

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ได้เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท ซีวดี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2552 โดยจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2536 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 463.32 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท คิดเป็นจำนวนเงิน 463.32 ล้านบาท และมีทุนที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว 421.20 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกจัดตั้ง คือ การผลิตตลับวีดีโอเทปทั้งชนิดไม่บรรจุ Magnetic Tape หรือ V-O และชนิดบรรจุ Magnetic Tape หรือ V-Cassette ปัจจุบันกลุ่มบริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจจากธุรกิจบันเทิงสู่ธุรกิจไลฟ์สไตล์และบันเทิง โดยมีการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

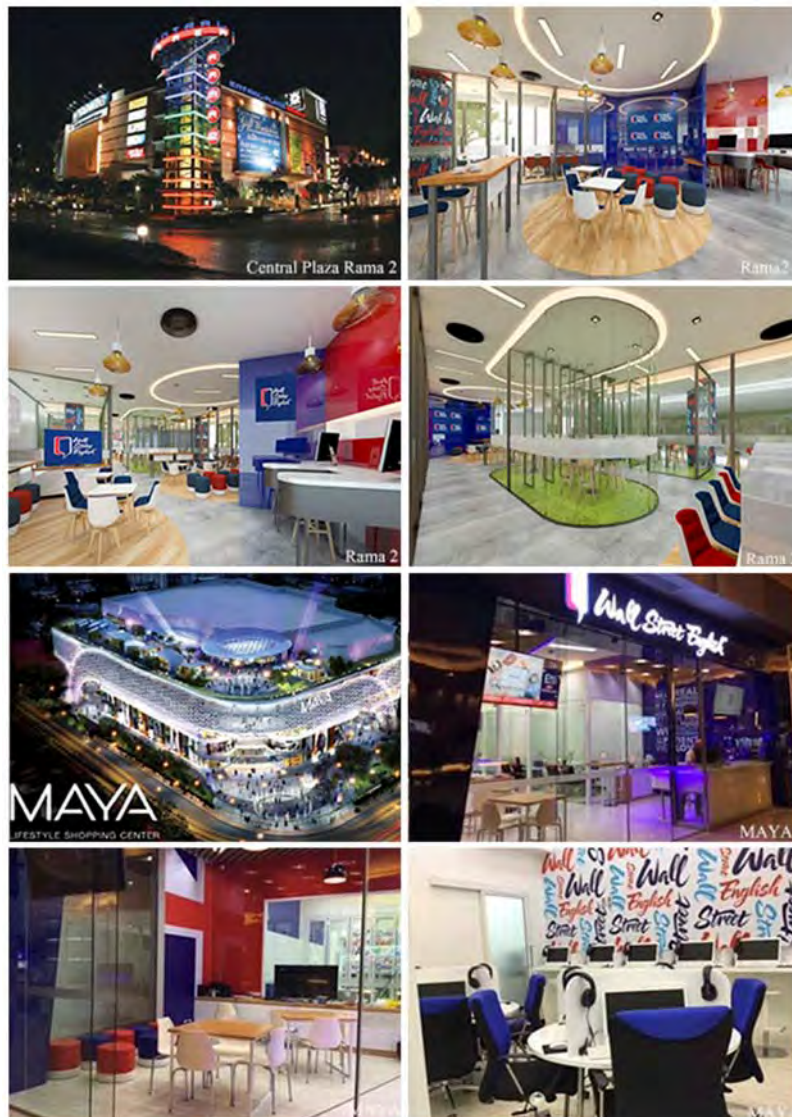
1. เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์



2. ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมต่างๆ



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



4. ให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อ “Jeffer Steak & Seafood”



5. 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 และพันธกิจได้ แก่

- **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% ”

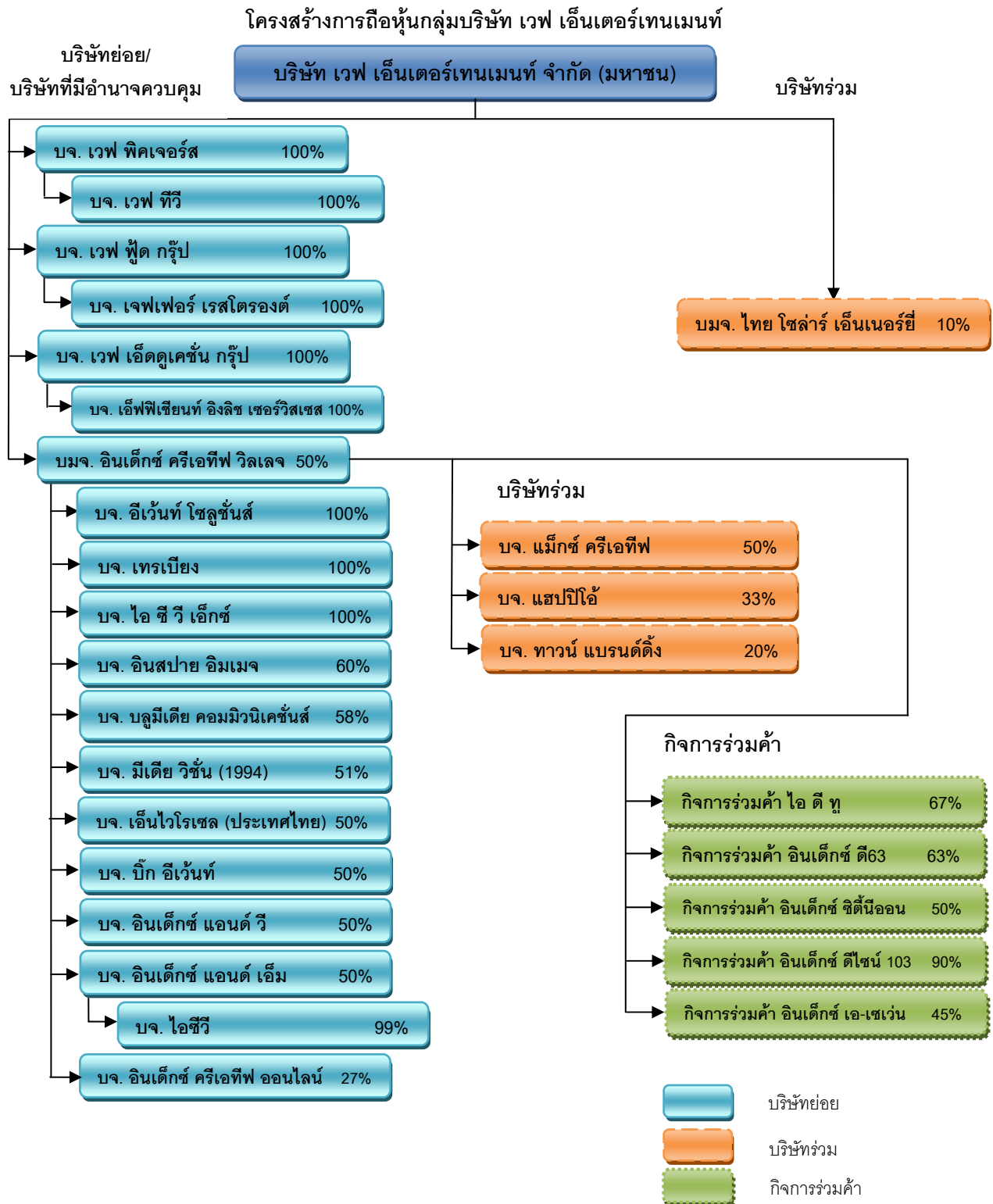
1.2 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญ

ปี	เหตุการณ์
ปี 2545	บริษัทได้หยุดดำเนินการผลิตดีวีดีโอสันคำหลัก
ปี 2550	บริษัทได้ยกเลิกส่วนงานธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายภาพยนตร์พร้อมลิขสิทธิ์
ปี 2553	บริษัทได้ขยายธุรกิจด้านบันเทิง โดยการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์
ปี 2554	<ol style="list-style-type: none"> ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2554 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนเพิ่มในบริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี่ 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 มาสินนท์ 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 เอ็มพีเอ็น อินลิช เซอร์วิส เซส จำกัด (EES) ในสถาบันสอนภาษาอังกฤษภายใต้ชื่อ "Wall Street English" 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 สเตคไรต จำกัด ผ่านบริษัท เวฟฟู้ด กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท
ปี 2558	<ol style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558 บริษัทได้ขยายธุรกิจ Entertainment ในธุรกิจการให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร ภายใต้ชื่อ "Index" โดยการเข้าซื้อหุ้นจำนวน 86 ล้านหุ้น คิดเป็น 50% ของทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้วของบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)

ปี	เหตุการณ์
ปี 2559	<p>1. การเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไป</p> <p>ในเดือนมีนาคม 2559 บริษัทได้มีการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไป (General Mandate) จำนวนไม่เกิน 97.20 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมทุกรายตามสัดส่วนการถือหุ้น โดยมีราคาเสนอขายหุ้นละ 3.50 บาท</p> <p>2. การจำหน่ายหุ้น TSE บางส่วน</p> <p>เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2559 บริษัทได้จำหน่ายหุ้น TSE จำนวน 181.50 ล้านหุ้น คิดเป็น 10% ของทุนจดทะเบียนที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้วของ TSE และภายหลังจากการจำหน่ายหุ้นของ TSE ดังกล่าวแล้ว ส่งผลให้บริษัทมีการถือหุ้นใน TSE คงเหลือ คิดเป็น 10% ของทุนจดทะเบียนที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้วของ TSE</p> <p>3. การปรับโครงสร้างการถือหุ้นธุรกิจการศึกษา</p> <p>ในเดือนธันวาคม 2559 บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นธุรกิจการศึกษาของบริษัท เพื่อเป็นการรองรับการขยายธุรกิจไปสู่ประชาคมอาเซียนในกลุ่ม CLMV โดยการขายหุ้นทั้งหมดที่บริษัทถืออยู่ใน EES คิดเป็นจำนวนร้อยละ 100 ของหุ้นสามัญและหุ้นบุริมสิทธิที่ออกจำหน่ายและเรียกชำระแล้ว ให้แก่บริษัท เวฟ เอ็ดดูเคชั่น กรุ๊ป จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ซีวีดี ออแกไนเซอร์ จำกัด) (“ผู้ซื้อ”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นคิดเป็นจำนวนร้อยละ 100 ของหุ้นสามัญที่ออกจำหน่ายและเรียกชำระแล้ว</p>
ปี 2560	<p>การปรับโครงสร้างการถือหุ้นธุรกิจผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์</p> <p>ในเดือนธันวาคม 2560 บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นธุรกิจผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์ โดยการ ขายหุ้นทั้งหมดที่บริษัทถืออยู่ในบริษัท เวฟ ทีวี จำกัด คิดเป็นจำนวนร้อยละ 100 ของหุ้นสามัญที่ออกจำหน่ายและเรียกชำระแล้ว ให้แก่บริษัท เวฟ พิคเจอร์ส จำกัด (“ผู้ซื้อ”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นคิดเป็นจำนวนร้อยละ 100 ของหุ้นสามัญที่ออกจำหน่ายและเรียกชำระแล้ว</p>

1.3 ภาพรวมของการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยที่ดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน

บริษัท ได้แบ่งกลุ่มธุรกิจ โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนี้



โดยสรุปรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละบริษัท ดังนี้

(1) บริษัท และบริษัทย่อย ประกอบด้วย :

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	สัดส่วนการถือหุ้น ของบริษัทฯ และ ผู้ถือหุ้นรายย่อย (ถ้ามี) (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560)
บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)	1. เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์และจัดจำหน่ายละครไทย ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 2. ถือหุ้นในบริษัทอื่น	
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท		
1. บริษัท เวฟ พิคเจอร์ส จำกัด	บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นทางธุรกิจ เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการ	100%
2. บริษัท เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด	บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นทางธุรกิจ โดยการเปลี่ยนชื่อบริษัทจากบริษัท เวฟ ทีวี แอนด์ มูฟวี่ สตูดิโอส์ จำกัด เพื่อความคล่องตัว ในการบริหารจัดการ	100%
3. บริษัท เวฟ เอ็ดดูเคชั่น กรุ๊ป จำกัด	บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นทางธุรกิจ โดยการเปลี่ยนชื่อบริษัทจากบริษัท ซีวีดี ออกแกโนเซอร์ จำกัด เพื่อความคล่องตัวในการ บริหารจัดการ	100%
4. บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)	ให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการ สื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร	50% (อีก 50% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท เวฟ พิคเจอร์ส จำกัด		
1. บริษัท เวฟ ทีวี จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์ ขายเวลาโฆษณารายการทางโทรทัศน์ 	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 เวฟ เอ็ดดูเคชั่น กรุ๊ป จำกัด		
1. บริษัท เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเซส จำกัด	โรงเรียนเอกชน สถาบันสอนภาษา รับทำการ ฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ	100%

