำการตลาดที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้า และส่งเสริมการขายผ่านกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าเก่าอย่างต่อเนื่อง ด้วยแคมเปญที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายอีกด้วย

- **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 สำหรับบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการเรียนการสอนเป็นบุคลากรที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามข้อกำหนดของกระทรวงศึกษาธิการ

2.4 ธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อร้านอาหารสเต็ก “Jeffer Steak & Seafood”
ดำเนินงานภายใต้ บจ.เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ (“บริษัทฯ”)



ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท เจฟเฟอร์เรสโตรองต์ จำกัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Jeffer” เป็นร้านสเต็กที่มีความหลากหลายของเมนูให้เลือกสรร อาทิเช่น สเต็กเนื้อ หมู ไก่ ปลา ซีฟู้ดส์ ซุป และสลัดต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างและจุดขายให้กับบริษัท ลูกค้าสามารถเลือกจับคู่เมนูต่างๆ ได้เองทุกรายการขึ้นอยู่กับความชอบ นอกเหนือจากนั้น ร้านเจฟเฟอร์ ยังมีเครื่องดื่มต่างๆ ให้ลูกค้าได้เลือกทานคู่กับอาหารจานหลักอีกด้วย นอกจากอาหารจานหลักแล้ว เจฟเฟอร์ ยังมีเมนูของหวาน ไอศกรีม และ เครื่องดื่มให้เลือกอีกหลายหลายชนิด

เจฟเฟอร์ เป็นร้านอาหารที่เน้นบรรยากาศภายในร้านดูสบายๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้ถึงความเป็นกันเอง และเหมาะกับทุกโอกาสไม่ว่าจะเป็นการสังสรรค์ พบปะพูดคุยในกลุ่มเพื่อน หรือ กลุ่มคนทำงานที่มีเวลาน้อย โดยเฉพาะช่วงพักกลางวัน ที่ต้องการเวลาการรับประทานในร้านอย่างรวดเร็ว บริษัทก็พร้อมด้วยการบริการที่รวดเร็วของทางร้าน

อาหารทุกเมนูที่เจฟเฟอร์จะต้องปรุงสดใหม่ทุกวัน เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้รับความคุ้มค่าทั้งจากคุณค่าของอาหาร รสชาติ และราคาที่สมเหตุสมผล

ปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัท เจฟเฟอร์เรสโตรองต์ จำกัด มียอดขายภาพรวมเติบโต 7 % จากปี 2557 โดยมีจำนวนสาขาทั้งหมด 79 สาขา กระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็น เขตกรุงเทพ 38 สาขา และต่างจังหวัด 41 สาขา ซึ่งกระจายอยู่ตามศูนย์การค้าชั้นนำ ทั้งในกรุงเทพและหัวเมืองหลักในเขตต่างจังหวัด เน้นตามแหล่งธุรกิจ โรงเรียน และชุมชน เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงร้านอาหารเจฟเฟอร์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

การตลาดและการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

- การบริหารต้นทุน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ สร้างอำนาจการต่อรองกับผู้จัดจำหน่าย ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนการจัดซื้อและต้นทุนวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมจัดเสิร์ฟลูกค้า 4,000,000 คน ต่อปี ได้อย่างต่อเนื่อง

- การสร้างแบรนด์

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

- การกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดราคาสินค้าโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก เพื่อให้ผู้บริโภคทุกกลุ่ม ทุกวัย และทุกสาขาอาชีพได้มีโอกาสทานสเต็กที่มีคุณภาพ ในร้านที่สะดวกสบาย ในราคาที่ย่อมเยาว์ สมเหตุสมผล

- การขยายสาขา

บริษัทฯ มีนโยบายการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องตลอดมา โดยคำนึงถึงเรื่องการลงทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนในแต่ละสาขา พิจารณาจากทำเลที่ตั้งที่ดีและเหมาะสม ความหนาแน่นของประชากร และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นสำคัญ ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น

- การจัดโปรโมชั่น

ความคุ้มค่าจะกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าให้น้ำหนักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร โดยที่ผ่าน มาบริษัท เลื่อนนำเสนอเมนูอาหารที่มีความหลากหลาย ในราคาที่คุ้มค่าเหมาะสม เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าใหม่ ๆ ให้กว้างขึ้น และกระตุ้นลูกค้าเก่าให้เข้ามาใช้บริการซ้ำขอบคุณ

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ เจฟเฟอร์ มีความหลากหลาย โดยจะเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลาง ถึง สูง ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น นักเรียนนักศึกษา จนถึงวัยทำงาน ที่มีสไตล์เป็นของตัวเอง และชื่นชอบการรับประทานอาหารประเภทสเต็ก ให้ ความสำคัญกับความหลากหลายของเมนูอาหาร และความคุ้มค่ากับราคา

ปัจจุบันแบรนด์เจฟเฟอร์เป็นที่รู้จักและนิยมอย่างกว้างขวางสำหรับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น เนื่องจาก เมนูอาหารของเจฟเฟอร์ ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงจุด ทั้งรสชาติอาหาร และความคุ้มค่าที่ได้รับ

● ช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัท มีจำนวนสาขาที่มากถึง 79 สาขาทั่วประเทศ โดยกระจายอยู่ใน ห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วกรุงเทพ และหัวเมืองใหญ่ ตามต่างจังหวัด รวมถึงแหล่งธุรกิจ ชุมชน และศูนย์การศึกษาต่างๆ

โดยบริษัท ยังคงดำเนินกลยุทธ์ ในการขยายสาขาเพิ่มทั้งในเขตกรุงเทพและต่างจังหวัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มส่วน แบ่งทางการตลาดให้มากที่สุด โดยมีแผนการขยายสาขาเพิ่มอีกไม่ต่ำกว่า 6 สาขาในปี 2559

● สภาพการแข่งขัน

อุตสาหกรรมร้านอาหารมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องมาจากค่านิยมของผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนการ เปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตของคนไทยที่เน้นความสะดวกสบายยิ่งขึ้น นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น และมีการ ขยายตัวของชุมชนเมืองออกไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีผลให้ปัจจุบันมีร้านอาหารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับ ผู้บริโภค ซึ่งมีทั้งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจากต่างประเทศ กลุ่มร้านอาหารที่ดำเนินกิจการในประเทศทั้งขนาดกลาง และขนาดย่อม จึงทำให้ภาวะการแข่งขันของธุรกิจอาหารในประเทศไทยค่อนข้างสูง

ธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่หวาดหวายเรื่องการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เนื่องจากภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลง ไป ความเร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาในการประกอบอาหารที่บ้าน ความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อผ่อนคลายความเครียด การแสวงหาความสุขสนุกสนานในครอบครัวหรือในกลุ่มเพื่อนฝูง นอกจากนี้บรรดาผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารต่างก็ ต้องเร่งปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจในคุณค่าของอาหารที่รับประทานมากขึ้น และยังเน้น ประหยัดค่าใช้จ่าย กล่าวคือผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจะหันมาเน้นเมนูอาหารที่หลากหลายและราคาประหยัดกว่า เมื่อเทียบกับการทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน บริษัทเองได้เน้นความหลากหลายของเมนู ความรวดเร็วของการให้บริการ การตั้งราคาอาหารที่สมเหตุสมผล การขยายสาขาเพิ่มโดยให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้ง ที่ต้องเป็นแหล่งชุมชนหรือ ศูนย์กลางธุรกิจ และการสร้างการจดจำแบรนด์ “เจฟเฟอร์” ผ่านสื่อต่างๆ

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผู้บริหารสาขาจะตรวจนับสินค้าคงเหลือทุกวันเพื่อทราบจำนวนสินค้าที่ต้องการใช้และทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบภายในของบริษัทฯ เข้ามาที่ส่วนกลาง โดยสินค้าทุกชนิดจะถูกจัดส่งโดยรถห้องเย็นที่ได้มาตรฐานเพื่อรักษาคุณภาพสินค้าส่งตรงถึงสาขาทั้งกรุงเทพและต่างจังหวัด โดยบริษัทฯ คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและการบริหารต้นทุนจากการขนส่งเป็นสำคัญ 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 สั่งเข้ามานั้นถูกต้องตรงตามความต้องการทั้งปริมาณและคุณภาพ

2.5 ธุรกิจให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร

ดำเนินงานภายใต้ บมจ.อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ (“บริษัทฯ”)



ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) คือ กลุ่มธุรกิจที่ดำเนินงานโดยใช้ศักยภาพในด้านของความคิดสร้างสรรค์ โดยให้บริการด้านการสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจร ซึ่งนับได้ว่า อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นบริษัท ครีเอทีฟอีเว้นท์ อันดับ 1 ของประเทศไทย และเป็นบริษัทอีเว้นท์ของคนไทยบริษัทเดียวที่ติดอันดับ 7 ของโลก จัดอันดับโดยนิตยสาร Special Events Magazine ประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่ได้เป็นเพียงแค่บริษัทที่มีความแข็งแกร่งในการจัดอีเว้นท์เพียงอย่างเดียว แต่ยังดำเนินธุรกิจภายใต้ความคิดสร้างสรรค์ที่หลากหลาย ตลอดระยะเวลากว่า 25 ปี บริษัทฯ สร้างสรรค์ผลงานมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะกับการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย โดยการจัดอาคารศาลาไทย ในงาน The World Exposition 2010 ณ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ทำให้อาคารศาลาไทยได้รับการจัดอันดับว่าเป็นประเทศยอดเยี่ยม ติด 1 – 10 จากจำนวนกว่า 230 อาคารจากประเทศทั่วโลก และมี ผู้เข้าชมถึง 8 ล้านคน ซึ่งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย รวมถึงการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย ในงาน International Exposition 2012 ณ เมืองยอฮู สาธารณรัฐเกาหลี จนกลายเป็นพาวเวอร์โฮสต์ยอดเยี่ยมจากทั่วโลก จนได้รับรางวัลในระดับโลกมากมาย

นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้เปิดสาขาอยู่ในประเทศสาธารณรัฐสหภาพเมียนมา ด้วยมองเห็นโอกาสและช่องทางในการทำธุรกิจตั้งแต่ปี 2011 ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า ที่ต้องการขยายธุรกิจไปยังอาเซียน โดยบริษัทฯ สามารถเชื่อมโยงการบริหารงาน ในเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ ด้วยรูปแบบการทำงานที่ผ่านมา จะดำเนินธุรกิจแบบ Co-Creation คือ การนำเอาจุดแข็ง ประสบการณ์ Know-How และความเชี่ยวชาญที่แตกต่างระหว่างบริษัทฯ และคู่ค้าทางธุรกิจมาผนวกกัน จึงทำให้เพิ่มศักยภาพในการสร้างสรรค์งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปัจจุบัน บริษัทฯ ตอกย้ำการเป็นผู้นำและศูนย์กลางด้านความคิดสร้างสรรค์ 'Hub of Creativity' ในภูมิภาคอาเซียน ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทุกมิติ ด้วยสโลแกนที่ว่า 'Never Stop Creating' โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 4 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ

(1) กลุ่มธุรกิจ Creative Solutions งานบริการด้านการตลาดภายใต้ความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

- งานด้านอีเว้นท์ (Event Creator)
ให้บริการด้านวางแผน วางกลยุทธ์ การบริหารจัดการงานอีเว้นท์ ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ อินเด็กซ์ อีเว้นท์ เอเจนซี
- งานด้านผลิตรายการทีวี (TV Production)
ผลิตและสร้างสรรค์รายการทีวีด้วยไอเดียที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ วิลเลจ เทเลวิชั่น
- งานด้านดิจิทัล ออนไลน์ (Digital Online)
ให้คำปรึกษา และจัดทำแผนการตลาดในโลกออนไลน์ รวมถึงแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ ภายใต้งานสร้างสรรค์ของบริษัท แฮปปี้ไอ จำกัด
- งานด้านอินสโตร์ มีเดีย (In-store Media)
ผลิตและสร้างสรรค์สื่อสำหรับอินสโตร์ ทั้งสื่อทั่วไป และสื่อนวัตกรรมพิเศษ ภายใต้งานสร้างสรรค์ของบริษัท บลูมีเดีย คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด

- งานด้านการสื่อสาร โฆษณา ประชาสัมพันธ์ (Communications)
การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร โฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ คอมมิวนิเคชั่นส์ ยูนิท
- งานด้านเอ็กซ์ฮิบิชัน และนิทรรศการถาวร (Museum & Exhibition)
การวางแผนกลยุทธ์ และบริหารจัดการงานด้านเอ็กซ์ฮิบิชัน และนิทรรศการถาวร ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ มิวเซียม แอนด์ เอ็กซ์ฮิบิชัน หรือ ME

(2) กลุ่มธุรกิจ Marketing Services งานบริการส่งเสริมด้านการตลาด ประกอบด้วย

- งานด้านการวิจัย (Research Consulting)
ที่ปรึกษางานวิจัยในแง่มุมต่างๆ รวมทั้งงานด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ภายใต้งานสร้างสรรค์ของบริษัท เ็นไวโรเซิล (ประเทศไทย) จำกัด
- งานด้านการบริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ (Marketing Consulting)
การศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ และการทำตลาด รวมถึงวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ให้กับองค์กรและงานในโปรเจกพิเศษ ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ อินโนเวทีฟ ครีเอเตอร์
- งานด้านธุรกิจให้บริการให้เช่าอุปกรณ์ (Equipment Supply)
การให้บริการด้านแสง สี เสียง อุปกรณ์เครื่องเล่น การจัดแสดงทั้งในและต่างประเทศ ประกอบงานด้านกิจกรรมการตลาด ภายใต้งานสร้างสรรค์ของบริษัท มีเดีย วิชั่น (1994) จำกัด และบริษัท อีเว้นท์ โซลูชั่นส์ จำกัด
- งานด้านการพิมพ์ การออกแบบตกแต่ง (Printing and Decoration)
การให้บริการด้านงานพิมพ์ทุกประเภท รวมถึงการออกแบบตกแต่ง ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร สำนักงาน เป็นต้น ภายใต้งานสร้างสรรค์ของบริษัท อินสปาย อิมเมจ จำกัด
- งานด้านการจัดเลี้ยง งานสังสรรค์ ปาร์ตี้ งานแต่งงาน ในรูปแบบที่แตกต่าง ภายใต้งานสร้างสรรค์ของบริษัท เทอเบียง จำกัด
- งานด้านการผลิตวิดีโอ ฟรีเซนเทชั่น คอมพิวเตอร์กราฟฟิค 3Dแอนิเมชัน รวมถึงห้องตัดต่อ ห้องสตูดิโอ ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ อินเด็กซ์ สตูดิโอ

(3) กลุ่มธุรกิจการดำเนินงานในภูมิภาค (ASEAN Wings)

งานด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในภูมิภาคอาเซียน กับการขยายธุรกิจออกสู่กลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน อาทิ ประเทศสาธารณรัฐสหภาพเมียนมา ประเทศเวียดนาม รวมถึงประเทศในแผนยุทธศาสตร์ เช่น ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ด้วย 5 ยุทธศาสตร์ 5 เครื่องมือหลัก คือ งานด้านอีเว้นท์มาร์เก็ตติ้ง (Event Marketing) งานด้านการจัดเฟสทีฟ อีเว้นท์ (Festive Event) งานด้านการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านงานวิจัย (Consumer Insight: Research) การสร้างช่องทางในการสื่อสารแบบผสมผสาน (Integrated Media Platform) การจัดงานแฟร์ และเอ็กซ์ฮิบิชันทุกรูปแบบ (Professional Exhibition Organizer) เพื่อรองรับตลาดภาคธุรกิจสู่ธุรกิจในรูปแบบการตลาดผสมผสานความคิดสร้างสรรค์แบบครบวงจร (Creative Marketing Solutions) ภายใต้งานสร้างสรรค์ของ 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท เมียนมาร์ อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด และบริษัท ไอซีเวิร์ก จำกัด

(4) **กลุ่มธุรกิจด้านงานไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Experience)** คือ กลุ่มธุรกิจที่สร้างประสบการณ์ใหม่ และตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคทั้งในด้านบันเทิง และในชีวิตประจำวัน ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจสเปเชียล โปรเจค ประกอบด้วย

- ด้านคอนเสิร์ตทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Domestic & International Concert)
- ด้านโชว์บิซ (Showbiz) งานด้านละครเวที ผสานเทคนิคทันสมัย
- ด้านไลฟ์ เฟสติวัล (Live Festival) งานแสดงกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาล
- ด้านนิทรรศการในรูปแบบโรดโชว์ (Traveling Exhibition) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การตลาดและการแข่งขัน

