

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายระยะยาวของบริษัทฯ

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในการสร้างสรรค์และผลิตผลงานด้านบันเทิงทุกรูปแบบ ควบคู่ไปกับทุกพัฒนาการของสื่อและเทคโนโลยี เพื่อมอบคุณค่าชีวิตที่ดีและความสุขแบบไร้ขีดจำกัด

พันธกิจ

- สร้างสรรค์ ผลงานที่เป็นเลิศให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- เสริมสร้าง ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
- ส่งเสริม บุคลากรให้รักและเชี่ยวชาญในงานที่ทำและมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น
- สนับสนุน กิจกรรมอันเป็นประโยชน์และรับผิดชอบต่อสังคม

เป้าหมายระยะยาว

เป็นบริษัทเอนเตอร์เทนเมนต์อันดับหนึ่งของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ ได้จัดตั้งขึ้นในปี 2526 ในนาม บริษัท แกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ดำเนินธุรกิจหลักในการสร้างสรรค์ผลงาน เพลงไทยสากลโดยออกอัลบั้มชุดแรกคือ "นิยายรักจากก้อนเมฆ" ขับร้องโดย แพทย์หญิง พันทิวา สินรัชตานันท์ และผลิตรายการทีวี 3 รายการ ได้แก่ ยิ้มใส่ใจ มั่นกว่าแห้ว เสียงติดดาว ซึ่งประสบความสำเร็จและเจริญเติบโตเรื่อยมา สำหรับประวัติและการขยายตัวของธุรกิจสามารถติดตามได้จากเว็บไซต์บริษัทฯ ที่เมนูหลัก “ข้อมูลบริษัท” หัวข้อ “ประวัติบริษัท”

บริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้น การจัดการ หรือ การประกอบธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาดังนี้

ปี 2555 มกราคม	• นำภาพยนตร์เรื่อง “ATM เอ๋รัก เอ๋เร่” ออกสู่สายตาประชาชน และประสบความสำเร็จอย่างสูงโดยทำรายได้รวมประมาณ 152.5 ล้านบาท เป็นอันดับสูงสุด ของหนังไทยที่ออกฉายในปี 2555
-------------------	--

รับรองความถูกต้อง

ปี 2555 มีนาคม (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้ลงทุนในหุ้นสามัญของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม บี จำกัด ซึ่งได้จดทะเบียนจัดตั้งกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2555 ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก จำนวน 9,997 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทดังกล่าว และในเดือนเดียวกันบริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนท์ จำกัด ได้ลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทอีก 4 บริษัท คือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนท์ เทเรคคิง จำกัด บริษัท แบงชาแนล จำกัด บริษัท กรีน ชาแนล จำกัด บริษัท แม็กซี ทีวี จำกัด จำนวนบริษัทละ 9,997 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท เป็นจำนวนเงิน 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนของแต่ละบริษัท เปิดตัวช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่สามารถรับชมได้เฉพาะแพลตฟอร์ม GMM Z จำนวน 3 ช่อง คือ <ol style="list-style-type: none"> (1) GMM Hits เป็นช่องบันเทิงวาไรตี้ (2) NAT GEO Wild เป็นช่องสาระบันเทิงชีวิตสัตว์โลก (3) GMM Theater เป็นช่องซีรีส์ยอดเยี่ยมจากต่างประเทศ เปิดตัวช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเพิ่มอีก 1 ช่อง คือ GMM Music
มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> ถ่ายทอดสดฟุตบอลรายการ Euro 2012 โดยเป็นคอนเทนต์หลักในการเพิ่มยอดขายกล่องรับสัญญาณดาวเทียม GMM Z ซึ่งสามารถจำหน่ายได้ทั้งหมดประมาณ 600,000 กล่องในช่วงที่มีการถ่ายทอดสด เปิดตัวธุรกิจโฮม ช้อปปิ้ง ผ่านทางช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ภายใต้ชื่อ “GMM Z Shopping” ซึ่งสามารถรับชมได้ผ่านแพลตฟอร์ม GMM Z ช่อง 9 และแพลตฟอร์มโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมอื่นๆ รวมถึงเคเบิลทีวีทั่วประเทศ
กรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none"> นำภาพยนตร์เรื่อง “รัก 7 ปี ดี 7 หน” ออกสู่สายตาประชาชน และประสบความสำเร็จอย่างสูงโดยทำรายได้รวมประมาณ 70 ล้านบาท เป็นอันดับที่ 3 ของหนังไทยที่ออกฉายในปี 2555
สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> เปิดตัวช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่สามารถรับชมได้เฉพาะแพลตฟอร์ม GMM Z เพิ่มอีก 1 ช่อง คือ GMM Sport Extra เป็นช่องกีฬา ทำให้มีช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่สามารถรับชมได้เฉพาะแพลตฟอร์ม GMM Z ทั้งหมด 5 ช่อง
ตุลาคม	<ul style="list-style-type: none"> จัดงาน Grammy Wonderland เพื่อแสดงศักยภาพและความเป็นผู้นำในวงการบันเทิงของกลุ่มบริษัทฯ โดยมีการนำสินค้าและบริการทั้งหมดในกลุ่มบริษัทฯ ออกแสดงและจำหน่ายให้แก่ประชาชนทั่วไป
พฤศจิกายน	<ul style="list-style-type: none"> เปลี่ยนชื่อช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่สามารถรับได้เฉพาะแพลตฟอร์ม GMM Z จาก GMM Hits เป็น GMM ONE โดยเป็นช่องรายการที่นำเสนอรายการสาระบันเทิง ประเภทวาไรตี้
ธันวาคม	<ul style="list-style-type: none"> นำภาพยนตร์เรื่อง “Countdown” ออกสู่สายตาประชาชน และทำรายได้รวมประมาณ 28 ล้านบาท สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) มีมติพิจารณาใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อให้บริการโทรทัศน์ที่ไม่ใช่คลื่นความถี่ แบบบอกรับสมาชิก โดยใช้ระบบและวิธีการ