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	สัดส่วนการถือหุ้น ของบริษัทฯ และ ผู้ถือหุ้นรายย่อย (ถ้ามี) (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560)
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)		
1. บริษัท อีเว้นท์ โซลูชั่นส์ จำกัด	ให้บริการติดตั้งอุปกรณ์เครื่องเล่นในงานบันเทิง	100%
2. บริษัท เทรเบียง จำกัด ¹	ให้บริการรับตกแต่งสถานที่ และให้บริการ อุปกรณ์ในงานสังสรรค์และงานพิธีกรรม	100%
3. บริษัท ไอ ซี วี เอ็กซ์ จำกัด	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	100%
4. บริษัท อินสปาย อิมเมจ จำกัด	ให้บริการจัดทำ ติดตั้งและรีดออนแผ่นป้าย โฆษณา	60% (อีก 40% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
5. บริษัท บลูมีเดีย คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด	ให้บริการออกแบบ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์ และสื่อต่างๆ	58% (อีก 42% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
6. บริษัท มีเดีย วิชั่น (1994) จำกัด	ให้บริการอุปกรณ์แสง สี เสียงในงานบันเทิง	51% (อีก 49% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
7. บริษัท เอ็นไวโรเทล (ประเทศไทย) จำกัด	จัดสัมมนา ให้บริการที่ปรึกษา ให้บริการข้อมูล วิจัย วิเคราะห์และสำรวจข้อมูลทางสถิติ	50% (อีก 50% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
8. บริษัท บิ๊ก อีเว้นท์ จำกัด ¹	ผลิตภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ และ ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	50% (อีก 50% ถือโดยบจ. ู๊ดดี้ เวิลด์)
9. บริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ วี จำกัด	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	50% (อีก 50% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
10. บริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ เอ็ม จำกัด	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	50% (อีก 50% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
11. บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ ออนไลน์ จำกัด ¹	ให้คำปรึกษาและรับออกแบบจัดสร้างและ ปรับปรุง Website/Flash Media	27% (อีก 73% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ เอ็ม จำกัด		
1. บริษัท ไอซีวี จำกัด (จัดตั้งบริษัทในสาธารณรัฐแห่ง สหภาพพม่า)	ให้บริการและจัดหาพื้นที่แสดงสินค้า และรับ ออกแบบงานด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์	99% (อีก 1% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)

หมายเหตุ¹ บริษัทดังกล่าวอยู่ในระหว่างดำเนินการชำระบัญชี

(2) บริษัทร่วม ประกอบด้วย :

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	สัดส่วนการถือหุ้น ของบริษัทฯ และ ผู้ถือหุ้นรายย่อย (ถ้ามี) (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560)
บริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดยบริษัท		
1. บริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี จำกัด (มหาชน)	ประกอบกิจการด้านการผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อจำหน่ายให้ภาครัฐและเอกชน	10% (อีก 42.80% ถือโดยบจ. พี.เอ็ม. เอ็นเนอร์ยี, 10% ถือโดยบมจ. ชีโน-ไทย เอ็นจีเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น และอีก 37.20% ถือโดยรายย่อยอื่นๆ)
บริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดยบริษัท อินเด็คซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)		
1. บริษัท แมกซ์ ครีเอทีฟ จำกัด	ให้บริการที่ปรึกษา บริหารจัดการด้านการปรับภาพลักษณ์และการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร	50% (อีก 50% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
2. บริษัท แสปิไอ้ จำกัด	ให้บริการออกแบบและผลิตสื่อ Application และบริการระบบการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต	33% (อีก 67% ถือโดยรายย่อยบุคคลอื่นๆ)
3. บริษัท ทาวน์ แบรินด์ดิ้ง จำกัด	ผลิตสื่อโฆษณา	20% (อีก 80% ถือโดยบจ. 3 หนุมาน)

(3) กิจกรรมร่วมค้า ประกอบด้วย :

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	สัดส่วนการถือหุ้น ของบริษัทฯ และ คู่สัญญาอื่น (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560)
กิจการที่ควบคุมร่วมกันที่ลงทุนโดยบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)		
1. กิจกรรมร่วมค้า ไอ ดี ทู ¹	ออกแบบก่อสร้าง จัดแสดง และบริหารจัดการ อาคารแสดงนิทรรศการไทย ในงาน WORLD EXPOSITION 2010	67% (อีก 5% ถือโดยบจ. ดีไซน์ 103 อินเตอร์เนชั่นแนล และบจ. ดีไซน์ 103 และอีก 28% ถือโดยบจ. รวมนคร ก่อสร้าง (ประเทศไทย))
2. กิจกรรมร่วมค้า อินเด็กซ์ ดี63 ¹	จัดหาผู้รับเหมา ออกแบบ ก่อสร้าง จัดทำ ประกอบติดตั้ง งานจัดแสดง ผลิตภัณฑ์จัดแสดง และบริหารจัดการอาคารแสดงนิทรรศการใน งาน CP-MEIJI VISITOR CENTER	63% (อีก 37% ถือโดยบจ. ดี ชิกซ์ ดี ทรี)
3. กิจกรรมร่วมค้า อินเด็กซ์ ชิตินีออน ¹	จัดหาผู้รับเหมา จัดทำ ประกอบติดตั้ง งานจัด แสดง และผลิตภัณฑ์จัดแสดงสำหรับพิพิธภัณฑ์ วิรัช	50% (อีก 50% ถือโดยบจ. ชิตินีออน ดิส เพลย์ แอนด์ คอนสตรัคชั่นส์ (ประเทศ ไทย))
4. กิจกรรมร่วมค้า อินเด็กซ์ ดีไซน์ 103	ออกแบบ จัดทำ ตกแต่ง จัดแสดงนิทรรศการ เรือและบริหารจัดการอาคารศาลาไทย ใน งาน International Recognized Exhibition Expo 2017 Astana	90% (อีก 10% ถือโดยบจ. ดีไซน์ 103 อินเตอร์เนชั่นแนล)
5. กิจกรรมร่วมค้า อินเด็กซ์ เอ-เซเวน	ออกแบบงานโครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ ทหารเรือ (แห่งใหม่)	45% (อีก 55% ถือโดยบจ. เอ-เซเวน คอร์ปอเรชั่น)

หมายเหตุ¹ กิจกรรมร่วมค้าดังกล่าวอยู่ในระหว่างดำเนินการชำระบัญชี

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้รวมของทั้งกลุ่มบริษัทในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	%การถือหุ้น	ปี2558		ปี2559		ปี2560	
		ของ WAVE หรือบริษัท	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
		ย่อย						
รายได้รวม								
1. ธุรกิจบันเทิงและกิจกรรมทางการตลาด ¹	WAVE, WAVE TV Index Group	100 50	729	33	1,222	40	1,381	57
2. ธุรกิจภัตตาคาร	JEFFER	100	723	33	681	22	627	26
3. ธุรกิจให้บริการสอนภาษาอังกฤษ	EES	100	716	33	658	22	399	16
4. รายได้อื่น	All Companies		14	1	480 ²	16	27	1
รวมรายได้			2,182	100	3,041	100	2,434	100
อัตราการเติบโต				228%		39%		(20%)

หมายเหตุ

- ¹ บริษัทได้จัดกลุ่มประเภทตามส่วนงานธุรกิจใหม่ โดยธุรกิจบันเทิงและกิจกรรมทางการตลาดสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท คือ ธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์ ธุรกิจการให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต และธุรกิจการให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร
- ² รายได้อื่นในปี 2559 จำนวน 480 ล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นกำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท ไทยโซล่า เอนเนอร์ยี จำกัด (มหาชน) "TSE" ในสัดส่วน 10% ของทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว จำนวน 448 ล้านบาท

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

2.1 ธุรกิจรับจ้างผลิตรายการทางโทรทัศน์

ดำเนินงานภายใต้ บจ.เวฟ ทีวี (“บริษัทฯ”)

2.1.1 ธุรกิจรับจ้างผลิตละครโทรทัศน์

บริษัทฯ อยู่ระหว่างดำเนินการผลิตละครโทรทัศน์ ที่รับจ้างผลิต 3 เรื่อง คือ เรื่อง “लगเสน่หา” เรื่อง “ช่านเสน่หา” และเรื่อง “ความทรงจำสี่จาง”



ชื่อรายการ	“लगเสน่หา”
วันที่ออกอากาศ	อยู่ระหว่างดำเนินการผลิต
เวลาออกอากาศ	20.15 - 22.30 น.
สถานีโทรทัศน์	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
ผู้ชมเป้าหมาย	ครอบคลุมทั่วไป ทุกเพศทุกวัย
<p>นิยามรายการ:</p> <p>लगเสน่หา เป็นเรื่องราวของหญิงสาว ผู้มีलगสัมผัสพิเศษ และเธอมักเผลอทำนายทายทักผู้คนไปจนก่อให้เกิดเรื่องราวต่างๆ ตามมามากมาย... และวันหนึ่งโชคชะตานำพาให้ได้พบกับผู้ชายดวงแข็ง ทันทีที่เธอได้สัมผัสตัวเขา ภาพที่เห็นทำให้เธอสะท้านเยือกนั้นคือเธอต้องตายในชุดเจ้าสาว...และเขาคือเจ้าบ่าว!!!</p>	

ชื่อรายการ	“ช่านเสน่หา”
วันที่ออกอากาศ	อยู่ระหว่างดำเนินการผลิต
เวลาออกอากาศ	20.15 - 22.30 น.
สถานีโทรทัศน์	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
ผู้ชมเป้าหมาย	ครอบคลุมทั่วไป ทุกเพศทุกวัย
<p>นิยามรายการ:</p> <p>ช่านเสน่หา เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิงที่อยู่ในครอบครัวที่มีพ่อหัวโบราณ และเชื่อว่าผู้หญิงต้องตกอยู่แทบเท้าผู้ชายแม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนไปเท่าไร แต่เธอต้องการพิสูจน์ให้ผู้เป็นพ่อได้เห็นว่า เธอสามารถประสบความสำเร็จได้โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งผู้ชายอย่างเดียว!!!</p>	

ชื่อรายการ	“ความทรงจำสีจาง”
วันที่ออกอากาศ	อยู่ระหว่างดำเนินการผลิต
เวลาออกอากาศ	20.15 - 22.30 น.
สถานีโทรทัศน์	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
ผู้ชมเป้าหมาย	ครอบครัวทั่วไป ทุกเพศทุกวัย
นิยามรายการ: ความทรงจำสีจาง เป็นเรื่องราวความรักระหว่างพี่ชายกับน้องสาวที่สูญเสียโฉมหน้ากัน ที่มีจุดเริ่มต้นมาจากครอบครัวสามครอบครัวที่อยู่ห่างไกลกันคนละมุมเมือง ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน และมีฐานะทางสังคมที่แตกต่างกัน แต่เมื่อฟ้ากำหนดให้พวกเขาเกิดมาคู่กัน เรื่องราวสืบสานอลหม่านมากมายจึงบังเกิดขึ้นตามมา...	

การตลาดและการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท คือ ดำเนินธุรกิจการบันเทิง เพื่อผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ อย่างไรก็ตามกลุ่มลูกค้าของบริษัท ก็คือ ผู้ชมรายการ ดังนั้นบริษัท จะต้องแข่งขันด้านคุณภาพของรายการกับผู้จัดรายอื่นๆ

● กลุ่มผู้ชมรายการเป้าหมาย

บริษัท มุ่งเน้นการผลิตละครโทรทัศน์ที่ให้ผู้คนทุกกลุ่มทุกสาขาอาชีพสามารถชมได้ และได้รับสาระและความบันเทิง โดยกลุ่มผู้ชมหลักจะเป็นตามลักษณะเฉพาะของแต่ละประเภทละครโทรทัศน์ กล่าวคือ

รายการ	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย
“लगเสนหา”	สำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย
“ชานเสนหา”	สำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย
“ความทรงจำสีจาง”	สำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย

● การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจรับจ้างผลิตละครโทรทัศน์ ซึ่งจะต้องมีการนำเสนอรูปแบบละครที่จะสร้างแก่ทางสถานีและเมื่อได้รับอนุมัติให้ดำเนินการสร้างได้แล้วก็จะมีการทำสัญญาว่าจ้างกับทางสถานีเป็นรายเรื่องและได้กำหนดให้ส่งมอบม้วนเทปที่เสร็จสมบูรณ์แล้วแก่สถานีเพื่อรอการออกอากาศต่อไป

● สภาพการแข่งขัน

ในปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจของประเทศยังคงชะลอตัว ส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณาได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวม อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา พบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดเสมอมา เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้จำนวนมากและนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน

ในส่วนของการแข่งขันด้านการผลิตรายการทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งผู้จัดละครโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกระแสนิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงคุณภาพอย่างสม่ำเสมอทั้งการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์เองด้วย โดยที่ผ่านมาสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอ และมีการเพิ่มรายการโทรทัศน์ใหม่หลายรายการเพื่อเพิ่มกระแสนิยมของผู้ชมโทรทัศน์

● การจัดหมวดผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

ขั้นตอนการผลิตละครโทรทัศน์ สรุปได้ดังนี้

1. ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-production)
2. ขั้นตอนการถ่ายทำ / บันทึกเทป (Production)
3. ขั้นตอนภายหลังการถ่ายทำ (Post-production)

1. ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-production)

ขั้นตอนการผลิตละครในแต่ละเรื่อง เริ่มต้นจากฝ่ายผลิตทำการจัดหาบทประพันธ์ จากสำนักพิมพ์ต่างๆ มาจัดทำเป็นเรื่องย่อเพื่อนำเสนอให้กับทางสถานีเพื่อพิจารณา หรืออาจเป็นการคิดโครงเรื่องขึ้นมาเองจากการระดมความคิดของสมาชิก ซึ่งได้จากการชมภาพยนตร์ ซีรีส์ต่างประเทศ หรือจากการฟังเพลง เป็นต้น และจะนำข้อมูลต่างๆ เหล่านั้นมาประมวลผลสร้างสรรค์ออกมาให้เป็นโครงเรื่อง (Plot) เพื่อมาเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการนำเสนอละครให้กับทางสถานีก็ได้ และภายหลังจากที่สถานีได้อนุมัติให้จัดทำละครเรื่องดังกล่าวแล้ว ทางฝ่ายผลิตก็จะดำเนินการจัดหาทีมผลิตละครอันประกอบไปด้วย คนเขียนบท ผู้กำกับ โปรดิวเซอร์ ฤทธิกิจกองถ่าย ประสานงาน ฝ่ายจัดหาสถานที่ ศิลปกรรม ฝ่ายดูแลเสื้อผ้า และอื่นๆ หลังจากนั้นก็เป็นกำหนดตารางการดำเนินงานถ่ายทำละครเพื่อจะได้วางแผนและวางตัวนักแสดงในลำดับต่อไป

2. ขั้นตอนการถ่ายทำ / บันทึกเทป (Production)

การถ่ายทำละครแต่ละครเรื่อง จะวางแผนการถ่ายทำโดยประมาณ 8 เดือน (ทั้งนี้เวลาการทำงานอาจจะมากกว่าที่กำหนดไว้ เพราะอาจมีผลกระทบจากปัจจัยด้านอื่นๆ) ลักษณะการทำงานจะถ่ายทำทุกอาทิตย์ ตามคิวที่ได้กำหนดโดยจะแบ่งเป็น (วันจันทร์ วันอังคาร และวันพุธ) หรือ (วันพฤหัสบดี วันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์) สำหรับการเลือกคิวถ่ายทำจะขึ้นอยู่กับคิวของนักแสดงและทีมงานที่มีความเหมาะสมเป็นหลัก

3. ขั้นตอนภายหลังการถ่ายทำ (Post-production)

กระบวนการภายหลังการถ่ายทำละคร (Post-production) เป็นกระบวนการตัดต่อเทปที่ได้บันทึกการถ่ายทำรวมถึงการคัดเลือกภาพ การเพิ่มเสียง หรือเทคนิคพิเศษต่างๆ ซึ่งบริษัทฯ จะมีทีมงานในการตรวจสอบคุณภาพอีกครั้ง ก่อนส่งเทปละครให้ทางสถานีเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมต่อการออกอากาศ (สำหรับวันที่ออกอากาศทางสถานีจะแจ้งให้บริษัทฯ ทราบก่อนล่วงหน้าเพื่อจะได้มีเวลาในการส่งเทป) หากมีเนื้อละครส่วนไหนที่ไม่เหมาะสมต่อการออกอากาศ ทางสถานีสามารถส่งกลับให้ทางบริษัทฯ ดำเนินการแก้ไขได้ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทฯ ยังไม่พบปัญหาดังกล่าวเนื่องจากบริษัทฯ มีนโยบายไม่ผลิตละครที่เข้าข่ายต้องห้าม ทั้งนี้การทำงานจะเสร็จสิ้นก็ต่อเมื่อทางบริษัทฯ ได้จัดส่งเทปที่สมบูรณ์ที่พร้อมให้ทางสถานีนำไปออกอากาศทางโทรทัศน์ต่อไป

2.1.2 ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์ โดยการแบ่งเวลาจากทางสถานีเพื่อออกอากาศรายการโทรทัศน์ และขายโฆษณา โดยมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา รายได้จากการโปรโมทสินค้าและบริการในรายการโทรทัศน์ ปัจจุบันอยู่ระหว่างดำเนินการผลิต มีจำนวน 1 รายการ กล่าวคือ

วันที่ออกอากาศ	ทุกวันพฤหัสบดี
เวลาที่ออกอากาศ	23.20 – 24.20 น.
สถานีโทรทัศน์	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 33
ผู้ชมเป้าหมาย	ครอบคลุมทั่วไป ทุกเพศทุกวัย
นิยามรายการ:	
เป็นรายการเกมโชว์สายตลก โหด ปนดราม่า	

การตลาดและการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ คือ ดำเนินธุรกิจการบันเทิง เพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ อย่างไรก็ตามกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ก็คือผู้ชมรายการ ดังนั้นบริษัทฯ จะต้องแข่งขันด้านคุณภาพของรายการกับสถานีอื่น ๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน

เนื่องจากรายได้ของธุรกิจนี้ มาจากรายได้จากการขายเวลาโฆษณา จึงต้องแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาดังกล่าวทั้งจากผู้ประกอบการรายเดิม และผู้ประกอบการใหม่ที่เข้ามาในอนาคต บริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และควบคุมคุณภาพของรายการ มีรายการหลากหลายประเภท นอกจากนี้จะพยายามคัดสรรผู้ผลิตรายการให้เหมาะสมกับประเภทรายการ หรือเรื่องที่จะทำการผลิต เนื่องจากผู้ผลิตรายการแต่ละรายจะมีความถนัดแตกต่างกันออกไป รวมทั้งกำหนดนโยบายในการสร้างสรรค์ และพัฒนารายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ อยู่เสมอ อีกทั้งยังมีการพัฒนารายการเดิมอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านรูปแบบรายการ เนื้อหาสาระ และความบันเทิง เพื่อให้รายการของบริษัทฯ ได้รับความนิยมจากประชาชนโดยตลอด

นโยบายและการกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดราคาอัตราค่าโฆษณา และอัตราค่าโปรโมทให้มีความเป็นธรรม และคุ้มค่าต่อลูกค้าเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว ซึ่งการกำหนดราคาจะพิจารณาจากความนิยมของแต่ละรายการ สถานี และช่วงเวลาที่จะออกอากาศ 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 และประชาสัมพันธ์ได้เองโดยติดต่อซื้อเวลาโฆษณากับบริษัทฯ โดยตรง ซึ่งส่วนมากลูกค้ากลุ่มนี้จะมีขนาดเล็กกว่ากลุ่มที่ติดต่อผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณาและมีงบประมาณในการโฆษณาน้อยกว่า

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีลูกค้าที่เป็นกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณาจำนวนมาก รวมถึงการมีลูกค้ากลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในธุรกิจที่หลากหลาย และไม่มีลูกค้าบุคคลภายนอกรายได้ซื้อเวลาโฆษณาจากกลุ่มบริษัทในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาเกินกว่าร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับรายได้รวม

กลุ่มผู้ชมรายการเป้าหมาย

บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตรายการที่ให้ผู้คนทุกกลุ่มทุกสาขาอาชีพสามารถชมได้ และได้รับสาระและความบันเทิง โดยกลุ่มผู้ชมหลักของรายการจะเป็นตามลักษณะเฉพาะของรายการโทรทัศน์ดังนี้

รายการ	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย
เกมส์โชว์	สำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย

● การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและการตลาดทำหน้าที่ในการจำหน่ายเวลาโฆษณาและการโปรโมทของบริษัทฯ เอง โดยปกติในการจำหน่าย จะมีเจ้าหน้าที่ของผู้รับจ้างเข้าไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง เพื่อเสนอรูปแบบ และแพ็คเกจการโฆษณา และโปรโมทรายการโทรทัศน์ต่างๆ ของบริษัทฯ รูปแบบการจำหน่ายมีทั้งการจำหน่ายนาฬิกาโฆษณา การเป็นผู้สนับสนุนรายการโดยโปรโมทสินค้าหรือบริการ การขายแบบเป็นแพ็คเกจในรายการเดียว หรือการขายแบบเป็นแพ็คเกจในหลายรายการ โดยมีลักษณะการจำหน่าย ดังนี้

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

ในปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจของประเทศยังคงชะลอตัว ส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณาได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวม อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมาพบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดเสมอมา เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้จำนวนมากและนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ประกอบกับการเข้ามาของช่องทีวีดิจิทัลที่มีแนวโน้มของส่วนแบ่งการตลาดไปในทิศทางที่ดีขึ้น

ในส่วนของสภาพการแข่งขันด้านการผลิตรายการทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งผู้จัดละครโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกระแสด้านความนิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงรายการอย่างสม่ำเสมอรวมทั้งการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์เองด้วย โดยที่ผ่านมาสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอ และมีการเพิ่มรายการโทรทัศน์ใหม่หลายรายการเพื่อเพิ่มกระแสด้านความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์

● การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

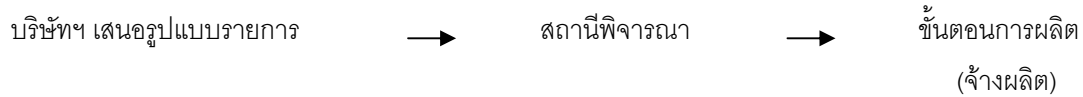
ลักษณะของรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน เป็นรายการโทรทัศน์ที่บริษัทฯ บริหารการผลิตเอง และเป็นรายการที่สร้างสรรค์ ผลิต และดำเนินการบริหารการจำหน่ายเวลาโฆษณาเอง โดยบุคลากรของบริษัทฯ ในสัดส่วนเวลาโฆษณาที่เป็นไปตามข้อตกลงกับทางสถานี (Time Sharing) ซึ่งลิขสิทธิ์ของรายการเหล่านี้จะเป็นของบริษัทฯ

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

1) จัดหาสถานีโทรทัศน์ และช่วงเวลาออกอากาศ

วิธีการจัดหาสถานีโทรทัศน์ และช่วงเวลาออกอากาศ

บริษัทฯ จะต้องยื่นเสนอรูปแบบรายการต่อสถานีโทรทัศน์ เพื่อให้สถานีพิจารณาอนุมัติ โดยมีขั้นตอนการอนุมัติ ดังนี้

**การเสนอรูปแบบรายการต่อสถานี**

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

การพิจารณาอนุมัติของสถานี

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

ลักษณะการทำข้อตกลงกับสถานีโทรทัศน์

สถานีจะเป็นผู้กำหนดข้อตกลงของเวลาออกอากาศกับทางสถานี โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ มีการแบ่งเวลาโฆษณาให้กับทางสถานี (Time Sharing) สำหรับกรณี Time Sharing บริษัทฯ ไม่ต้องชำระค่าเช่าเวลาให้กับสถานีทำให้ไม่มีต้นทุนค่าเช่าเวลา แต่บริษัทฯ ต้องแบ่งเวลาในการขายโฆษณาสวนหนึ่งตามสัดส่วนที่ตกลงกันให้กับทางสถานีไปจัดจำหน่ายเอง ทั้งนี้บริษัทฯ และสถานีจะร่วมกันกำหนดอัตราค่าโฆษณาและส่วนลดที่จะให้กับผู้ซื้อเวลาโฆษณาให้เป็นอัตราเดียวกัน

2) ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์และบันทึกเทป (กรณีบริษัทฯ ว่าจ้างให้ผู้ผลิตรายการอิสระอื่นผลิตรายการให้จะไม่ขึ้นตอนนี้)

ในปัจจุบันรายการที่บริษัทฯ ผลิตเองจะเป็นรายการ “เขยสะน้ำสุตมโน”