• สภาพการตลาด

เนื่องด้วยภาพรวมงานด้านการตลาดในปี 2558 อยู่ในภาวะทรงตัว ซึ่งธุรกิจอีเว้นท์ก็เช่นเดียวกัน อีเว้นท์เป็นธุรกิจที่มีความผันผวนมากในสภาวะต่างๆ ทั้งในเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ หรือภัยธรรมชาติ มูลค่าตลาดของธุรกิจอีเว้นท์โดยรวมอยู่ที่ 1.23 หมื่นล้านบาท ซึ่งอยู่ในภาวะทรงตัวจากปี 2557 ด้วยปัจจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองไทยยังมีความผันผวน ทั้งนี้เชื่อว่าในปีหน้า ทั้งในเรื่องของนโยบาย และโครงการของทางภาครัฐต่างๆ จะส่งผลให้ภาพรวมของภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ เดินหน้าใช้งบประมาณจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อกระตุ้นยอดขายมากขึ้น แต่จะเป็นการเน้นหนักในเรื่องของการลด แลก แจก แถมเป็นหลัก ในส่วนของภาพรวมของธุรกิจอีเว้นท์ปี 2559 เชื่อว่ามีแนวโน้มในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องจากปัจจัยที่เข้ามาหนุนครั้งปีหลังของปี 2558 จากภาครัฐที่มีนโยบาย และโครงการต่างๆ อย่างโครงการด้านรถไฟฟ้าใต้ดิน รวมถึงโครงการใหญ่ๆ ที่ภาครัฐเร่งประมูลให้แล้วเสร็จภายในสิ้นปี 2558 นี้ จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้นระบบการไหลเวียนของเม็ดเงินในเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี ส่งผลด้านกำลังการซื้อ (Purchasing Power) ของผู้บริโภคให้มีมากขึ้น ด้านนักการตลาดหลังจากที่ชะลอการใช้งบประมาณด้านการตลาดมาในช่วงปี 2558 เริ่มวางแผนใช้งบประมาณในปี 2559

• ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากการที่บริษัทฯ ให้บริการทางธุรกิจสร้างสรรค์ที่หลากหลาย ทำให้สามารถตอบสนอง และครอบคลุมงานด้านการตลาดในทุกมิติ รวมถึงช่วยเชื่อมโยงลูกค้าทั้งจากประเทศไทยและต่างประเทศเข้าสู่ตลาดอาเซียน ดึงเม็ดเงินกลับสู่ประเทศไทย ทำให้มีลูกค้าทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงแบรนด์ระดับโลกอีกด้วย โดยสัดส่วนของลูกค้าจะแบ่งเป็นภาครัฐ 20 % และภาคเอกชน 80%

• การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ได้สร้างสรรค์และทำงานด้วยรากฐานของ Creative Business ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนองค์กรหลักที่สำคัญ โดยโฟกัสหัวใจหลักของความสำเร็จจากปัจจัยสำคัญ อย่างการคิดค้นสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความแตกต่างกับธุรกิจรายอื่น โดยเฉพาะหัวใจสำคัญในเรื่องการใช้งานวิจัยมาช่วยตอบโจทย์งานให้มีความแม่นยำยิ่งขึ้น เพราะบริษัทฯ ไม่ใช่บริษัทรีเอทีฟ ที่ใช้จินตนาการเป็นตัวตั้ง ไม่ใช่ศิลปินที่มีลายมือเป็นของตัวเอง ทุกอย่างที่เราจินตนาการและสร้างสรรค์ขึ้น มาจากความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าแต่ละราย และนำมาแปลงสู่ไอเดียในรูปแบบของบริษัทฯ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 อย่าง คือ Content ของลูกค้า ผสมกับ Inside, Creative และ Innovation เมื่อนำมาผสมผสานกันก็จะเกิดสิ่งใหม่และแตกต่างจากที่หลายๆ คนเคยทำ ผ่านช่องทางหลากหลายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ตามโจทย์ของลูกค้าและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของบริษัทฯ เพื่อที่จะสามารถส่งสาร และสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้อย่างแม่นยำ และมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยรักษารากฐานลูกค้าในประเทศ และนำไปสู่การเปิดโอกาสขยายตลาดใหม่ๆ ได้มากขึ้นอีกด้วย

● สภาพการแข่งขัน

จากสภาพการณ์แข่งขันในตลาดอีเว้นท์ และกลุ่มตลาด Creative Business ถือว่ามีผู้แข่งขันเป็นจำนวนมาก เนื่องด้วยเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ที่เอื้อต่อการเกิดใหม่ของธุรกิจที่สามารถเข้าถึง และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้อย่างรวดเร็ว รวมถึง Know-how ที่สามารถเรียนรู้ และถ่ายทอดการทำความเข้าใจ นำไปปรับใช้กับองค์กรของตัวเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ เห็นถึงผลลัพธ์ที่ออกมาในรูปแบบของผลตอบแทน ที่มีแนวโน้มและทิศทางที่เป็นบวก กล่าวคือ มีโอกาสทางธุรกิจที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นหลายรายหันมาจับธุรกิจ และกระโดดเข้ามาในพื้นที่ตลาดนี้เป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามผู้เล่นส่วนใหญ่จะเป็นผู้เล่นสเกลขนาดเล็ก ไปจนถึงขนาดกลาง รวมถึงมีลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการทางธุรกิจที่โฟกัสอย่างใดอย่างหนึ่งเฉพาะทาง ซึ่งไม่ได้ครอบคลุมและครบวงจรของกลุ่ม Creative Business อย่างแท้จริง เรียกว่าเป็นธุรกิจที่ดำเนินการเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งเมื่อเทียบกับผู้เล่นที่เป็นลักษณะองค์กรใหญ่และให้บริการทางธุรกิจที่ครบวงจรนั้น ถือว่ามีจำนวนน้อยราย และเป็นความท้าทายค่อนข้างสูงที่ผู้เล่นหน้าใหม่จะแจ้งเกิดได้ เนื่องจากความแข็งแกร่งของผู้เล่นรายเดิมที่มีโครงสร้างของธุรกิจที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร รวมถึงชื่อเสียง ประสบการณ์ และความไว้วางใจจากลูกค้าที่มีมายาวนาน จึงทำให้ต้องมีการแข่งขันสูงที่จะสามารถเข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้เล่นรายเดิมได้ เช่นเดียวกับบริษัท ซึ่งตัวชี้วัดความสำเร็จนั้น ไม่ได้มาจากยอดขายเพียงอย่างเดียว บริษัท ได้รับรางวัลในระดับโลกมากมาย และมีโอกาสได้ไปแสดงศักยภาพและผลงานในต่างประเทศ ได้วัดฝีมือกับประเทศต่างๆ ว่าใครเอทีฟของคนไทยอยู่ตรงจุดไหนของโลก นับว่าเป็นความภูมิใจในฐานะคนทำงาน เพราะมันคือศักดิ์ศรีของประเทศไทย และเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จ (Key Success) ที่สำคัญ ที่ทุกโหนดที่ได้คิดนั้นประสบความสำเร็จและได้ทำออกมาเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัท ให้น้ำหนักและให้ความสำคัญมาโดยตลอด