รับรองความถูกต้อง

ปี 2555 (ต่อ) ธันวาคม	ให้บริการผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก ตามประกาศ สำนักงาน กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียง หรือโทรทัศน์ พ.ศ.2555 ให้กับ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำนวน 14 ช่องโดยแบ่งเป็นช่องรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก จำนวน 11 ช่อง ประกอบด้วย Warner TV NAT GEO Adventure Nick Junior GMM Club Channel GMM Sport ONE GMM Movie Channel GMM Football Extra Euro Sport (SD) Euro Sport (HD) GMM Sport Two (SD) GMM Sport Two (HD) โดยแบ่งเป็นช่องสาระบันเทิง จำนวน 5 ช่อง ที่สามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย และช่องกีฬา จำนวน 6 ช่อง ซึ่งทุกคนจะได้รับชมลีกฟุตบอลระดับโลก ไม่ว่าจะเป็น Bundesliga (เยอรมัน) Ligue 1 (ฝรั่งเศส) J.League (ญี่ปุ่น) nPower Championships (อังกฤษ) Argentina League (อาร์เจนตินา) และ Football Brasil (บราซิล) โดยทั้ง 11 ช่องนี้เป็นการซื้อลิขสิทธิ์มาจากผู้ออกอากาศอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่สามารถรับชมได้เฉพาะแพลตฟอร์ม GMM Z มีจำนวน 3 ช่อง ประกอบด้วย GMM Theater NAT GEO Wild (SD & HD) และ GMM Sport Extra ซึ่งสามารถรับชมได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย โดยสามารถรับชมได้จากกล่อง GMM Z เท่านั้น
ปี 2556 มกราคม	<ul style="list-style-type: none"> เปลี่ยนแปลงการออกอากาศของช่อง GMM ONE จากเดิมออกอากาศให้รับชมได้เฉพาะแพลตฟอร์ม GMM Z เป็นออกอากาศให้รับชมได้ฟรีผ่านทุกแพลตฟอร์มในรูปแบบผ่านดาวเทียม
กุมภาพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> เปิดให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิกอย่างเป็นทางการ ซึ่งสมาชิกสามารถเลือกรับชมช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิกได้โดยการซื้อบัตรเติมช่อง ที่มีรูปแบบแพ็คเกจ 4 ประเภท คือ แพ็คเกจช่องบันเทิงแบบรายเดือน แพ็คเกจช่องกีฬาแบบรายเดือน แพ็คเกจรวมช่องบันเทิงและกีฬาแบบรายเดือน และแพ็คเกจรวมช่องบันเทิงและกีฬาแบบรายปี
มีนาคม	<ul style="list-style-type: none"> เปิดตัวกล่องรับสัญญาณดาวเทียม GMM Z รุ่น HD ออกสู่ตลาดอย่างเป็นทางการ นำภาพยนตร์เรื่อง “พี่มาก..พระโขนง” ออกสู่สายตาประชาชน และทำรายได้ Box Office สูงสุดในประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทย ที่ 563 ล้านบาท
เมษายน	<ul style="list-style-type: none"> เปลี่ยนชื่อช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมจาก GMM ONE เป็น ONE Channel เพื่อความง่ายแก่การจดจำ โดยเป็นช่องรายการที่นำเสนอรายการสาระบันเทิง แบบวไรตี้
พฤษภาคม	<ul style="list-style-type: none"> เปิดตัวซีรีส์เรื่อง “ฮอว์โมน วัยว้าวุ่น” จำนวนทั้งหมด 13 ตอน ถ่ายทอดผ่านช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ONE Channel และผ่านช่องทาง YouTube ซึ่งได้กลายเป็นซีรีส์ยอดนิยมระดับประเทศ สามารถทำยอดผู้ชมใน YouTube ได้กว่า 80 ล้านยอดชม
กรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none"> เปิดตัวบริการใหม่ สำหรับโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิกผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้ระบบ AIS ชื่อ “GMM Z on AIS” อย่างเป็นทางการ เพื่อขยายฐานลูกค้า
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มทุน ด้วยอัตราส่วน 5 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ ในราคาหุ้นละ 10 บาท โดยมีผู้ใช้สิทธิแสดงความจำนงในการจองซื้อหุ้นเพิ่มทุนครบตามจำนวนที่เสนอขาย คือ 106,052,989 หุ้น ส่งผลให้สามารถระดมเงินทุนคิดเป็นจำนวน 1,060,529,890 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ในการลงทุนด้านกลยุทธ์ (Strategic Investment) อันได้แก่ ธุรกิจทีวีดิจิทัลที่