2.1) ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-production)

2.2) ขั้นตอนการถ่ายทำรายการ / บันทึกเทป (Production)

2.3) ขั้นตอนภายหลังการถ่ายทำรายการ (Post-production)

2.1) ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-production)

ขั้นตอนการผลิตเพื่อออกอากาศในแต่ละเทป เริ่มต้นจากฝ่ายผลิต วางแผนงานและแนวความคิดในการผลิตสำหรับแต่ละเทปที่จะออกอากาศ โดยการประชุมเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกกระตือรือร้นความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวคิด (Concept) และข้อสรุปเนื้อหา สาระ บันเทิง ในบทละครที่ต้องการนำเสนอ และสรุปแผนงานเพื่อส่งให้ทีมผลิต รายการวางแผนการดำเนินงาน กำหนดวันบันทึกเทป นัดหมายดารานักแสดง และกระจายงานไปยังส่วนงานต่างๆ เพื่อเตรียมงานก่อนการถ่ายทำ

นอกเหนือจากการผลิตในแต่ละเทปแล้ว ทีมงานเตรียมการผลิตของแต่ละรายการมีหน้าที่เตรียมงาน และวางแผนล่วงหน้าทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อกำหนดรูปแบบหรือทิศทางในการดำเนินรายการโทรทัศน์ 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 และเมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนการผลิตทั้งหมดและได้เทปรายการที่สมบูรณ์พร้อมให้ทางสถานีนำออกอากาศทางโทรทัศน์ต่อไป

2.2 ธุรกิจให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรมต่างๆ

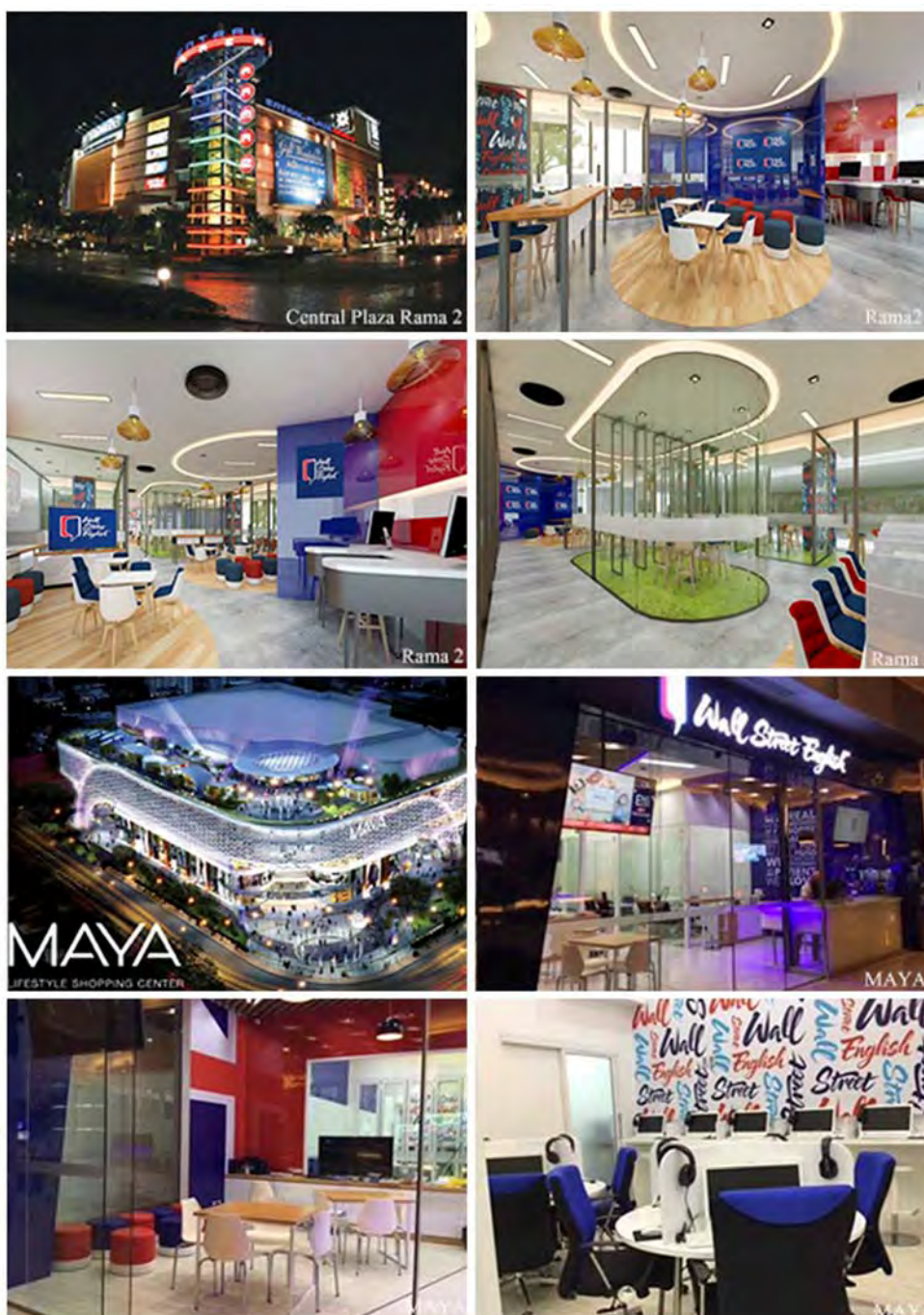
ดำเนินงานภายใต้ บมจ.เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ (หน่วยธุรกิจ i-Wave)

บริษัทอยู่ระหว่างหยุดดำเนินงานชั่วคราว

2.3 ธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษโรงเรียนเอกชน ภายใต้ชื่อสถาบันสอนภาษา

Wall Street English (“WSE”)

ดำเนินงานภายใต้ บริษัท เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเซส จำกัด (“บริษัทฯ”)



ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท เอฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสেস จำกัด (“บริษัท”) เป็นบริษัทผู้ดำเนินการและให้บริการด้านการสอนภาษาอังกฤษและเป็นสถาบันที่ให้บริการสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Learner) ภายใต้ชื่อว่า วอลล์สตรีทอิงลิช (Wall Street English) ซึ่งผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการดังกล่าวเป็นการดำเนินการภายใต้ลิขสิทธิ์ของบริษัท Pearson Education Limited ซึ่งเป็นบริษัทผู้ประกอบกิจการและจดทะเบียนของประเทศอังกฤษ และเป็นผู้นำทางธุรกิจด้านการศึกษารายใหญ่ที่สุดของโลก นอกจากนี้บริษัท หรือโรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิช ยังเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550

ในระดับของสากลวอลล์สตรีทอิงลิช (Wall Street English) เป็นสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่มีประสบการณ์มากกว่า 45 ปี และมีสาขามากกว่า 400 แห่ง ใน 28 ประเทศทั่วโลก มีนักเรียนไม่ต่ำกว่า 3 ล้านคน สำหรับประเทศไทย บริษัท เป็นผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่ได้รับลิขสิทธิ์จาก บริษัท Pearson Education Limited เพื่อให้ประกอบกิจการในอาณาเขตของประเทศไทย ซึ่งบริษัท ได้เปิดดำเนินการกิจการในประเทศไทยเข้าสู่ปีที่ 15 ปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 มีนักเรียนผ่านการเรียนแล้วทั้งสิ้นกว่า 50,000 คน และจำนวนนักเรียนในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนกว่า 10,000 คน ปัจจุบันบริษัท มีสาขาเปิดให้บริการในกรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 8 สาขา เพื่อรองรับการให้บริการให้ครอบคลุมทั่วทั้งกรุงเทพฯ และปริมณฑล และจำนวน 2 สาขา ในส่วนภูมิภาคที่จังหวัดเชียงใหม่ คือ สาขาเซ็นทรัล เฟสติวัล เชียงใหม่ และจังหวัดระยอง คือ สาขาอีสเทิร์นซีบอร์ด ทำให้บริษัท มีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 10 สาขา

นอกจากนี้ ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2560 บริษัท ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการขยายสาขาเพิ่มเติมอีกเป็นจำนวน 2 แห่ง โดยสาขาแห่งแรกจะเป็นสาขาย่อยในส่วนภูมิภาค ที่จังหวัดเชียงใหม่ คือ สาขาเมญา อีกหนึ่งแห่งจะดำเนินการเปิดสาขาในเขตกรุงเทพฯ คือ สาขาเซ็นทรัลพลาซา พระราม 2 โดยคาดว่าจะทั้ง 2 สาขาดังกล่าวจะเปิดให้ดำเนินการได้ในไตรมาสแรกของปี 2561 โดยรวมจะทำให้บริษัท มีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 12 สาขาภายในไตรมาสที่ 1 ของปี 2561 นี้

หลักสูตรของโรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิชเป็นหลักสูตรมาตรฐานที่ใช้เหมือนกันในทุกประเทศทั่วโลก โดยหลักสูตรดังกล่าวได้รับการออกแบบให้เหมาะสมกับผู้เรียนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองหรือเป็นภาษาต่างชาติ โดยเนื้อหาหลักสูตรจะแบ่งออกเป็นระดับต่างๆ มีจำนวนทั้งหมด 20 ระดับ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และพัฒนาไปตามพื้นฐานความรู้ของผู้เรียนแต่ละคน ลักษณะของระบบการเรียนการสอนของโรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิชมีความเป็นเอกลักษณ์ กล่าวคือ วิธีการเรียนเป็นแบบผสมผสาน (Blended Method) ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้อย่างรวดเร็วและเป็นธรรมชาติ อีกทั้งยังทำให้ผู้เรียนสามารถพูดภาษาอังกฤษได้อย่างมั่นใจ และเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ ทางบริษัท ฯ จึงจัดให้มีหลักสูตรพิเศษ (VIP Course) สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเรียนภาษาอังกฤษให้ได้ผลสัมฤทธิ์โดยเร็วที่สุด โดยผ่านกระบวนการเรียนแบบหนึ่งต่อหนึ่งกับอาจารย์ชาวต่างชาติ ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเป็นไปได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

นอกจากหลักสูตรหลักที่กล่าวมาข้างต้น บริษัท ได้มีการพัฒนาหลักสูตรเพื่อการเตรียมตัวสอบ IELTS Course และ TOEIC Course ซึ่งเป็นการสอบระดับสากลที่ผลได้รับการยอมรับจากองค์กรต่างๆ ทั่วโลกเพื่อใช้ยื่นผลในการศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย หรือการยื่นขอวีซ่าเพื่อเดินทางไปสหราชอาณาจักร และประเทศในเครือจักรภพอังกฤษ รวมถึงการทำงานในบริษัทชั้นนำ โดยที่หลักสูตรดังกล่าวได้รับการออกแบบและสอนโดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสอบ โดยเฉพาะ ซึ่งการเรียนการสอนใช้ระบบผสมผสาน (Blended Method) รวมทั้งมีการจำลองการสอบจริง (Mock Test) เพื่อให้นักเรียนได้ทราบถึงพัฒนาการ รวมทั้งทราบถึงทักษะที่ต้องฝึกฝนมากขึ้นก่อนการสอบจริง และเรายังมีกิจกรรมเสริมอื่นๆ เพื่อให้ผู้เรียนพร้อมและมั่นใจในการสอบ อาทิเช่น การเขียนเรียงความ (Essay Marking Service) และการเข้าร่วมกิจกรรม English Corner

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการให้เป็นศูนย์สอบ IELTS ในช่วงปลายปี 2560 อย่างเป็นทางการจาก IDP Education Co., Ltd ซึ่งเป็นองค์กรเพียงหนึ่งในสองของโลกที่เป็นผู้จัดการสอบอย่างเป็นทางการจาก Cambridge English Language Assessment

เพื่อยืนยันในมาตรฐานการศึกษาที่อยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงศึกษาธิการ บริษัท ฯ หรือโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ วอลล์สตรีทอิงลิชได้เข้าสู่งการรับรองในด้านการประกันคุณภาพในโครงการประกันคุณภาพภายในโรงเรียนนอกระบบของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการตั้งแต่ปี 2556 โดยสาขาแรกที่เข้าผ่านการตรวจและรับรองการประกันคุณภาพในระดับดีมาก คือ โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษวอลล์สตรีทอิงลิช สาขาแฟชั่น ไรส์แลนด์ โดยได้รับการตรวจและรับรองในปี 2556 สาขาต่อมา คือ โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษวอลล์สตรีทอิงลิช สาขาเมกา บางนา ซึ่งผ่านการตรวจและรับรองการประกันคุณภาพในระดับดีมากเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษวอลล์สตรีทอิงลิชมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการให้ทุกสาขาที่มีอยู่เข้าสู่กระบวนการประกันคุณภาพ และผ่านการรับรองตามนโยบายและข้อกำหนดของกฎหมายที่ควบคุมโดยกระทรวงศึกษาธิการต่อไป เพื่อให้นักเรียนและผู้บริโภคมีความมั่นใจว่า โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษวอลล์สตรีทอิงลิชมีมาตรฐานทั้งในด้านของสินค้าและการให้บริการในระดับดีมาก โดยในแผนงานปี 2561 บริษัทฯ ได้วางเป้าหมายที่จะดำเนินการในโครงการประกันคุณภาพเพิ่มเติมอีกจำนวนหนึ่งแห่งต่อไป