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท มีความพร้อมในเรื่องของกำลังคนที่มีความเชี่ยวชาญและในเรื่องของการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยมีฝ่าย Innovation Research & Development เพื่อตอบสนองงานด้านอีเว้นท์และงานด้านสื่อสารการตลาด ทำให้งานของบริษัท มีความแตกต่างและสามารถสร้างงานในรูปแบบใหม่ได้เสมอ ในขณะเดียวกันมีการขยายสาขา ไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน อาทิ ประเทศสาธารณรัฐสหภาพเมียนมา ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย เพื่อครอบคลุมความต้องการของลูกค้าที่ต้องการขยายธุรกิจไปยังอาเซียน โดยสามารถเชื่อมโยงการบริหารงานในเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศได้อีกด้วย ซึ่งรูปแบบการทำงานที่ผ่านมาจะดำเนินธุรกิจแบบ Co-Creation คือ การนำเอาจุดแข็ง ประสบการณ์ Know-How และความเชี่ยวชาญที่แตกต่างระหว่างบริษัท และคู่ค้าทางธุรกิจมาผนวกกัน จึงทำให้เพิ่มศักยภาพในการสร้างสรรค์งานได้ดีและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้บริษัท มีหลักการทำงานและมีวิธีคิดในรูปแบบของ Event Marketing จะไม่ใช่ Event Management เพราะอีเว้นท์ ไม่ใช่แค่แสง สี เสียง หรือเวที ไม่ใช่แค่ Organizer จัดงาน แต่เป็นการสร้างกลยุทธ์และเข้าใจ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากกว่าการเป็นแค่ผู้จัดงาน ประกอบกับตลอดระยะเวลา 25 ปี บริษัท ได้วางรากฐานในสองด้าน คือ การสร้าง Networking ทั้งทั้งภูมิภาคเอเชีย ไปจนถึงแถบตะวันออกกลาง และการสร้าง Infrastructure ซึ่งการสร้าง Infrastructure หมายถึงรวมถึงการสร้างบุคลากรด้วย Infrastructure ของบริษัท ไม่ได้จบอยู่กับการขยายธุรกิจออกไป แต่บริษัท เตรียมพร้อมเรื่องคนด้วยซึ่งเป็นการวางรากฐานให้กับบริษัท และสิ่งเหล่านี้ในอนาคตจะทำให้บริษัท มีความมั่นคง โดยมองเห็นอนาคตของบริษัท ที่จะเติบโตต่อไปถึง 50-60 ปี และจะก้าวสู่การเป็นบริษัทข้ามชาติในที่สุด

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ในปี 2558 ธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัท ได้แก่ การประกอบกิจการด้านการผลิตรายการทางโทรทัศน์ ธุรกิจให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรม ธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษโรงเรียนเอกชน ภายใต้ชื่อสถาบันสอนภาษา Wall Street English (“WSE”) ธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อร้านอาหารสเต็ก “Jeffer Steak & Seafood” และธุรกิจให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร ภายใต้ชื่อ “Index” โดยมีปัจจัยความเสี่ยงของบริษัทในปี 2558 ที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ดังนี้

ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์

1. ความเสี่ยงในการพึ่งพิงรายได้จากผู้ว่าจ้างเพียงรายเดียว

เนื่องจากกลุ่มบริษัทรับจ้างผลิตละครให้กับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) แต่เพียงรายเดียว ดังนั้นกลุ่มบริษัท จึงต้องพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบในการสรรหาบทประพันธ์ที่ดี มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของผู้ชม นำเสนอให้กับผู้ว่าจ้างพิจารณา เพื่อให้แน่ใจว่าบทประพันธ์เรื่องนั้น ๆ จะได้รับการพิจารณานุมัติ

2. ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนบุคลากร

เนื่องจากการเติบโตของทีวีดิจิตอลทำให้มีสถานีโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น และแต่ละสถานีโทรทัศน์ก็มีความต้องการที่จะผลิตละครเพิ่มมากขึ้นด้วย จึงเป็นเหตุให้บุคลากรด้านการผลิตละครไม่เพียงพอต่อการทำงาน ซึ่งทางกลุ่มบริษัทได้คำนึงถึงเรื่องนี้ จึงพยายามปรับเปลี่ยนวิธีการในการว่าจ้างบุคลากร จากเดิมที่ส่วนใหญ่จะเป็นการว่าจ้างในรูปแบบฟรีแลนซ์ ให้มาเป็น การว่าจ้างในรูปแบบรับเงินค่าจ้างประจำ โดยการทำสัญญาว่าจ้างแบบระยะยาว (Long Term Contract) เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาในเรื่องการหยุดชะงักในการดำเนินงาน

3. ความเสี่ยงในเรื่องระยะเวลาในการผลิตละครที่ไม่เป็นไปตามที่กำหนด

ปกติในการผลิตละครเรื่องหนึ่ง จะใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานประมาณ 6 – 8 เดือน (ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของละครแต่ละเรื่อง) แต่อาจมีปัจจัยบางประการที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินงานถ่ายทำละครได้ อาทิเช่น บทละครไม่เสร็จ คิวนักแสดงไม่ได้เนื่องจากความเจ็บป่วยหรือเหตุขัดข้องอื่นๆ รวมทั้งในการถ่ายทำละครซึ่งจะต้องมีการถ่ายทำละครนอกสถานที่ สภาพดินฟ้าอากาศก็จะมีผลให้การถ่ายทำละครต้องหยุดชะงัก ส่งผลให้ใช้เวลาในการถ่ายทำมากกว่าเวลาที่กำหนดไว้ ทำให้ต้นทุนในการผลิตละครเพิ่มมากขึ้น ซึ่งความเสี่ยงนี้ทางบริษัทได้คำนึงถึงตลอดเวลา และได้วางแผนล่วงหน้าจากประสบการณ์ที่สั่งสมมา ด้วยการประเมินงานก่อนที่จะทำการเปิดกล้องละคร รวมทั้งมีการวางแผนการถ่ายทำในแต่ละช่วงฤดู ให้มีความเหมาะสมเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น

ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับธุรกิจการจัดแสดงคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรมต่างๆ

1. การแข่งขันในตลาดผู้จัดคอนเสิร์ต (Promoter)

ปัจจุบันมีผู้จัดคอนเสิร์ต (Promoter) ที่มีจำนวนมากขึ้นอยู่ในตลาดการจัดงานแสดงคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรม ดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อการจัดหาและจองสถานที่ที่เหมาะสม เพื่อใช้ในการจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ ที่มีรูปแบบใกล้เคียงกัน และมีกลุ่มเป้าหมายตรงกันหรือใกล้เคียงกันกับคู่แข่งรายอื่น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจเลือกชมของผู้บริโภคภายใต้งบประมาณที่จำกัดได้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทได้เพิ่มการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบสำหรับการวางแผนจัดงานล่วงหน้า รวมทั้งยังได้มีการปรับปรุงรูปแบบและช่วงเวลาในการจัดคอนเสิร์ตให้มีความแตกต่าง รวมถึงการเพิ่มมูลค่าด้วยการสร้างคุณค่าเฉพาะและเป็นเอกลักษณ์ในตัวเองที่จัดแต่ละงานเพื่อเพิ่มความคุ้มค่าต่อผู้ชม สร้างสรรค์ประโยชน์ต่อองค์กร พันธมิตรทางธุรกิจและผู้สนับสนุนคอนเสิร์ต

2. ความเสี่ยงในการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor)

ปัจจุบันผู้สนับสนุนมีทางเลือกในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเองผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลายเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของตนเองภายใต้งบประมาณที่จำกัด ดังนั้นผู้จัดคอนเสิร์ตจึงต้องทำการนำเสนอรูปแบบคอนเสิร์ตที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้ผู้สนับสนุนมาทำการลงโฆษณา

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทมีแผนการจัดหาลูกค้าผู้สนับสนุนอย่างเป็นระบบ คงความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าผู้สนับสนุนคอนเสิร์ต โดยประสานงานกับลูกค้าผู้สนับสนุนคอนเสิร์ตก่อนการตัดสินใจจัดคอนเสิร์ต การเพิ่มรูปแบบการขายโฆษณาแบบ Bundle ผลกระทบขององค์กร และทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โดยอาศัยจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นฐานในการทำประมาณการ เพื่อลดความเสี่ยงต่อการขาดทุนจากการดำเนินการของแต่ละคอนเสิร์ต

3. ความเสี่ยงในเรื่องสัญญาไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงและสัญญา (Agreement)

ปัจจัยในการดำเนินการจัดงานคอนเสิร์ตและจัดกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมายและความสำเร็จต้องประกอบไปด้วยหลายประการ ทั้งประสิทธิภาพและความสามารถของทีมงานผู้จัดคอนเสิร์ต ความพร้อมของสถานที่ ความพร้อมและความร่วมมือของศิลปิน เป็นต้น ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงได้มีการจัดทำสัญญาและข้อตกลงที่รัดกุมและรอบคอบ ซึ่งได้รับความเห็นชอบร่วมกันระหว่างบริษัทกับศิลปิน เจ้าของลิขสิทธิ์ผลงาน และ/หรือคู่ค้า ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการจัดงานคอนเสิร์ตให้กับกลุ่มบริษัท ผู้สนับสนุน ศิลปินและผู้ชมให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ**1. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ**