กันยายน (ต่อ)	<p>จะมาช่วยต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจเดิมที่บริษัทฯ มีความแข็งแกร่งอยู่แล้วให้ยิ่งมีศักยภาพมากขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> • จัดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้ว จากเดิม 530,264,947 บาท เป็น 636,317,936 บาท ต่อนายทะเบียนบริษัทมหาชน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ • เปิดตัวซีรีส์ “GTH Side Stories ภาคต่อจากหนังดัง จีทีเอช” ทางช่อง ONE Channel ซึ่งเป็นการนำเรื่องราวจากภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมสูงที่ผ่านมาของบริษัท จีทีเอช จำกัด มาสร้างเป็นภาคต่อ โดยมีจำนวนทั้งหมด 8 ตอน จากภาพยนตร์ 8 เรื่อง • บริษัทฯ ได้ลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท จีเอ็มเอ็ม เอชดี ดิจิทัล ทวี จำกัด และบริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทวี จำกัด ซึ่งได้จดทะเบียนจัดตั้งกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2556 จำนวน 10,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาทต่อบริษัท และเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2556 บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอชดี ดิจิทัล ทวี จำกัด มีการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ โดยเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200 ล้านบาท จำนวนหุ้น 2,000,000 หุ้น หุ้นละ 100 บาท และบริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทวี จำกัด มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 100 ล้านบาท จำนวนหุ้น 1,000,000 หุ้น หุ้นละ 100 บาท • เข้าร่วมการซื้อเอกสารการประมูลขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ จากสำนักงาน กสทช.
ตุลาคม	<ul style="list-style-type: none"> • เปิดตัวแพ็คเกจโทรศัพท์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิกรูปแบบใหม่ ซึ่งประกอบด้วยแพ็คเกจโกลด์ ที่สามารถรับชมช่องรายการโทรศัพท์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก ได้จำนวน 14 ช่อง และ แพ็คเกจแพลทินัม ที่สามารถรับชมช่องรายการโทรศัพท์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก ได้จำนวน 31 ช่อง โดยมีคอนเทนต์เพิ่มเติมจาก “ฟ็อกซ์อินเตอร์เนชั่นแนล แชนแนล” อีกยี่สิบห้าคอนเทนต์ระดับโลก จำนวนมากถึง 27 ช่อง • ยื่นคำขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ช่องรายการประเภททั่วไป ความคมชัดสูง (HD) และช่องรายการประเภททั่วไป ความคมชัดปกติ (SD) กับสำนักงาน กสทช.
พฤศจิกายน	<ul style="list-style-type: none"> • เปลี่ยนชื่อและรูปแบบรายการของช่องโทรศัพท์ผ่านดาวเทียมของจีทีเอช จาก PLAY Channel ที่นำเสนอรายการสารบันเทิง ประเภทวาไรตี้ เป็น GTH on Air นำเสนอรายการประเภทภาพยนตร์ และซีรีส์ จากทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ
ธันวาคม	<ul style="list-style-type: none"> • เปิดตัวซีรีส์ “ATM คู่เวอร์ เออเร่อ เออร์รัก” ทางช่อง GTH on Air โดยนำเรื่องราวจากภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก เออเร่อ ที่ได้รับความนิยมอย่างสูง ด้วยรายได้ Box Office กว่า 150 ล้านบาทในปี 2555 มาสร้างเป็นภาคต่อ • เปลี่ยนชื่อและโลโก้ของช่องโทรศัพท์ผ่านดาวเทียมจาก Fan'O'ke เป็น Z O'ke โดยยังคงรูปแบบรายการเช่นเดิม คือ นำเสนอรายการเพลงรูปแบบคาราโอเกะ ตลอด 24 ชั่วโมง • เข้าร่วมการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ และชนะการประมูล 2 ช่อง ได้แก่ ช่องรายการประเภททั่วไป ความคมชัดสูง (HD) และช่องรายการประเภททั่วไป ความคมชัดปกติ (SD)