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

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

โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษวอลล์สตรีทอิงลิชซึ่งได้เปิดดำเนินการเข้าสู่ปีที่ 15 ปี และมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับหลักสูตรของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษวอลล์สตรีทอิงลิชเป็นที่รู้จักและยอมรับกันโดยทั่วไปว่า มีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ อีกทั้งยังเป็นหลักสูตรที่ผ่านการรับรองของ CEFR (Common European Framework of Reference) จากมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ประเทศอังกฤษ จึงส่งผลให้โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษวอลล์สตรีทอิงลิชมีศักยภาพในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี

● กลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษวอลล์สตรีทอิงลิชมีตั้งแต่กลุ่มนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย นิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา และประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจในการพัฒนาภาษาอังกฤษ

● กลยุทธ์ในการแข่งขัน

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

● การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ด้วยชื่อเสียงของโรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิช ที่สะสมมาอย่างเข้าปีที่ 15 ในประเทศไทย และการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทางโรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิช ในปัจจุบันมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย โดยการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเพื่อรองรับการขยายของเขตเมือง ทั้งนี้ ในปี 2560 บริษัทฯ มีแผนเปิดสาขาเพิ่มเติม 2 สาขาในกรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาคที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งคาดว่าจะทั้ง 2 สาขาจะเปิดให้ดำเนินการในไตรมาสแรกของปี 2561 เพื่อรองรับการกระจายตัวของประชากรที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

● แผนการตลาดโดยรวม

ตลอดระยะเวลา 15 ปี โรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิชยังคงเป็นผู้นำทางการตลาด และครองส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 (จากผลการสำรวจของ EnviroSell (Thailand)) ในทุกๆ กลุ่มลูกค้า เรายังคงเดินทางที่จะต่อยอดความสำเร็จของการใช้ภาษาอังกฤษ และแนะแนวทางให้นักเรียนและผู้สนใจเข้าใจว่า หากมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษแล้วจะช่วยเปิดโอกาสต่างๆ ให้กับชีวิตมากขึ้น อีกทั้งคุณภาพของหลักสูตรก็ยังเป็นที่ยอมรับและเห็นผลได้จริง

สำหรับปี 2560 ที่ผ่านมาระหว่างโรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิช มุ่งเน้นในเรื่องการบริการและมุ่งเน้นในเรื่องความสำเร็จของนักเรียนเป็นหลัก แคมเปญตลอดทั้งปีจึงเน้นไปในด้านความสำเร็จและความฝันของนักเรียนโรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิช ว่าภาษาอังกฤษสามารถช่วยเปิดประตูไปสู่โอกาสที่มากกว่า ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์และ โซเชียลมีเดียต่างๆ สามารถถึงความสนใจของผู้ที่ต้องการเรียนภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่านบุรุษก็ได้รับการตอบรับที่ดีเช่นกัน ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูล และได้รับรายละเอียดเพิ่มเติม พร้อมทั้งสัมผัสกับประสบการณ์โรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิช ได้เป็นอย่างดี

ในปัจจุบันการสื่อสารที่รวดเร็วและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคทำให้เราจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ต่างๆ ให้ทันและเข้าใจกลุ่มเป้าหมายในวัยต่างๆ ให้มากขึ้นในปี 2561 โรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิช มุ่งเน้นการทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ผ่านการเล่าเรื่องราวของนักเรียนที่เรียนโรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิช และมุ่งเน้นในเรื่องความสำเร็จของนักเรียน พร้อมทั้งเปิดตัว Brand Ambassador คนใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ที่บ่งบอกถึง ความเป็นโรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิช ซึ่งจะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็วและให้ข้อมูลที่ตรงประเด็นจับใจพร้อมเสริมแทรกความรู้ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ช่วยให้นักเรียนเข้าถึงและสื่อสารใกล้ชิดกันมากขึ้น อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่านบุรุษประชาสัมพันธ์ก็ยังเป็นอีกช่องทางที่ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถสอบถามข้อมูลและได้ปรึกษาพูดคุยกับเราได้อย่างใกล้ชิด

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

หลักสูตรการเรียนการสอนและรูปแบบการให้บริการของโรงเรียนสอนภาษาวอลล์สตรีทอิงลิชเป็นการดำเนินกิจการภายใต้ลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ได้ถูกพัฒนาและกำหนดโดยเจ้าของลิขสิทธิ์ โดยแต่ละสาขาที่มีในปัจจุบันสามารถรองรับและให้บริการแก่นักเรียนได้ถึง 1,500 - 2,000 คนต่อสาขา สำหรับบุคลากรที่ปฏิบัติงานหน้าที่เกี่ยวกับกระบวนการเรียนการสอนเป็นบุคลากรที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามข้อกำหนดของกระทรวงศึกษาธิการ

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



ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ จำกัด ดำเนินธุรกิจภายใต้เครื่องหมายการค้า “Jeffer” เป็นร้านอาหารตะวันตก ประเภทเด็กแอนด์ซีฟู้ดที่มีความหลากหลายของเมนูให้เลือกสรร ในรูปแบบร้าน American inspire รสชาติถูกปากคนไทย ส่งต่อความสุขสนุกสนานด้วยเมนูอาหาร อาทิเช่น สเต็กเนื้อ หมู ไก่ ปลา ซีฟู้ด ซุป และสลัดต่างๆ ที่ปรุงสดใหม่โดยเชฟที่ผ่านการอบรมด้านการปรุงอาหารมาเป็นอย่างดี Jeffer สร้างความแตกต่างและจุดขายให้กับบริษัทฯ โดยให้ลูกค้าสามารถเลือกจับคู่เมนูเนื้อสตั๊กต่างๆ ได้เองทุกรายการขึ้นอยู่กับความชอบ เสริฟพร้อมเครื่องดื่มเคียงที่ลูกค้าได้เลือกเองเพื่อเพิ่มความอร่อยให้กับเมนูสตั๊กของลูกค้า เช่น เฟรนช์ฟรายส์ มันบด ข้าวผัด หรือจะเป็นส้มตำก็ทานคู่กับเมนูสตั๊กของเจฟเฟอร์ รสชาติเข้ากันได้เป็นอย่างดี

เจฟเฟอร์ เป็นร้านอาหารที่เน้นบรรยากาศภายในร้านดูสบายๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้ถึงความเป็นกันเอง และเหมาะกับทุกโอกาสไม่ว่าจะเป็นการสังสรรค์ พบปะพูดคุยในกลุ่มเพื่อน หรือ กลุ่มคนทำงานที่มีเวลาน้อย โดยเฉพาะช่วงพักกลางวัน ที่ต้องการเวลาการรับประทานในร้านอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ ก็พร้อมด้วยการบริการที่รวดเร็วของทางร้าน

ปัจจุบัน เจฟเฟอร์เปิดให้บริการมุม Jeffer Café ในปี 2560 เพิ่มที่สาขาจางซีลอน ภูเก็ต จากที่เคยเปิดสาขาวิคตอรีคอนเนอร์ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และเมเจอร์ สออลลิวด์ รามคำแหง ใน 2 ปีที่ผ่านมา โดยเน้นขายเครื่องดื่มประเภท กาแฟร้อนเย็นปั่น ชาเขียว และ ช็อกโกแลต รวมถึงเมนูเค้ก แพนเค้กและเบเกอรี่ต่าง ๆ สำหรับลูกค้าที่ต้องการร้านที่เป็นจุดนัดพบหรือนั่งทำงาน โดยมี Wifi และ Charger ให้บริการฟรีอีกด้วย

ปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เจฟเฟอร์มีจำนวนสาขาทั้งหมด 77 สาขา กระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็นเขตกรุงเทพ 31 สาขา และต่างจังหวัด 46 สาขา ซึ่งกระจายอยู่ตามศูนย์การค้าชั้นนำ ทั้งในกรุงเทพและหัวเมืองหลักในเขตต่างจังหวัด เน้นตามแหล่งธุรกิจ โรงเรียน และชุมชน เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงร้านอาหารเจฟเฟอร์สตั๊กได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

การตลาดและการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

- การบริหารต้นทุน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ สร้างอำนาจการต่อรองกับผู้จัดจำหน่าย ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนการจัดซื้อและต้นทุนวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมจัดเสิร์ฟลูกค้า 4,000,000 คนต่อปี ได้อย่างต่อเนื่อง

- การสร้างแบรนด์

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

- การกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดราคาสินค้าโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก เพื่อให้ผู้บริโภคทุกกลุ่ม ทุกวัย และทุกสาขาอาชีพได้มีโอกาสทานสเต็กที่มีคุณภาพ ในร้านที่สะดวกสบาย ในราคาที่ย่อมเยา สัมผัสความอร่อย

- การขยายสาขา

บริษัทฯ มีนโยบายการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องตลอดมา โดยคำนึงถึงเรื่องการลงทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนในแต่ละสาขา พิจารณาจากทำเลที่ตั้งที่ดีและเหมาะสม ความหนาแน่นของประชากร และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นสำคัญ ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อครอบคลุมส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น

- การออกสินค้าเมนูใหม่และจัดโปรโมชั่น

ในปี 2560 ร้านเจฟเฟอร์ได้เปิดตัวสินค้าเมนูใหม่ทั้งสิ้น 58 เมนู แต่ช่วงเวลาจะนำเสนอเมนูเป็นชุดนำเสนอความคุ้มค่าให้กับลูกค้า รวมทั้งมีโปรโมชั่นร่วมกับ Partner เช่น TrueYou, Toyota เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าใหม่ ๆ ให้กว้างขึ้น และกระตุ้นลูกค้าเก่าให้เข้ามาใช้บริการซ้ำซ้ำควบคู่กัน

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

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

ปัจจุบันแบรนด์เจฟเฟอร์เป็นที่รู้จักและนิยมอย่างกว้างขวางสำหรับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น เนื่องจากเมนูอาหารของเจฟเฟอร์ ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงจุด ทั้งรสชาติอาหาร และความคุ้มค่าที่ได้รับ

● ช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีจำนวนสาขาที่มากถึง 77 สาขาทั่วประเทศโดยกระจายอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วกรุงเทพ และหัวเมืองใหญ่ ตามต่างจังหวัด รวมถึงแหล่งธุรกิจ ชุมชน และศูนย์การศึกษาต่าง ๆ

โดยบริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์ในการขยายสาขาเพิ่มทั้งในเขตกรุงเทพและต่างจังหวัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น โดยมีแผนการขยายสาขาเพิ่มอีก 5 สาขาในปี 2561

● สภาพการแข่งขัน

อุตสาหกรรมร้านอาหารมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีผลให้ปัจจุบันมีร้านอาหารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค ซึ่งมีทั้งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจากต่างประเทศ กลุ่มร้านอาหารที่ดำเนินกิจการในประเทศทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม จึงทำให้ภาวะการแข่งขันของธุรกิจอาหารในประเทศไทยค่อนข้างสูง

ปัจจุบันผู้บริโภคยังคงมีพฤติกรรมรับประทานอาหารนอกบ้าน แต่ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยมีการใช้จ่ายใช้สอยลดลง ประกอบกับการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่รุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องตรึงราคาอาหารเอาไว้ แล้วหันมาเพิ่มรายได้จากการนำเสนอเมนูอาหารใหม่ ๆ ควบคู่กับการจัดโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารต่อคนต่อมื้อให้เพิ่มสูงขึ้น โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่าตลาดธุรกิจร้านอาหารในปี 2560 น่าจะมีมูลค่า 390,000-397,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 2-4 จากในปี 2559 โดยแบ่งเป็นมูลค่าเชนร้านอาหาร (ธุรกิจบริการร้านอาหารที่มีจำนวนสาขามากกว่า 10 สาขา ขึ้นไป) 119,000-122,000 ล้านบาท และมูลค่าร้านอาหารทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มร้านอาหารขนาดกลางและเล็ก 271,000-275,000 ล้านบาท การแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจร้านอาหาร ทำให้ผู้ประกอบการต้องติดตามพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค เพื่อปรับกลยุทธ์ในการทำธุรกิจให้สอดคล้องกับผู้บริโภค โดยเทรนด์การให้บริการร้านอาหารที่น่าสนใจ ได้แก่