การให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากคู่แข่งธุรกิจรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ค่อนข้างง่าย อย่างไรก็ตาม ด้วยหลักสูตรการเรียนการสอนที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ Wall Street International ที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก ประกอบกับกลุ่มบริษัทได้วางเป้าหมายในการเป็นผู้นำของธุรกิจโรงเรียนเอกชน ให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ โดยการจัดหาบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถตรงตามคุณสมบัติที่กำหนด การสร้างทีมขายให้แข็งแกร่งและมีคุณภาพ การจัดแคมเปญให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าและปรับเปลี่ยนให้ทันต่อเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีระบบการให้รางวัล (Incentive) ในอัตราที่จูงใจและให้ได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งระดับพนักงานและหัวหน้างาน นอกจากนี้ยังทำการตลาดที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้า และเป็นการกระตุ้นยอดขายอีกด้วย

2. ความเสี่ยงจากการจัดหาสถานที่ตั้งในการประกอบธุรกิจตามที่ต้องการ

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

ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม**1. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม**

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

2. ความเสี่ยงจากการจัดหาสถานที่ตั้งในการประกอบธุรกิจตามที่ต้องการ

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

3. ความเสี่ยงจากคุณภาพอาหารและมาตรฐานการให้บริการ

คุณภาพอาหารและมาตรฐานการให้บริการ เป็นสิ่งที่กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องด้วยเกี่ยวกับสุขภาพของผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้นวัตถุดิบจะต้องมีความสดใหม่และมีคุณภาพดี เนื่องจากวัตถุดิบจะประกอบไปด้วย เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ผัก และขนมปัง ซึ่งมีอายุการใช้งานสั้น ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงกำหนดนโยบายการจัดซื้อและการบริหารจัดการสินค้าคงคลังด้วยการสั่งซื้อและให้ส่งวัตถุดิบในลักษณะวันต่อวันในจำนวนที่เพียงพอ สำหรับวัตถุดิบบางอย่างก็ให้ผู้แทนจำหน่ายส่งตรงไปยังร้านสาขา มีการจัดเตรียมพื้นที่สำหรับจัดเก็บวัตถุดิบทั้งที่เป็นห้องเย็นและห้องแช่แข็ง เพื่อคงความสดใหม่และสภาพดั้งเดิมของวัตถุดิบให้คงอยู่อย่างสมบูรณ์

ในส่วนของมาตรฐานการให้บริการ กลุ่มบริษัทก็จะมีมีการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานร้านสาขาอย่างสม่ำเสมอ มีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของร้านสาขาเป็นประจำ

4. ความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบหรือความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักของกลุ่มบริษัท เช่น เนื้อสัตว์ ผัก ซึ่งจะมีปริมาณและราคาผันผวนตามฤดูกาล ความแปรปรวนของสภาพอากาศ ภัยธรรมชาติ การแพร่ระบาดของโรคพืชและสัตว์ ความต้องการของตลาดในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ก็อาจจะมีผลให้วัตถุดิบขาดแคลนหรือราคาเพิ่มสูงมากขึ้นกว่าปกติ กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการควบคุมและบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และพยายามลดผลกระทบจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบ ด้วยการกำหนดนโยบายให้ฝ่ายจัดซื้อทำการสั่งซื้อวัตถุดิบแต่ละประเภทจากผู้แทนจำหน่ายหลายราย ซึ่งจะเป็นการแก้ปัญหาเรื่องการซื้อวัตถุดิบในราคาที่สูงกว่าปกติ ได้มีการทำสัญญาสั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าระยะยาวและมีการส่งมอบตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อป้องกันปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ

ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับธุรกิจให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร**1. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจอีเว้นท์**

เนื่องด้วยธุรกิจหลักของงานบริการด้านความคิดสร้างสรรค์ มาจากงานด้านอีเว้นท์ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งตลาดอีเว้นท์ในปัจจุบันมีจำนวนผู้แข่งขันเป็นจำนวนมาก ทั้งรายเล็ก และรายใหญ่ รวมถึงการเข้ามาของผู้เล่นรายใหม่ๆ ที่เข้ามาแบ่งพื้นที่ทางการตลาดมากขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานด้านอีเว้นท์นั้น เกิดมีทางเลือกสำหรับลูกค้ามากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย ที่มีระดับสเกลของงานที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งแต่ละบริษัทต่างก็มีจุดขาย และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่แตกต่างกันออกไป นับเป็นความท้าทายของผู้เล่นในธุรกิจอีเว้นท์ที่จะต้องปรับตัว และพัฒนางานทั้งในด้านของการบริการ และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อแข่งขันฐานลูกค้าให้หันมาเลือกใช้บริการของตัวเองมากที่สุด ซึ่งกลุ่มบริษัทได้มีการพัฒนาทั้งในเรื่องของบุคลากร ผลิตภัณท์ และการบริการ ให้สามารถรักษาคุณภาพงานให้อยู่ในมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง เช่น เรื่องของบุคลากร ทางกลุ่มบริษัทได้มีการเทรนนิ่ง และฝึกอบรม เพื่อพัฒนา และเพิ่มศักยภาพในการทำงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ก่อเกิดเป็นความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านอย่างมืออาชีพ ในเรื่องของผลิตภัณท์ และการบริการ กลุ่มบริษัทที่มีงานที่คอยคิดค้น และพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้กับตลาดและลูกค้า พร้อมทั้งเดินหน้าสร้างแบรนด์ให้มีความแข็งแกร่งในทุกๆ มิติ และรักษาระดับมาตรฐานของงานให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

2. ความเสี่ยงด้านการหาลูกค้า

เนื่องด้วยวงการตลาดในปัจจุบัน ได้ถูกแบ่งออกไปใช้กับสื่อหลากหลายประเภท อย่างทีวี ทีวีดิจิตอล วิทยุ สิ่งพิมพ์ และงานอีเว้นท์ รวมถึงงานด้านออนไลน์ต่างๆ ที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากของทั้งลูกค้า และผู้บริโภค ทำให้นักการตลาดต้องใช้เม็ดเงินหรืองบประมาณของการตลาด โดยแบ่งสับปันส่วนออกเป็นกลุ่มต่างๆ จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้งบประมาณที่จะใช้กับงานอย่างใดอย่างหนึ่งต่างๆ อย่างเต็มที่ ถูกลดทอนลง ในขณะที่มีจำนวนเท่าเดิม จึงเป็นความท้าทายของผู้ประกอบธุรกิจด้านต่างๆ ต้องหาจุดขายหรือมีการปรับลักษณะของการบริการ และวิธีการนำเสนอที่สามารถสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านออนไลน์ เรียกว่าใครสามารถเชื่อมโยงงานสู่พื้นที่โลกของออนไลน์ได้มากเท่าไร ยิ่งได้เปรียบทางการตลาด เช่นเดียวกับที่ทางกลุ่มบริษัท ได้มีหน่วยธุรกิจที่ให้บริการด้านการวิจัย ที่ปรึกษาทางธุรกิจ ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ และมีธุรกิจที่ให้บริการ และให้เขาอุปกรณ์ที่ครบครัน เพื่อสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร

3. ความเสี่ยงด้านความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ และสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ

เนื่องด้วยความไม่แน่นอนทางด้านเศรษฐกิจ และสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศไทยเป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจหลากหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจอีเว้นท์ จึงทำให้ในหลายๆ องค์การต่างต้องปรับตัว และหาช่องทางการสร้างโอกาสทางธุรกิจอื่นๆ ที่จะสามารถทดแทนกับผลกระทบต่างๆ ได้ อาจจะเป็นในลักษณะของการขยายหรือต่อยอดธุรกิจไปในด้านอื่นๆ เช่นเดียวกับทางกลุ่มบริษัทได้มีการปูทาง และวางรากฐานในการขยายธุรกิจออกไปสู่ต่างประเทศ โดยเฉพาะกับกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน โดยในปัจจุบัน ประเทศไทยได้เข้าสู่ AEC อย่างเต็มตัว ซึ่งกลุ่มบริษัทได้มีการเตรียมตัวเข้าสู่ตลาดอาเซียนมาก่อนล่วงหน้า 2 ปี ด้วยการเข้าไปบุกเบิกธุรกิจอีเว้นท์ในประเทศสาธารณรัฐสหภาพเมียนมา โดยยกโมเดลธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยไปใช้ที่ประเทศสาธารณรัฐสหภาพเมียนมา สร้างสรรค์งานหลากหลายประเภทให้ทั้งกับภาครัฐและภาคเอกชนต่างๆ รวมถึงแบรนด์ระดับโลกอีกด้วย เรียกว่าเป็นสะพานเชื่อมโยงให้กับนักลงทุน นักการตลาดทั่วโลกที่อยากจะเข้ามาทำธุรกิจในประเทศสาธารณรัฐสหภาพเมียนมา ในฐานะที่กลุ่มบริษัท ดำเนินธุรกิจเป็นศูนย์กลางด้านความคิดสร้างสรรค์แห่งภูมิภาคอาเซียน นอกจากนี้กลุ่มบริษัท ยังได้ขยายธุรกิจไปสู่ประเทศเวียดนาม รวมถึงประเทศอื่นในแผนยุทธศาสตร์ อย่างเช่น ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย อีกด้วย จึงตกย้ำทำให้กลุ่มบริษัท สามารถขยายธุรกิจอีเว้นท์สู่อาเซียนได้อย่างแข็งแกร่งและมั่นคง ถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างรายได้ที่มาจากงานต่างประเทศอย่างต่อเนื่องและมั่นคงให้กับกลุ่มบริษัท