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

ผลิตภัณฑ์/บริการ ดำเนินการโดย	2556		2555		2554	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้ธุรกิจเพลงและดิจิตอล						
บมจ. จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่	1,877.86	17.1	2,324.19	19.8	2,500.57	26.6
บจก. จีเอ็มเอ็ม มิวสิก พับลิชชิ่ง อินเตอร์เนชั่นแนล	173.87	1.6	179.68	1.5	207.06	2.2
บจก. แฟนทีวี	15.78	0.1	45.94	0.4	86.14	0.9
บจก. เอ็กแซ็กท์	16.79	0.2	26.13	0.2	58.10	0.6
บริษัทย่อยอื่น	4.34	0.0	2.83	0.0	3.17	0.0
รวมรายได้ธุรกิจเพลงและดิจิตอล	2,088.64	19.0	2,578.78	21.9	2,855.04	30.4
รายได้ธุรกิจโชว์บิซ						
บมจ. จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่	830.35	7.5	868.84	7.4	647.19	6.9
บมจ. จีเอ็มเอ็ม มีเดีย	165.04	1.5	127.80	1.1	84.76	0.9
รวมรายได้ธุรกิจโชว์บิซ	995.39	9.0	996.64	8.5	731.95	7.8
รายได้ธุรกิจภาพยนตร์						
บมจ. จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่	0.00	0.0	0.01	0.0	0.05	0.0
บจก. จีเอ็มเอ็ม โท ฮับ	514.27	4.7	314.38	2.7	295.79	3.2
บจก. รักดีทีวีสุข (เดิมชื่อ "สวัสดี ทีวีสุข")	4.26	0.0	2.58	0.0	9.43	0.1
บจก. กู๊ดริงแอสฟเพ่น	1.13	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0
บริษัทย่อยอื่น	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0
รวมรายได้ธุรกิจภาพยนตร์	519.65	4.7	316.96	2.7	305.26	3.3
รายได้ธุรกิจโทรทัศน์						
บมจ. จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่	93.49	0.8	79.61	0.7	47.06	0.5
บจก. เอ็กแซ็กท์	1,813.23	16.5	1,664.14	14.2	1,444.43	15.4
บจก. จีเอ็มเอ็ม ทีวี	420.94	3.8	403.97	3.4	436.21	4.6
บจก. ดีทอล์ค	142.58	1.3	135.74	1.2	125.26	1.3
บจก. มีมิติ	11.64	0.1	10.88	0.1	0.80	0.0
รวมรายได้ธุรกิจโทรทัศน์	2,481.88	22.6	2,294.34	19.5	2,053.76	21.9
รายได้ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม						
บมจ. จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่	92.36	0.8	403.79	3.4	109.42	1.2
บจก. แฟนทีวี	195.71	1.8	164.02	1.4	27.81	0.3
บจก. เอ็กแซ็กท์	202.67	1.8	256.75	2.2	197.81	2.1
บจก. จีเอ็มเอ็ม ทีวี	126.13	1.1	120.74	1.0	102.50	1.1
บจก. จี เอส-วัน	0.00	0.0	48.80	0.4	19.98	0.2
บจก. เอสทีจีเอ็มเอ็ม	28.69	0.3	30.11	0.3	14.54	0.2
บมจ. จีเอ็มเอ็ม มีเดีย	112.18	1.0	119.23	1.0	92.88	1.0
บจก. จีเอ็มเอ็ม แซท	155.51	1.4	910.52	7.7	0.00	0.0
บจก. จีเอ็มเอ็ม แซท เทรคดิง	595.63	5.4	2.91	0.0	0.00	0.0
บจก. จีทีเอช ออน แอร์	54.28	0.5	37.45	0.3	7.73	0.1
บริษัทย่อยอื่น	0.00	0.0	6.69	0.1	0.00	0.0
รวมรายได้ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	1,563.16	14.2	2,101.02	17.9	572.66	6.1
รายได้ธุรกิจวิทยุ						
บมจ. จีเอ็มเอ็ม มีเดีย	769.36	7.0	775.27	6.6	764.17	8.1
รวมรายได้ธุรกิจวิทยุ	769.36	7.0	775.27	6.6	764.17	8.1