1. ลูกค้ารับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น จากเทรนด์รักสุขภาพทำให้ผู้คนใส่ใจเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น เช่น การรับประทานผัก ผลไม้ และธัญพืช การลดน้ำตาล เกลือ และไขมัน การเลือกวัตถุดิบที่ไม่ใช้สารเคมีและวัตถุสังเคราะห์ เป็นต้น ส่งผลให้อาหารเพื่อสุขภาพเป็นที่รู้จัก และกลายเป็นทางเลือกในการรับประทานอาหารของคนไทยในวงกว้างมากขึ้น โดยคนไทยส่วนใหญ่มีการซื้ออาหารพร้อมทานเพื่อสุขภาพมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และบางส่วนมีการซื้อเป็นประจำทุกวัน สะท้อนโอกาสสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในการนำเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ รองรับการขายตัวของกลุ่มลูกค้าที่เลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมถึงกลุ่มลูกค้าดังกล่าว ยังยินดีจ่ายค่าอาหารที่สูงขึ้น สำหรับทางเลือกในการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพอีกด้วย

2. ลูกค้าใช้บริการ Delivery อาหารมากขึ้น การใช้บริการจัดส่งอาหาร หรือ Delivery มีแนวโน้มได้รับความนิยมสูงขึ้น เนื่องจากรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป ทั้งการใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ มีข้อจำกัดด้านเวลา ต้องการความสะดวกสบาย รวมถึงต้องการหลีกเลี่ยงการจราจรที่ติดขัด โดยความสะดวกในการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งที่ผู้ประกอบการร้านอาหารพัฒนาขึ้นเอง ตัวกลางให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ รวมถึงตัวกลางให้บริการรับซื้อหรือจัดส่งอาหารและสินค้าต่าง ๆ มีส่วนกระตุ้นให้ผู้คนใช้บริการจัดส่งอาหารเพิ่มมากขึ้น และน่าจะช่วยหนุนให้ผู้ประกอบการร้านอาหารมีรายได้จากบริการเพิ่มสูงขึ้น โดยคาดว่าตลาดบริการ Delivery อาหารโดยผู้ประกอบการร้านอาหารในปี 2560 น่าจะมีมูลค่า 26,000-27,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 11-15 จากในปี 2559

3. ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่าย และมีทางเลือกในการรับประทานอาหารหลากหลาย จากภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน ส่งผลให้ผู้คนประหยัดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร โดยรับประทานอาหารนอกบ้านน้อยลง และรับประทานอาหารนอกบ้านเฉพาะมื้ออาหารที่จำเป็น นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีทางเลือกในการรับประทานอาหารที่หลากหลาย ทั้งการซื้ออาหารพร้อมปรุงและอาหารพร้อมทานจากผู้จำหน่าย เช่น แผงลอยทั่วไป ร้านค้าสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น รวมถึงมีทางเลือกในการประกอบอาหารเอง ซึ่งอาจส่งผลให้ลูกค้าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารต่อคนต่อมื้อลดลง รวมถึงมีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารก็ลดลงตามไปด้วย ซึ่งกระทบกับรายได้ของผู้ประกอบการร้านอาหารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา ร้านเจฟเฟอร์ ให้ความสำคัญกับการรักษาลูกค้าเก่า โดยได้วางแผนจัดทำโปรแกรม Customer Relationship Management ในรูปแบบดิจิทัล เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเก่า เพิ่มความถี่ในการเข้าใช้บริการให้บ่อยขึ้น และบอกต่อเพื่อหาลูกค้าใหม่ให้กับเจฟเฟอร์ด้วย

สำหรับการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปี 2560 ได้เตรียมการจัดหาสินค้าเมนูใหม่ โดยในการสั่งซื้อสินค้า บริษัท มีการวางแผนจัดหา Supplier 2-3 ราย สำหรับสินค้าแต่ละประเภท เพื่อกระจายความเสี่ยงทั้งในแง่ของราคา วัตถุดิบที่อาจจะขาดแคลนในบางช่วง สินค้าบางรายการบริษัท ใช้นโยบายการทำสัญญาจองสินค้าในปริมาณมาก เพื่อควบคุมต้นทุนสินค้า และสามารถต่อรองเรื่องของราคาสินค้าได้ โดยเฉพาะสินค้านำเข้าบางรายการซึ่งมีปัจจัยของค่าเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง

บริษัท มีขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ตรวจสอบ ควบคุมสินค้าและวัตถุดิบทุกขั้นตอน โดยมีผู้รับผิดชอบดูแลตามกระบวนการและขั้นตอนของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าทุกชนิดที่บริษัท 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 ครีเอทีฟ อีเว้นท์ อันดับ 1 ของประเทศไทย และเป็นบริษัทอีเว้นท์ของคนไทยบริษัทเดียวที่ติดอันดับ 7 ของโลก จัดอันดับโดยนิตยสาร Special Events Magazine ประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่ได้เป็นเพียงแค่บริษัทที่มีความแข็งแกร่งในการจัดอีเว้นท์เพียงอย่างเดียว แต่ยังดำเนินธุรกิจภายใต้ความคิดสร้างสรรค์ที่หลากหลาย ตลอดระยะเวลากว่า 28 ปี บริษัทฯ สร้างสรรค์ผลงานมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะกับการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย โดยการจัดอาคารศาลาไทย ในงาน The World Exposition 2010 ณ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ทำให้อาคารศาลาไทยได้รับการจัดอันดับว่าเป็นประเทศยอดเยี่ยม ติด 1 – 10 จากจำนวนกว่า 230 อาคารจากประเทศทั่วโลก และมีผู้เข้าชมถึง 8 ล้านคน ซึ่งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย รวมถึงการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย ในงาน International Exposition 2012 ณ เมืองยอฮู สาธารณรัฐเกาหลี จนกลายเป็นพาวเวอร์โฮมยอดเยี่ยมจากทั่วโลกจนได้รับรางวัลในระดับโลกมากมาย และล่าสุดในงาน Astana Expo 2017 ณ กรุงอัสตานา สาธารณรัฐคาซัคสถาน ซึ่งสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยสู่เวทีระดับโลกอีกครั้ง

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

ในปัจจุบัน บริษัทฯ ตอกย้ำการเป็นผู้นำด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์อย่างครบวงจรในภูมิภาคอาเซียน ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทุกมิติ ด้วยสโลแกนที่ว่า ‘Never Stop Creating’ โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ

(1) กลุ่มธุรกิจ Marketing Services

ให้บริการด้านการวางแผน วางกลยุทธ์ และให้คำปรึกษาด้านการตลาดต่างๆ อย่างมืออาชีพ ประกอบด้วย

- ด้านงานวิจัย (Research)

วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแบบเจาะลึก ภายใต้งานสร้างสรรค์ของ บริษัท เอ็นไวโรเซล (ประเทศไทย) จำกัด

- ด้านอีเว้นท์ มาร์เก็ตติ้ง (Event Marketing)

วางกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการได้ทุกแง่มุม ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจของ อินเด็กซ์ อีเว้นท์ เอเจนซี

- ด้านคอมมิวนิเคชันส์ (Communications)

วางแผน และผสมผสานกลยุทธ์การสื่อสารทั้งในและนอกองค์กร ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจคอมมิวนิเคชันส์ ยูนิท

- ด้านดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง (Digital Marketing)

เข้าถึงไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้อย่างหลากหลาย ภายใต้งานสร้างสรรค์ของบริษัท แสบปิโ้ จำกัด

- ด้านทีวี และมัลติมีเดีย (TV & Multimedia)
สร้างสรรค์ผลงานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ วิลเลจ เทเลวิชั่น และ อินเด็กซ์ สตูดิโอ
- ด้านอินโนเวทีฟ อินสโตร์ มีเดีย (Innovative In-Store Media)
สื่อสารผ่านสื่ออินเตอร์แอคทีฟอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้งานสร้างสรรค์ของบริษัท บลูมีเดีย คอมมิวนิเคชันส์ จำกัด
- ด้านปริ้นท์ติ้ง แอนด์ สโตร์ เดคโคเรชัน (Printing and Store Decoration)
นวัตกรรมงานพิมพ์ในรูปแบบพิเศษ ภายใต้งานสร้างสรรค์ของบริษัท อินสพาย อิมเมจ จำกัด
- ด้านอีควิปเมนต์ ซัพพลาย (Equipment Supply)
รองรับงานทุกประเภทแบบครบวงจร ภายใต้งานสร้างสรรค์ของบริษัท มีเดีย วิชั่น (1994) จำกัด และบริษัท อีเว้นท์ โซลูชันส์ จำกัด

(2) กลุ่มธุรกิจ Creative Business Development

ให้บริการด้านการพัฒนา แปรนติ์ดิง และสร้างประสบการณ์พิเศษ ผู้สร้างมูลค่าในรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- ด้านงานทัวร์วิช แอทแทรกชัน (Tourist Attraction)
สร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจแบรนด์ แอทแทรกชัน แอนด์ มิวเซียม
- ด้านงานแบรนด์ เอ็กซ์พีเรียนส์ (Brand Experience)
สร้างแลนด์มาร์คใหม่ที่สำคัญด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัว ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจแบรนด์ แอทแทรกชัน แอนด์ มิวเซียม
- ด้านงานธีม พาร์ค (Theme Park)
สร้างสีสัน และความสนุก ผ่านเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจแบรนด์ แอทแทรกชัน แอนด์ มิวเซียม
- ด้านพิพิธภัณฑ์ (Museum)
ตีโจทย์ และถ่ายทอดความต้องการทุกรูปแบบ ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจแบรนด์ แอทแทรกชัน แอนด์ มิวเซียม
- ด้านงานนิทรรศการชั่วคราว และถาวร (Exhibition: Permanent & Temporary)
สื่อสารด้วยวัตถุประสงคที่ชัดเจน ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจแบรนด์ แอทแทรกชัน แอนด์ มิวเซียม
- ด้านงานเอ็กซ์โป (The World Exposition)
คิดอย่างสร้างสรรค์ ผสานไอเดียใหม่ๆ ด้วยความเชี่ยวชาญมาตรฐานระดับโลก ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ เวิลด์ เอ็กซ์โป หรือกิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ ดีไซน์ 103

(3) กลุ่มธุรกิจ (Own-Project)

ให้บริการสร้างสรรค์งานโปรเจกต์พิเศษ อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ประกอบด้วย

- **ด้านงานโชว์บิซ (Showbiz)**

สร้างสีสัน และเอ็นเตอร์เทนเม้นท์อย่างหลากหลาย อาทิ งานมิวสิก เฟสติวล (Music Festival) และละครเวที (Theatre Show) เป็นต้น ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ ครีเอทีฟ บิซซิเนส ดีเวลลอปเม้นท์

- **ด้านงานสปอร์ต แอนด์ เฟสทีฟ อีเว้นท์ (Sport & Festive Event)**

ระดับอินเตอร์เนชันแนล ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ ครีเอทีฟ บิซซิเนส ดีเวลลอปเม้นท์

- **ด้านงานบิซซิเนส อคาเดมี (Business Academy)**

ถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์จริง อย่างมีระบบ เช่น สัมมนา (Seminar) และเวิร์คช็อป (Workshop) เป็นต้น ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ ครีเอทีฟ บิซซิเนส ดีเวลลอปเม้นท์

- **ด้านงานเทรดแฟร์ (Trade fair)**

ศูนย์กลางสร้างโอกาสทางธุรกิจ ทั้งใน และต่างประเทศ ภายใต้งานสร้างสรรค์ของหน่วยธุรกิจ ครีเอทีฟ บิซซิเนส ดีเวลลอปเม้นท์