4. ความเสี่ยงจากการสร้างความสนใจให้กับผู้บริโภคบนพื้นที่โลกออนไลน์

ด้วยการเติบโตของเทคโนโลยีด้านออนไลน์ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อน และปรับเปลี่ยนไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ในยุคปัจจุบัน ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคถูกโอนย้ายจากเดิมที่มีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อพื้นฐาน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มาสู่การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโลกออนไลน์ ซึ่งมีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูง รวมถึงมีอำนาจในการชักจูงแบบทรงอิทธิพลอีกด้วย จึงเป็นความท้าทายของผู้ประกอบธุรกิจอีเว้นท์ที่จะต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อเชื่อมโยงกลุ่มคนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มคนที่ไม่ได้ใช้ออนไลน์และกลุ่มคนบนโลกออนไลน์ ให้สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ และชักชวนมางานอีเว้นท์ ณ สถานที่จริง เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับงานอีเว้นท์ได้ครบทุกมิติ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์แบบที่สุด ซึ่งกลุ่มบริษัทสามารถเชื่อมโยง และปรับธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี เนื่องจากกลุ่มบริษัท เป็นบริษัทที่ไม่ได้ให้บริการด้านความคิดสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียว แต่ยังได้สร้างสรรค์งานจากพื้นฐานของความต้องการของทั้งลูกค้าและผู้บริโภคอย่างแท้จริง กล่าวคือมีการทำวิจัย รวมถึงมีเหตุผลที่จะมารองรับ และตอบโจทย์ความต้องการเหล่านั้น ที่สามารถวัดผลได้จริง และมีบริการด้านออนไลน์ และด้านการสื่อสารที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพราะฉะนั้นงานที่ออกมาจึงสามารถเติมเต็มความต้องการได้อย่างหลากหลาย และสอดคล้องสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดีที่สุด

ความเสี่ยงของกลุ่มบริษัทในภาพรวม

1. ความเสี่ยงจากความมั่นคงทางการเงิน ความสามารถในการกู้ยืมเงินและปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญากู้ยืมเงิน

นอกเหนือจากการขยายธุรกิจโดยทั่วไปแล้ว กลุ่มบริษัทอาจต้องการเงินทุนเพิ่มเติม เพื่อลงทุนพัฒนาโครงการใหม่ๆ หรือการเข้าซื้อกิจการอื่น ส่งผลให้กลุ่มบริษัทต้องรักษาสภาพคล่องและสำรองวงเงินกู้จากสถาบันการเงินให้เพียงพอเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน อีกทั้งยังต้องจัดหาแหล่งเงินทุนระยะยาวล่วงหน้าและกระจายแหล่งที่มาของเงินทุนให้มีความหลากหลาย อย่างไรก็ตาม ธุรกิจในกลุ่มบริษัทสามารถดำเนินธุรกิจที่ดีและมีสภาพคล่องสูง ซึ่งส่งผลให้กลุ่มบริษัทมีการดำรงฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งเพื่อที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญากู้ยืมเงิน และกลุ่มบริษัทได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวด้วยดีเสมอมา

2. 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

3. ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

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

ดังนั้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและป้องกันผลกระทบจากความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ ในเบื้องต้น กลุ่มบริษัทได้กำหนดให้มีการสำรองข้อมูลต่างๆ เช่น ระบบบัญชี ระบบฐานข้อมูลลูกค้า เป็นต้น โดยมีการบันทึกและเก็บสำรองข้อมูลไว้เพื่อให้เป็นปัจจุบันเสมอๆ พร้อมจัดเก็บไว้ในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

4.1 ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

(1) ทรัพย์สินถาวร

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ¹ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน ²
(1) ที่ดิน	บริษัทย่อย คือ กลุ่มบมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นเจ้าของ	89.24	มี
(2) อาคาร	บริษัทย่อย คือ กลุ่มบมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นเจ้าของ	126.17	มี
(3) เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ และบริษัทย่อย คือ บจ. เวฟ ทีวี บจ. เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเชส บจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองด์ และกลุ่มบมจ.อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นเจ้าของ	435.20	มี
(4) ยานพาหนะ	บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ และบริษัทย่อย คือ บจ. เวฟ ทีวี บจ. เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเชส บจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองด์ และกลุ่มบมจ.อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นเจ้าของ	29.94	มี

หมายเหตุ

¹ มูลค่าตามบัญชีสุทธิ = ราคาทุน - ค่าเสื่อมราคาสะสม - ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี)² ทรัพย์สินถาวรมีภาระผูกพัน เป็นภาระผูกพันตามสัญญาเช่าการเงิน และ/หรือจดจำนองเพื่อค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน

(2) สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน


ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ¹ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
(1) สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน			
(1.1) สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ²	บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ และบริษัทย่อย คือ บจ. เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเชส บจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองด์ และกลุ่มบมจ.บมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นเจ้าของ	205.23	ไม่มี
(1.2) สิทธิการเช่าระยะยาว ภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า รัชดา-พระราม 3	บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ มีสิทธิครอบครองอายุสิทธิการเช่าคงเหลือ 6 ปี 9 เดือน	3.82	ไม่มี

หมายเหตุ

¹ มูลค่าตามบัญชีสุทธิ = ราคาทุน - ค่าเสื่อมราคาสะสม - ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี)² สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย ลิขสิทธิ์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ความสัมพันธ์กับลูกค้าที่เกี่ยวข้อง เครื่องหมายการค้า และอื่นๆ

(3) บริษัทย่อยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า

บริษัท เจฟเฟอร์ สเตคไรสต์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ได้ดำเนินธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อร้านอาหารเด็ก “Jeffer Steak & Seafood” โดยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า สรุปรายละเอียดได้ดังนี้

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

(4) ค่าความนิยม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 กลุ่มบริษัทมีค่าความนิยมจากการซื้อธุรกิจในปี 2557 และ ปี 2558 ได้แก่ หุ่นของบจ. เอ็ฟพีเชียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเฮส หุ่นของบจ. เจฟเฟอร์ สเตคไรสต์ และบมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ รวมเป็นจำนวนเงิน 1,295.54 ล้านบาท

(5) การดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยที่พึ่งพิงบนสัญญาสัมปทาน Franchise agreement

บริษัท เอ็ฟพีเชียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเฮส 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 โดยจัดตั้งเป็นศูนย์ให้การศึกษาและมีกอบรมภาษาอังกฤษให้แก่บุคคลทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 17 ปีขึ้นไป ทั้งในรูปแบบของบุคคล (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) ผู้ได้รับสิทธิไม่ปฏิบัติตามข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญ (Material Default) และไม่สามารถเยียวยาแก้ไขได้ (Non-curable Breach) (ข) ผู้ได้รับสิทธิตกเป็นบุคคลล้มละลายหรือเข้าสู่กระบวนการพิทักษ์ทรัพย์ หรือ (ค) ผู้ได้รับสิทธิไม่ปฏิบัติตามข้อสัญญาใดๆ และไม่ดำเนินการเยียวยาแก้ไขการไม่ปฏิบัติตามสัญญาดังกล่าวให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในหนังสือบอกกล่าวหรือระยะเวลาตามสมควร