รับรองความถูกต้อง

ผลิตภัณฑ์/บริการ ดำเนินการโดย	2556		2555		2554	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้ธุรกิจบริการบริหารจัดการและบริหารกิจกรรม						
บมจ. จีเอ็มเอ็ม มีเดีย	0.00	0.0	49.08	0.4	14.51	0.2
บจก. อิน พับลิชชิ่ง	2.10	0.0	3.84	0.0	27.13	0.3
บมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ	574.10	5.2	920.51	7.8	699.08	7.4
บจก. อีเว้นท์ โซลูชั่นส์	62.94	0.6	26.52	0.2	31.36	0.3
บจก. เทรเบียง	8.78	0.1	18.00	0.2	13.16	0.1
บจก. มีเดีย วิชั่น (1994)	187.25	1.7	246.88	2.1	179.89	1.9
บจก. จี คอมมิวนิเคชั่นส์	8.34	0.1	27.23	0.2	26.31	0.3
บจก. อินสปาย อิมเมจ	97.29	0.9	92.98	0.8	79.31	0.8
บจก. ดี ชิกซ์ตี้ ตรี	102.12	0.9	109.94	0.9	113.22	1.2
บจก. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ ออนไลน์	4.14	0.0	16.36	0.1	15.26	0.2
บจก. เอ็นไวโรเซล (ประเทศไทย)	28.77	0.3	18.25	0.2	0.50	0.0
กิจการร่วมค้า ไอดีทู	0.00	0.0	0.08	0.0	33.34	0.4
กิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ ซิตีไนออน	17.37	0.2	43.12	0.4	10.78	0.1
กิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ ดี103 มาโก้	19.01	0.2	179.01	1.5	21.76	0.2
กิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ ดี63	11.10	0.1	0.00	0.0	0.00	0.0
บจก. เอ เจน อีเว้นท์ เอเจนซี	50.54	0.5	30.41	0.3	42.86	0.5
รวมรายได้ธุรกิจบริการบริหารจัดการและบริหารกิจกรรม	1,173.85	10.7	1,782.21	15.2	1,308.46	13.9
รายได้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์						
บจก. อิมเมจ พับลิชชิ่ง	47.93	0.4	64.55	0.5	68.77	0.7
บจก. จีเอ็มเอ็ม อินเตอร์ พับลิชชิ่ง	42.69	0.4	41.39	0.4	33.53	0.4
บจก. จีเอ็มเอ็ม ไทรมส์	30.26	0.3	34.28	0.3	38.87	0.4
บจก. บลิส พับลิชชิ่ง	5.29	0.0	18.36	0.2	33.65	0.4
บจก. อิน พับลิชชิ่ง	17.68	0.2	19.54	0.2	24.48	0.3
บจก. แกรมมี่ พับลิชชิ่ง เฮ้าส์	0.24	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0
รวมรายได้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์	144.08	1.3	178.12	1.5	199.31	2.1
รายได้ธุรกิจอื่น						
บมจ. จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่	47.77	0.4	118.22	1.0	82.38	0.9
บจก. ไอริ่งแอ็ด	46.66	0.4	85.97	0.7	108.87	1.2
บจก. ตรี-อาร์ดี	137.18	1.2	111.33	0.9	106.53	1.1
บจก. มีฟ้า	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0
บจก. จีอาร์ ไรคอด สตูดิโอ	15.09	0.1	14.60	0.1	11.47	0.1
บจก. จีเอ็มเอ็ม ซีเจ โอ ซุปเปอร์	558.85	5.1	79.78	0.7	0.00	0.0
บจก. แอ็กซ์ สตูดิโอ	68.03	0.6	0.00	0.0	0.00	0.0
บริษัทย่อยอื่น	11.90	0.1	2.25	0.0	2.68	0.0
รวมรายได้ธุรกิจอื่น	885.49	8.0	412.14	3.5	311.94	3.3
ดอกเบี้ยรับ	49.10	0.4	35.76	0.3	29.76	0.3
เงินปันผลรับ	34.34	0.3	49.00	0.4	54.41	0.6
รายได้อื่นๆ	298.74	2.7	236.22	2.0	201.22	2.1
รวมรายได้	11,003.69	100.0	11,756.47	100.0	9,387.96	100.0