การตลาดและการแข่งขัน

- **สภาพการตลาด**

จากสถานการณ์ตลาดอุตสาหกรรมอีเว้นท์ที่ผ่านมาตั้งแต่ต้นปี 2560 เรียกว่ามีการเติบโตต่อเนื่อง เนื่องจากหลายธุรกิจเริ่มกลับมาโปรโมทสินค้า และบริการมากขึ้น ด้านนักการตลาดต่างใช้เงินเพื่อจัดแคมเปญต่างๆ มากขึ้น แต่ธุรกิจที่โดดเด่นมากที่สุด คือ ด้านธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเม้นท์ สังเกตได้จากมีคอนเสิร์ตทั้งในประเทศไทย และจากต่างประเทศที่มีคิวต่อเนื่อง รวมถึงละครเวที และงานแสดงต่างๆ รongลงมาเป็นด้านการเปิดตัวสินค้า และบริการต่างๆ ในธุรกิจหลากหลาย อาทิ ด้านอสังหาริมทรัพย์ ด้านสินค้าอุปโภค และบริโภค ด้านยานยนต์ ด้านการธนาคาร ด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม และด้านสินค้าแฟชั่น เป็นต้น รวมถึงจะเห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นของตลาดที่เน้นเชื่อมโยงของเทคโนโลยี และนวัตกรรมกับสินค้า และบริการ สอดคล้องกับนโยบาย 4.0 ของประเทศไทย ที่องค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชนต่างต้องปรับตัวกัน ส่งผลให้ภาพรวมธุรกิจโดยรวมจะเติบโตขึ้น 5-10% หรือคิดเป็นมูลค่า 11,802.50 หมื่นล้านบาท

- **ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

โดยภาพรวมจะเป็นลูกค้าในส่วนของภาครัฐ และเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มลูกค้าตลาดต่างประเทศ นักธุรกิจ นักลงทุน และผู้ที่ต้องการเข้าตลาด ครอบคลุมงานด้านการตลาดในทุกมิติ

- **การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย**

ด้วยรากฐานของการให้บริการเป็น “Creative Business Solutions” ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในหลากหลายประเภท ทำให้เกิดความแตกต่างกับธุรกิจรายอื่น โดยเฉพาะหัวใจสำคัญในเรื่องการใช้งานวิจัยมาช่วยตอบโจทย์งานให้มีความแม่นยำยิ่งขึ้น ช่วยให้ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าแต่ละราย รวมถึงความแกร่งในเรื่องของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทำให้งานที่ออกมาเป็นงานที่ใหม่ และมีเอกลักษณ์ สู่การเปิดโอกาสและขยายตลาดในพื้นที่ใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

- **สภาพการแข่งขัน**

ด้วยการแข่งขันในตลาดอีเว้นท์ที่ไม่ได้จำกัดอยู่ในเฉพาะตัวเมืองอีกต่อไป แต่ได้กระจายตัวออกไปตามต่างจังหวัด จนครอบคลุมทั่วประเทศ เรียกว่ามีผู้แข่งขันเป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อการเกิดขึ้นใหม่ของธุรกิจอย่างรวดเร็ว จึงเป็นปัจจัยที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นหลายรายก้าวเข้ามาในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมาก ทั้งขนาดเสกล ระดับเล็ก กลาง และใหญ่ และมีความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกันออกไป แต่ถึงอย่างไร ยังไม่สามารถครอบคลุมในลักษณะการให้บริการที่ครบวงจรได้ แต่ทางบริษัท ได้มีการปรับแผน และกลยุทธ์ของการดำเนินงานโดยใช้ในเรื่องของ “Creative Business Solutions” ทำให้ลักษณะงานที่เกิดขึ้นไม่ได้ถูกจำกัดในคำว่าธุรกิจอีเว้นท์อีกต่อไป แต่เป็นธุรกิจของการใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

โดยการพัฒนาในเรื่องของคุณภาพงาน และให้ความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของทักษะในด้านต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความแกร่ง โดยเฉพาะเรื่องการพัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์ เพื่อต่อยอดสู่การสร้างงานที่ตอบโจทย์ความต้องการ และเป็นประโยชน์ต่อบุคคลส่วนรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยลายมือที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ในปี 2560 ธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัท ได้แก่ การประกอบกิจการด้านการผลิตรายการทางโทรทัศน์ ธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษโรงเรียนเอกชน ภายใต้ชื่อสถาบันสอนภาษา Wall Street English (“WSE”) ธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อร้านอาหารสเต็ก “Jeffer Steak & Seafood” และธุรกิจให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร ภายใต้ชื่อ “Index” โดยมีปัจจัยความเสี่ยงของบริษัทในปี 2560 ที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากความมั่นคงทางการเงิน ความสามารถในการกู้ยืมเงิน และปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญากู้ยืมเงิน

นอกเหนือจากการขยายธุรกิจโดยทั่วไปแล้ว กลุ่มบริษัทอาจต้องการเงินทุนเพิ่มเติม เพื่อลงทุนพัฒนาโครงการใหม่ๆ หรือการเข้าซื้อกิจการอื่น ส่งผลให้กลุ่มบริษัทต้องรักษาสภาพคล่องและสำรองวงเงินกู้จากสถาบันการเงินให้เพียงพอเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน อีกทั้งยังต้องจัดหาแหล่งเงินทุนระยะยาวล่วงหน้า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท แม้ว่ากลุ่มบริษัทยังคงมีภาระหนี้สินทั้งระยะสั้นและระยะยาว อย่างไรก็ตาม ด้วยผลการดำเนินงานและการบริหารจัดการที่ดีทางการเงิน กลุ่มบริษัทสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญาเงินกู้ด้วยดีเสมอมา

2. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจ

2.1 ธุรกิจให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร

จากการแข่งขันในตลาดที่เข้มข้น ทั้งจากผู้ประกอบการรายเล็ก รายกลาง และรายใหญ่ รวมถึงผู้ที่สนใจเข้ามาจับกลุ่มธุรกิจนี้ ส่งผลให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาด และมีความซับซ้อนมากขึ้น ประกอบกับงบประมาณของเม็ดเงินที่ใช้ยังอยู่ในช่วงรัดกุม และจำกัด ซึ่งผันผวนกับความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการหลากหลาย และมีความแตกต่างมากขึ้น และเน้นในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการในรูปแบบที่ยั่งยืนมากขึ้น และที่สำคัญต้องตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ และเทรนด์ของผู้บริโภคได้ในขณะเดียวกัน รวมถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิต ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้นการทำการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน จึงไม่เพียงพออีกต่อไป แต่ต้องเพิ่มด้านความคิดสร้างสรรค์เข้าไปด้วย ‘ครีเอทีวิตี แอดเดด’ (Creativity-Added) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ทางกลุ่มบริษัทใช้ในการดำเนินงาน เป็นกลยุทธ์สร้างทุนที่ทำนายของการตลาดยุค 2560 คือ การเพิ่มเติม สร้างสรรค์ และใส่ใจในทุกรายละเอียดต่างๆ ด้วยความเข้าใจอย่างแท้จริง เพื่อสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้น เนื่องจากในทุกๆ กลุ่มอุตสาหกรรมต่างต้องการความคิดสร้างสรรค์มาเติมแต่งให้เกิดความแตกต่าง เกิดความจดจำ และเป็นที่น่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างสรรค์งานสู่ตลาดต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบของงานอีเว้นท์ ซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่กลุ่มบริษัทมีความแกร่ง และเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงธุรกิจประเภทอื่นๆ เพื่อสร้างโอกาสให้กับนักธุรกิจ นักลงทุน ในต่างประเทศ และเจาะตลาดใหม่ๆ ต่อเนื่อง สามารถต่อยอดธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ ให้เติบโตมั่นคงแบบต่อเนื่อง ทั้งในประเทศ และระดับภูมิภาคอาเซียนแบบครบวงจรได้อย่างแน่นอน

2.2 ธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

สืบเนื่องมาจากค่านิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป การใช้ชีวิตของคนไทยที่เน้นความสะดวกสบาย นิยมการรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น และมีการขยายตัวของชุมชนเมืองออกไปอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้ปัจจุบันมีร้านอาหารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคมีทั้งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจากต่างประเทศ กลุ่มร้านอาหารที่ดำเนินกิจการในประเทศทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม จึงทำให้ภาวะการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทได้วางเป้าหมายในการคงความเป็นผู้นำของธุรกิจร้านอาหารเด็กที่มีคุณภาพดีเหมาะสมกับราคานอกจากนี้ยังสร้างสรรค์เมนูใหม่ ๆ เพื่อความแตกต่างจากคู่แข่ง ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของเมนูอาหาร ความรวดเร็วของการให้บริการ ตลอดจนมุ่งเน้นการตอบสนองให้ทันความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ทำให้บริษัทสามารถรักษาความเป็นผู้นำและการมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

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

2.3 ธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ

การให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากคู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ค่อนข้างง่าย อย่างไรก็ตาม ด้วยหลักสูตรการเรียนการสอนที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ Wall Street International ที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก ประกอบกับกลุ่มบริษัทได้วางเป้าหมายในการเป็นผู้นำของธุรกิจโรงเรียนเอกชนให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ โดยการจัดหาบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถตรงตามคุณสมบัติที่กำหนด มีสถานที่ตั้งในทำเลที่ดีและเหมาะสม การสร้างทีมขายให้แข็งแกร่งและมีคุณภาพ การจัดแคมเปญให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าและปรับเปลี่ยนให้ทันต่อเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังทำการตลาดที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้า และส่งเสริมการขายผ่านกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าเก่าอย่างต่อเนื่อง ด้วยแคมเปญที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายอีกด้วย

2.4 ธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์

เนื่องจากกลุ่มบริษัทจ้างผลิตละครให้กับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) แต่เพียงรายเดียว ดังนั้นกลุ่มบริษัท จึงต้องพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบในการสรรหาบทประพันธ์ที่ดี มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของผู้ชม นำเสนอให้กับผู้ว่าจ้างพิจารณา เพื่อให้แน่ใจว่าบทประพันธ์เรื่องนั้น ๆ จะได้รับการพิจารณาอนุมัติ

ธุรกิจทางด้านทีวีดิจิตอลที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว มีสถานีโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น และแต่ละสถานีโทรทัศน์ก็มีความต้องการที่จะผลิตละครเพิ่มมากขึ้นด้วย จึงเป็นเหตุให้บุคลากรด้านการผลิตละครไม่เพียงพอต่อการทำงาน ซึ่งทางกลุ่มบริษัทได้คำนึงถึงเรื่องนี้ จึงพยายามปรับเปลี่ยนวิธีการในการว่าจ้างบุคลากร จากเดิมที่ส่วนใหญ่จะเป็นการว่าจ้างในรูปแบบ ฟรีแลนซ์ ให้มาเป็นการว่าจ้างในรูปแบบรับเงินค่าจ้างประจำ โดยการทำสัญญาว่าจ้างแบบระยะยาว (Long Term Contract) เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาในเรื่องการหยุดชะงักในการดำเนินงาน

3. ความเสี่ยงจากการจัดหาสถานที่ตั้งในการประกอบธุรกิจตามที่ต้องการ

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

4. ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนบุคลากร

บุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการสร้างความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของกลุ่มบริษัท ดังนั้นที่ผ่านมากลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในด้านนี้อย่างต่อเนื่อง โดยส่งเสริมให้บุคลากรมีความรักและความผูกพันกับองค์กร การให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจทางธุรกิจมากยิ่งขึ้น มีการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นประจำ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทยังให้ความสำคัญต่อการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสม รวมทั้งมีการให้สวัสดิการด้านต่างๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล การทำประกันภัยหมู่ การจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เป็นต้น

5. ความเสี่ยงจากผลกระทบของความไม่แน่นอนด้านเศรษฐกิจ การเมือง ภัยธรรมชาติ และเหตุการณ์ร้ายแรงซึ่งส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของธุรกิจ

รายได้ และผลกำไรของกลุ่มบริษัท ล้วนต้องอาศัยภาคการใช้จ่ายของผู้บริโภค ซึ่งอาจได้รับผลกระทบด้านลบจากปัจจัยภายนอกหลายๆ ปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของกลุ่มบริษัท เช่น ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความไม่สงบทางการเมืองหรือจากภัยธรรมชาติ (เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว เป็นต้น) เป็นต้น และถึงแม้ว่าปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ดังกล่าวเป็นความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ รายต้องเผชิญ แต่บริษัทก็ได้จัดทำมาตรการการบริหารความเสี่ยง เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจและผลประกอบการของกลุ่มบริษัทจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดและไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การทำประกันทรัพย์สินที่ครอบคลุมถึงภัยต่างๆ เช่น อัคคีภัยและวาตภัย เป็นต้น

6. ความเสี่ยงจากการไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง จากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขัดข้อง

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

ดังนั้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและป้องกันผลกระทบจากความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ ในเบื้องต้นกลุ่มบริษัทได้กำหนดให้มีการสำรองข้อมูลต่างๆ เช่น ระบบบัญชี ระบบฐานข้อมูลลูกค้า เป็นต้น โดยมีการบันทึกและเก็บสำรองข้อมูลไว้เพื่อให้เป็นปัจจุบันเสมอๆ พร้อมจัดเก็บไว้ในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