4) การโอนสิทธิตามสัญญา

การให้สิทธิตามสัญญาแฟรนไชส์ดังกล่าว WSI ในฐานะเจ้าของสิทธิสามารถที่จะโอนสิทธิตามสัญญาให้แก่บุคคลที่สามที่ตกลงจะรับสิทธิและหน้าที่ตามสัญญาได้ โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ได้รับสิทธิ (ทั้งนี้ ในสัญญาพัฒนาและขยายสาขา ได้จำกัดสิทธิเจ้าของสิทธิที่จะเปิดสาขาหรือให้บุคคลที่ 3 เปิดสาขาเพิ่มในประเทศไทยไว้ตาม (ข้อ 1.1)

อย่างไรก็ตาม ในการให้สิทธิตามสัญญาแฟรนไชส์ดังกล่าว WSI ในฐานะเจ้าของสิทธิได้พิจารณาและคำนึงถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และความสามารถทางการเงินของผู้ที่จะได้รับสิทธิเป็นสำคัญ ดังนั้น ผู้ได้รับสิทธิตามสัญญาแฟรนไชส์ดังกล่าวจะโอนสิทธิของตนได้ก็ต่อเมื่อได้รับความยินยอมจากวอลล์สตรีทก่อน

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยมุ่งเน้นการลงทุนในสัดส่วนที่มากพอให้บริษัทเข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจได้ โดยบริษัทจะส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้นๆ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

กลุ่มบริษัท มีคดีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบทั้งในด้านบวกและลบต่อบริษัทและบริษัทย่อย โดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. คดีข้อพิพาทที่อาจมีผลกระทบด้านบวกต่อสินทรัพย์ของบริษัท หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนทุนทรัพย์ (ไม่รวมดอกเบี้ยและค่าใช้จ่าย) สูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นตามงบการเงิน ณ วันสิ้นปีบัญชีล่าสุด คือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

1.1 บริษัทมีคดีฟ้องร้องกับอดีตผู้ถือหุ้น และผู้บริหารรายหนึ่ง เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2547 ในเรื่องการกระทำผิดข้อตกลงในสัญญาผู้ถือหุ้น (Shareholder agreement) และค่าเช่า โดยสืบเนื่องจากคณะอนุญาโตตุลาการได้มีคำวินิจฉัยชี้ขาดให้อดีตผู้ถือหุ้นและผู้บริหารดังกล่าว ชดใช้ค่าเสียหายให้แก่บริษัทคิดเป็นจำนวนเงินรวม 54.75 ล้านบาท แต่อดีตผู้ถือหุ้นและผู้บริหารดังกล่าวได้ดำเนินการยื่นคำร้องขอเพิกถอนคำชี้ขาดของอนุญาโตตุลาการต่อศาลแพ่ง ซึ่งคดีความดังกล่าว ศาลฎีกาได้มีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2558 โดยให้ยกอุทธรณ์ของอดีตผู้ถือหุ้นและอดีตผู้บริหารคนดังกล่าว คดีถึงที่สุด ในชั้นกระบวนการพิจารณา และอยู่ในระหว่างการติดตามบังคับคดียึดทรัพย์ขายทอดตลาดเพื่อชำระหนี้ตามคำพิพากษา

2. คดีข้อพิพาทยังไม่สิ้นสุดในคดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัท หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนทุนทรัพย์ (ไม่รวมดอกเบี้ยและค่าใช้จ่าย) ต่ำกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นตามงบการเงิน ณ วันสิ้นปีบัญชีล่าสุด คือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

2.1 บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง มีข้อพิพาทกับอดีตผู้บริหารรายหนึ่ง เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2550 อดีตผู้บริหารรายดังกล่าวได้ยื่นฟ้องต่อศาลแรงงานกลางให้บริษัทจ่ายดอกเบี้ย เงินเพิ่มในเงินค่าจ้างค้างจ่าย ค่าชดเชย สิ้นจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า และค่าจ้างสำหรับวันหยุดพักผ่อนประจำปี จากต้นเงินประมาณ 9.40 ล้านบาท และให้จ่ายค่าเสียหายจากการเลิกจ้างอันไม่เป็นธรรมจากต้นเงินรวมประมาณ 13.75 ล้านบาทพร้อมดอกเบี้ยและเงินเพิ่ม รวมทั้งให้จ่ายเงินสะสมและผลประโยชน์ของเงินสะสมและเงินสมทบและผลประโยชน์ของเงินสมทบจากต้นเงินรวมประมาณ 3.63 ล้านบาทพร้อมดอกเบี้ยและเงินเพิ่ม คดีความดังกล่าวศาลแรงงานกลางได้พิพากษายกฟ้องเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 แต่อดีตผู้บริหารรายดังกล่าวได้ยื่นอุทธรณ์คัดค้านคำพิพากษาศาลแรงงานกลางต่อศาลฎีกา เพื่อให้ศาลฎีกามีคำพิพากษาให้ศาลแรงงานกลางพิจารณาพิพากษาคดีนี้ใหม่ โดยมีได้อุทธรณ์ในเรื่องเงินสะสม เงินสมทบและผลประโยชน์ของเงินดังกล่าว ขณะนี้คดีอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลฎีกา

คดีดังกล่าวเป็นคดีที่สืบเนื่องมาจากคดีที่ผู้บริหารรายดังกล่าวได้ยื่นฟ้องบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2549 เกี่ยวกับการที่บริษัทไม่จ่ายค่าจ้าง เลิกจ้างโดยไม่จ่ายค่าชดเชย ไม่บอกกล่าวล่วงหน้า ไม่จ่ายค่าจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า และไม่จ่ายค่าจ้างสำหรับวันหยุดพักผ่อนประจำปี พนักงานตรวจแรงงานได้มีคำสั่งให้บริษัทย่อยดังกล่าวจ่ายเงินชดใช้จำนวนเงินรวมประมาณ 9.40 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2557 คดีถึงที่สุดแล้วโดยมีคำพิพากษาให้ยกเลิกคำสั่งของพนักงานตรวจแรงงานในส่วนที่เกี่ยวกับเงินค่าชดเชยเลิกจ้าง เงินสินจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า และเงินค่าจ้างสำหรับวันหยุดพักผ่อนประจำปี รวมเป็นจำนวนเงินที่ศาลฎีกามีคำสั่งให้บริษัทย่อยชำระเพียงเงินค่าจ้างจำนวน 0.78 ล้านบาท ส่วนที่เหลืออีก 8.62 ล้านบาท ศาลฎีกามีคำสั่งให้ยกเลิกตามคำสั่งพนักงานตรวจแรงงาน และบริษัทย่อยดังกล่าวได้รับเงินคืนจากศาลจำนวน 8.62 ล้านบาทเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

(1) รายละเอียดบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่	อาคารมาลีนนท์ทาวเวอร์ ชั้น 15 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจหลัก	1. เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์และจัดจำหน่ายละครไทยของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 2. ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมต่างๆ 3. ถือหุ้นในบริษัทอื่น
เลขทะเบียนบริษัท	เลขที่ 0107536000978 (เดิม บมจ.171)
โทรศัพท์	(02) 665 – 6705
โทรสาร	(02) 665 – 6750
โฮมเพจบริษัท	www.wave-groups.com
ทุนจดทะเบียน	421.20 ล้านบาท
จำนวนและชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ จำนวน 421.20 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
ทุนชำระแล้ว	324 ล้านบาท
จำนวนและชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ จำนวน 324 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท

(2) รายละเอียดของนิติบุคคลที่บริษัท และบริษัทย่อยของบริษัท ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว		
		ชนิด	จำนวนหุ้น	มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ (บาท)
1.บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท				
1. บจ. เวฟ ทีวี	<ul style="list-style-type: none">ผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์ขายเวลาโฆษณารายการทางโทรทัศน์	หุ้นสามัญ	5,000,000	10
2. บจ. เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป (เดิมชื่อ บจ. เวฟ ทีวี แอนด์ มิวส์ สตูดิโอส์)	บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างทางธุรกิจโดยการเปลี่ยนชื่อบริษัท และเปลี่ยนวัตถุประสงค์ของบริษัทเป็นการลงทุน เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการ	หุ้นสามัญ	500,000	10
3. บจ. เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิส	โรงเรียนเอกชน สถาบันสอนภาษา รับทำการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ	หุ้นสามัญ	630,000	10
		หุ้นบุริมสิทธิ	1,026,600	10
4. บมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ	ให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร	หุ้นสามัญ	172,000,000	1
5. บจ. เวฟ พิคเจอร์ส	หยุดดำเนินงานชั่วคราว	หุ้นสามัญ	1,000,000	100
6. บจ. ซีวดี ออแกไนเซอร์	หยุดดำเนินงานชั่วคราว	หุ้นสามัญ	100,000	10
2.บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด				
1. บจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองด์	<ul style="list-style-type: none">จัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ รวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เพื่อธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มประกอบกิจการร้านอาหาร จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	หุ้นสามัญ	10,049,000	10
		หุ้นบุริมสิทธิ	49,000	10
3.บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)				
1. บจ. อีเว้นท์ โซลูชั่นส์	ให้บริการติดตั้งอุปกรณ์เครื่องเล่นในงานบันเทิง	หุ้นสามัญ	330,000	100
2. บจ. เทรเบียง	ให้บริการรับตกแต่งสถานที่ และให้บริการอุปกรณ์ในงานสังสรรค์และงานพิธีกรรม	หุ้นสามัญ	75,000	100
3. บจ. ไอ ซี วี เอ็กซ์	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	หุ้นสามัญ	99,000	100
4. บจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ ออนไลน์	ให้คำปรึกษาและรับออกแบบจัดสร้างและปรับปรุง Website/Flash Media	หุ้นสามัญ	50,000	100
5. บจ. อินสปาย อิมเมจ	ให้บริการจัดทำ ติดตั้งและร้อยถอนแผ่นป้ายโฆษณา	หุ้นสามัญ	60,000	100

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว		
		ชนิด	จำนวนหุ้น	มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ (บาท)
6. บจ. บลูมีเดีย คอมมิวนิเคชั่นส์	ให้บริการออกแบบ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์และสื่อต่างๆ	หุ้นสามัญ	50,000	100
7. บจ. มีเดีย วิชั่น (1994)	ให้บริการอุปกรณ์แสง สี เสียงในงานบันเทิง	หุ้นสามัญ	408,910	100
8. บจ. เอ็นไวโรเซล (ประเทศไทย)	จัดสัมมนา ให้บริการที่ปรึกษา ให้บริการข้อมูลวิจัย วิเคราะห์และสำรวจข้อมูลทางสถิติ	หุ้นสามัญ	80,000	100
9. บจ. บิ๊ก อีเว้นท์	ผลิตภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ และให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	หุ้นสามัญ	50,000	100
10. บจ. อินเด็กซ์ แอนด์ วี	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	หุ้นสามัญ	120,000	100
11. บจ. อินเด็กซ์ แอนด์ เอ็ม	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	หุ้นสามัญ	300,000	100
12. บจ. ไออิงแอ็ด	ให้บริการและรับออกแบบงานด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์	หุ้นสามัญ	50,000	25
4.บริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดยบริษัท				
1. บมจ. ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี	ประกอบกิจการด้านการผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อจำหน่ายให้ภาครัฐและเอกชน	หุ้นสามัญ	1,815,000,000	1
5.บริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดยบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)				
1. บจ. แม็กซ์ ครีเอทีฟ	ให้บริการที่ปรึกษา บริหารจัดการด้านการปรับภาพลักษณ์และการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร	หุ้นสามัญ	50,000	100
2. บจ. แอปปีโอ	ให้บริการออกแบบ และผลิตสื่อ Application และ บริการระบบการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต	หุ้นสามัญ	900,000	10
3. บจ. ทาวน์ แปรนด์ดิ้ง	ผลิตสื่อโฆษณา	หุ้นสามัญ	50,000	100

หมายเหตุ

สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ปรากฏอยู่ในหัวข้อภาพรวมของการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยที่ดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน

บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อย บริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 15 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ (02) 665 – 6705 โทรสาร (02) 665 – 6750 ยกเว้น บริษัทดังต่อไปนี้

ชื่อบริษัท	สำนักงานใหญ่
1. บจ. เอฟพีเชียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเชส	อาคารกมลสุโกศล เลขที่ 317 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทรศัพท์ (02) 660 – 3000
2. บจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์	11/58 ซอยสุขาภิบาล 5 ซอย 50 (พุทธเชื้อแก้ว) แขวงออกเงิน เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220 โทรศัพท์ (02) 150 – 7104 - 5 โทรสาร (02) 150 – 7106
3. บมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 725 – 9333 โทรสาร (02) 713 – 0913
4. บจ. อีเว้นท์ โซลูชั่นส์	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 713 – 2211 โทรสาร (02) 713 – 2433
5. บจ. เทรเบียง	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 381 – 4949 โทรสาร (02) 390 – 2484
6. บจ. ไอ ซี วี เอ็กซ์	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 713 – 3033 โทรสาร (02) 713 – 3034
7. บจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ ออนไลน์	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 713 – 2274-5 โทรสาร (02) 390 – 2484
8. บจ. อินสปาย อิมเมจ	87 ซอยพัฒนาการ 20 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์ (02) 717 – 8900 โทรสาร (02) 717 – 7866
9. บจ. บลูมีเดีย คอมมิวนิเคชั่นส์	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 725 – 9333 โทรสาร (02) 713 – 0913
10. บจ. มีเดีย วิชั่น (1994)	999, 999/9 หมู่ที่ 2 ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000 โทรศัพท์ (02) 951 – 0101 โทรสาร (02) 965 – 9679-80
11. บจ. เอ็นไวโรเซล (ประเทศไทย)	957/28-30 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 713 – 0312-5 โทรสาร (02) 713 – 3331
12. บจ. บิ๊ก อีเว้นท์	957/28-30 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 713 – 3814 โทรสาร (02) 390 – 2484
13. บจ. อินเด็กซ์ แอนด์ วี	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 725 – 9333 โทรสาร (02) 390 – 2484
14. บจ. อินเด็กซ์ แอนด์ เอ็ม	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 725 – 9333 โทรสาร (02) 390 – 2484
15. บจ. ไอริงแอ็ด	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 713 – 1667 โทรสาร (02) 390 – 2484

ชื่อบริษัท	สำนักงานใหญ่
16.บมจ. ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี	อาคารมาลีนนท์ทาวเวอร์ ชั้น 16 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ (02) 661 - 2701 โทรสาร (02) 661 - 2705
17.บจ. แม็กซ์ ครีเอทีฟ	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 713 - 1240 โทรสาร (02) 390 - 2484
18.บจ. แอปปีโอ	139 อาคารเศรษฐกิจสุวรรณ ถนนปั้น แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์ (02) 731 - 5200 โทรสาร (02) 004 - 8980
19. บจ. ทาวน์ แปรนด์ดิ้ง	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 713 - 1240 โทรสาร (02) 713 - 1241
20. กิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ ดี103 มาโก้	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 725 - 9333 โทรสาร (02) 713 - 0913
21.กิจการร่วมค้า ไอ ดี ทุ	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 725 - 9333 โทรสาร (02) 713 - 0913
22.กิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ ดี63	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 725 - 9333 โทรสาร (02) 713 - 0913
23.กิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ ซีทีนีออน	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 725 - 9333 โทรสาร (02) 713 - 0913

(3) รายละเอียดของบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : (02) 009 - 9000 โทรสาร : (02) 009 - 9991
ผู้สอบบัญชี	1.บริษัท ไพร์ชวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอพีเอส จำกัด ชั้น 15 อาคารบางกอกซีทีทาวเวอร์ เลขที่ 179/74-80 ถนนสาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ : (02) 344-1000 โทรสาร : (02) 286-5050 ชื่อผู้สอบบัญชี นายขจรเกียรติ อรุณไพโรจน์กุล เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี 3445 และ/หรือ นางณัฐพร พันธุ์อุดม เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี 3430 และ/หรือ นายพิสิฐ ทางธนกุล เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี 4095 2.บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ¹ ชั้น 33 อาคารเลคริชดา เลขที่ 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ : (02) 264-9090 โทรสาร : (02) 264-0789-90 ชื่อผู้สอบบัญชี นายกฤษดา เลิศวนา เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี 4958
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	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) 9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ : (02) 777-7777

หมายเหตุ ¹ บริษัทได้เข้าซื้อหุ้นจำนวน 86 ล้านหุ้น คิดเป็น 50% ของทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว ของบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558 โดยมีบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีสำหรับการเงิน ปี 2558