4.1 ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

(1) ทรัพย์สินถาวร

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ¹ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน ²
(1) ที่ดิน	กลุ่มบมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นเจ้าของ	131.10	มี
(2) อาคาร	กลุ่มบมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นเจ้าของ	125.34	มี
(3) เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ บจ. เวฟ ทีวี บจ. เอ็มพีซีเอ็นที อิงลิช เซอร์วิส เซส บจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ และกลุ่มบมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นเจ้าของ	337.70	มี
(4) ยานพาหนะ	บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ บจ. เวฟ ทีวี บจ. เอ็มพีซีเอ็นที อิงลิช เซอร์วิส เซส บจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ และกลุ่มบมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นเจ้าของ	20.42	มี

หมายเหตุ

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

(2) สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน


ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ¹ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
(1) สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ²	บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ บจ. เอ็มพีซีเอ็นที อิงลิช เซอร์วิส เซส บจ. เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ และ กลุ่ม บมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นเจ้าของ	243.60	ไม่มี

หมายเหตุ

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

(3) บริษัทย่อยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า

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

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

(4) ค่าความนิยม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทมีค่าความนิยมจากการซื้อธุรกิจในปี 2557 และ ปี 2558 ได้แก่ เงินลงทุนใน บจ. เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเซส บจ. เจฟเฟอร์ สเตคโตรองด์ และ บมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ รวมเป็นจำนวนเงิน 923.17 ล้านบาท

(5) การดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยที่พึ่งพิงบนสัญญาสัมปทาน Franchise agreement

บริษัท เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิสเซส 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 โดยสาระสำคัญของสัญญาได้สัญญาแฟรนไชส์ดังกล่าวสรุปได้ดังต่อไปนี้

1) เงื่อนไขการให้สิทธิ

- 1.1) ผู้ได้รับสิทธิได้รับสิทธิให้ดำเนินธุรกิจสถาบันสอนภาษาอังกฤษภายใต้ชื่อทางการค้า “วอลล์สตรีท อิงลิช” แบบครบวงจร โดยจัดตั้งเป็นศูนย์ให้การศึกษาและฝึกอบรมภาษาอังกฤษให้แก่บุคคลทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 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) รวมถึงองค์ความรู้สำหรับการใช้ในการสอนภาษาอังกฤษที่ได้พัฒนาขึ้นในรูปแบบของ 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 ไม่มีคดีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบในด้านลบต่อบริษัทและบริษัทย่อย ที่มีจำนวนทุนทรัพย์สูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นตามงบการเงิน ณ วันสิ้นปีบัญชีล่าสุด คือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

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. ถือหุ้นในบริษัทอื่น
เลขทะเบียนบริษัท	เลขที่ 0107536000978 (เดิม บมจ.171)
โทรศัพท์	(02) 665 – 6705
โทรสาร	(02) 665 – 6750
โฮมเพจบริษัท	www.wave-groups.com
ทุนจดทะเบียน	463.32 ล้านบาท
จำนวนและชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ จำนวน 463.32 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
ทุนชำระแล้ว	421.20 ล้านบาท
จำนวนและชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ จำนวน 421.20 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท

(2) รายละเอียดของนิติบุคคลที่บริษัท และบริษัทย่อยของบริษัท ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว		
		ชนิด	จำนวนหุ้น	มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ (บาท)
1.บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท				
1. บริษัท เวฟ พิคเจอร์ส จำกัด	บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นทางธุรกิจ เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการ	หุ้นสามัญ	1,000,000	100
2. บริษัท เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด	บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นทางธุรกิจโดยการเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท เวฟ ทีวี แอนด์ มิวสิค สตูดิโอส์ จำกัด เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการ	หุ้นสามัญ	500,000	10
3. บริษัท เวฟ เอ็ดดูเคชั่น กรุ๊ป จำกัด	บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นทางธุรกิจโดยการเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท ซีวีดี ออแกไนเซอร์ จำกัด เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการ	หุ้นสามัญ	100,000	10
4. บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)	ให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร	หุ้นสามัญ	172,000,000	1
2.บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท เวฟ พิคเจอร์ส จำกัด				
1. บริษัท เวฟ ทีวี จำกัด	<ul style="list-style-type: none">ผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์ขายเวลาโฆษณารายการทางโทรทัศน์	หุ้นสามัญ	5,000,000	10
3.บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด				
1. บริษัท เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ จำกัด	<ul style="list-style-type: none">จัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ รวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เพื่อธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มประกอบกิจการร้านอาหาร จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	หุ้นสามัญ	10,049,000	10
		หุ้นบุริมสิทธิ	49,000	10
4.บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท เวฟ เอ็ดดูเคชั่น กรุ๊ป จำกัด				
1. บริษัท เอฟพีเชียนท์ อิงลิช เซอร์วิส เซส จำกัด	โรงเรียนเอกชน สถาบันสอนภาษา รับทำการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ	หุ้นสามัญ	630,000	10
		หุ้นบุริมสิทธิ	1,026,600	10

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว		
		ชนิด	จำนวนหุ้น	มูลค่าที่ ตราไว้หุ้นละ (บาท)
5.บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)				
1. บริษัท อีเว้นท์ โซลูชั่นส์ จำกัด	ให้บริการติดตั้งอุปกรณ์เครื่องเล่นในงาน บันเทิง	หุ้นสามัญ	330,000	100
2. บริษัท เทรเบียง จำกัด ¹	ให้บริการรับตกแต่งสถานที่ และให้บริการ อุปกรณ์ในงานสังสรรค์และงานพิธีกรรม	หุ้นสามัญ	75,000	100
3. บริษัท ไอ ซี วี เอ็กซ์ จำกัด	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	หุ้นสามัญ	99,000	100
4. บริษัท อินสปาย อิมเมจ จำกัด	ให้บริการจัดทำ ติดตั้งและรีดออนแผ่นป้าย โฆษณา	หุ้นสามัญ	60,000	100
5. บริษัท บลูมีเดีย คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด	ให้บริการออกแบบ ผลิตและจำหน่าย สิ่งพิมพ์และสื่อต่างๆ	หุ้นสามัญ	550,000	25
6. บริษัท มีเดีย วิชั่น (1994) จำกัด	ให้บริการอุปกรณ์แสง สี เสียงในงาน บันเทิง	หุ้นสามัญ	408,910	100
7. บริษัท เอ็นไวโรเซล (ประเทศไทย) จำกัด	จัดสัมมนา ให้บริการที่ปรึกษา ให้บริการ ข้อมูลวิจัย วิเคราะห์และสำรวจข้อมูลทาง สถิติ	หุ้นสามัญ	80,000	100
8. บริษัท บิ๊ก อีเว้นท์ จำกัด ¹	ผลิตภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ และ ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	หุ้นสามัญ	20,000	100
9. บริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ วี จำกัด	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	หุ้นสามัญ	120,000	70
10 บริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ เอ็ม จำกัด	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	หุ้นสามัญ	300,000	100
11.บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ ออนไลน์ จำกัด ¹	ให้คำปรึกษาและรับออกแบบจัดสร้างและ ปรับปรุง Website/Flash Media	หุ้นสามัญ	132,000	100
6.บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ เอ็ม จำกัด				
1. บริษัท ไอซีวี จำกัด	ให้บริการและจัดหาพื้นที่แสดงสินค้า และ รับออกแบบงานด้านโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์	หุ้นสามัญ	500	100 USD
7.บริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดยบริษัท				
1. บริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี จำกัด (มหาชน)	ประกอบกิจการด้านการผลิตกระแสไฟฟ้า จากพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อจำหน่ายให้ ภาครัฐและเอกชน	หุ้นสามัญ	1,815,000,000	1

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว		
		ชนิด	จำนวนหุ้น	มูลค่าที่ ตราไว้หุ้นละ (บาท)
8.บริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดยบริษัท อินเดิ็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)				
1. บริษัท แม็กซ์ ครีเอทีฟ จำกัด	ให้บริการที่ปรึกษา บริหารจัดการด้านการ ปรับภาพลักษณ์และการสื่อสารทาง การตลาดแบบครบวงจร	หุ้นสามัญ	50,000	100
2. บริษัท แอปปีโอ จำกัด	ให้ บริการ ออกแบบและผลิตสื่อ Applicationและ บริการระบบการ ติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต	หุ้นสามัญ	900,000	10
3. บริษัท ทาวน์ แบรนด์ จำกัด	ผลิตสื่อโฆษณา	หุ้นสามัญ	50,000	100

หมายเหตุ

- ¹ บริษัทดังกล่าวอยู่ในระหว่างดำเนินการชำระบัญชี
- ² 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

ชื่อ สำนักงานใหญ่	1. บริษัท เอ็ฟพีซีเอ็นท์ อิงลิช เซอร์วิส จำกัด อาคารกมลสุโกศล เลขที่ 317 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทรศัพท์ (02) 660 – 3000	
ชื่อ สำนักงานใหญ่	2. บริษัท เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ จำกัด 11/58 ซอยสุขาภิบาล 5 ซอย 50 (พุดมเชื้อแก้ว) แขวงออกเงิน เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220 โทรศัพท์ (02) 150 – 7104 - 5 โทรสาร (02) 150 – 7106	
ชื่อ สำนักงานใหญ่	3. บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)	4. บริษัท อีเว้นท์ โซลูชั่นส์ จำกัด
	5. บริษัท เทรเบียง จำกัด	6. บริษัท ไอ ซี วี เอ็กซ์ จำกัด
	7. บริษัท บลูมีเดีย คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด	8. บริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ ดีวี จำกัด
	9. บริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ เอ็ม จำกัด	10. บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ ออนไลน์ จำกัด
	11. บริษัท แม็กซ์ ครีเอทีฟ จำกัด	12. บริษัท ทาวน์ แปรนด์ดิง จำกัด
	13. กิจการร่วมค้า ไอ ดี ทู	14. กิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ ดี63
	15. กิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ ซิตีนีออน	16. กิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ ดีไซน์ 103
	17. กิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ เอ-เซเว่น	
	545 ซอยปรีดิพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 725 – 9333 โทรสาร (02) 713 – 0913	
ชื่อ สำนักงานใหญ่	18. บริษัท เอ็นไวโรเซล (ประเทศไทย) จำกัด	19. บริษัท บิ๊ก อีเว้นท์ จำกัด
	957/28-30 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 713 – 0312-5 โทรสาร (02) 713 – 3331	
ชื่อ สำนักงานใหญ่	20. บริษัท อินสปาย อิมเมจ จำกัด 87 ซอยพัฒนาการ 20 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์ (02) 717 – 8900 โทรสาร (02) 717 – 7866	
ชื่อ สำนักงานใหญ่	21. บริษัท มีเดีย วิชั่น (1994) จำกัด 999, 999/9 หมู่ที่ 2 ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000 โทรศัพท์ (02) 951 – 0101 โทรสาร (02) 965 – 9679-80	
ชื่อ สำนักงานใหญ่	22. บริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี จำกัด (มหาชน) อาคารมาลีนนท์ทาวเวอร์ ชั้น 16 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ (02) 661 - 2701 โทรสาร (02) 661 – 2705	
ชื่อ สำนักงานใหญ่	23. บริษัท แอปปีโอ จำกัด 139 อาคารเศรษฐกิจ ถนนปิ่น แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์ (02) 731 – 5200 โทรสาร (02) 004 – 8980	

ชื่อ สำนักงานใหญ่	24. บริษัท บริษัท ไอซีวี จำกัด No.31, Anigar Street, Bauk Htaw, Yankin Township, Yangon, Republic of the Union of Myanmar.
----------------------	---

(3) รายละเอียดของบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : (02) 009 - 9000 โทรสาร : (02) 009 - 9991
ผู้สอบบัญชี	บริษัท ไพร์ซวอเตอร์เฮ้าส์คูเปอร์ส เอเปเอส จำกัด ชั้น 15 อาคารบางกอกซิติ้ทาวเวอร์ เลขที่ 179/74-80 ถนนสาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ : (02) 344-1000 โทรสาร : (02) 286-5050 ชื่อผู้สอบบัญชี นางสาวสกุณา แยมสกุล เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี 4906 และ/หรือ นางณัฐพร พันธุ์อุดม เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี 3430 และ/หรือ นายพิสิฐ ทางธนกุล เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี 4095
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