รับรองความถูกต้อง

2.2 รายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละกลุ่มธุรกิจ

ธุรกิจเพลง (Total Music Business) ประกอบด้วย

1) ธุรกิจสินค้าเพลง (Physical Products) และช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution)

2) ธุรกิจการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ (Publishing Management)

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเพลงอย่างครบวงจร โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ ได้ผลิตผลงานเพลงที่มีคุณภาพและได้รับความนิยมสูง ด้วยแนวเพลงที่หลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า และมีผลงานออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องและเป็นผู้นำวงการเพลงไทยในปัจจุบัน

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินงานสร้างสรรค์ผลงานเพลง โดยเริ่มตั้งแต่การแต่งเนื้อร้องและทำนอง ผ่านการเรียบเรียงเสียงประสานจนเป็นผลงานที่สมบูรณ์มีคุณภาพ พร้อมทั้งจะนำไปผลิตเป็นต้นฉบับที่สมบูรณ์แบบโดยแต่ละค่ายเพลงจะสร้างสรรค์ผลงานในแนวเพลงที่ถนัด ซึ่งมีความหลากหลายเพื่อครอบคลุมรสนิยมของลูกค้าแต่ละกลุ่ม นอกเหนือจากการสร้างสรรค์เพลงแล้ว บริษัทฯ ยังทำจัดจำหน่ายสินค้าบันเทิง ผ่านร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกทั่วไป รวมทั้งผ่านร้าน Imagine ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกของบริษัทฯ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีบริษัทจัดเก็บลิขสิทธิ์การใช้เพลงเพื่อการค้าและมีรายละเอียดของบริษัทในกลุ่ม ดังนี้

- **บริษัท จีเอ็มเอ็ม มิวสิก พับลิชชิง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด** ซึ่งมีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 5 ล้านบาท ดำเนินงานบริหารและจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์จากผู้ประกอบการคาราโอเกะ ภัตตาคาร ร้านค้า สื่อวิทยุ หรือสื่ออื่นๆ ที่นำผลงานเพลงไปใช้ในทางการค้า โดยบริษัทจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ผลงานเพลงของกลุ่มบริษัทฯ และเจ้าของลิขสิทธิ์เพลงอื่นๆ ที่เป็นบุคคลภายนอกด้วย
- **บริษัท แฟนทีวี จำกัด** ซึ่งมีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 200 ล้านบาท ประกอบธุรกิจบริการและบริหารจัดการเรื่องลิขสิทธิ์เพลง การแบ่งจ่ายค่าลิขสิทธิ์เพลง และการจัดเก็บเงินจากตู้คาราโอเกะ และผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศผ่านดาวเทียมสำหรับช่อง FAN TV
- **บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด** มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 60 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจทางด้านโทรทัศน์และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม รวมทั้งการประกอบธุรกิจสร้างสรรค์และผลิตผลงานเพลง
- **บริษัท เค อารีนา จำกัด** มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 20 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการห้องคาราโอเกะภายใต้ชื่อ “เค อารีนา”

3) ธุรกิจโชว์บิซ (Show Business)

ดำเนินธุรกิจรับจ้างจัดกิจกรรมและงานแสดงต่างๆ โดยหน่วยงาน จีเอ็มเอ็มไลฟ์ และบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่งานคอนเสิร์ต ละครเวที และงานแสดงอื่นๆ โดยดำเนินงานครอบคลุมถึงการ

รับรองความถูกต้อง

สร้างสรรค์งานแสดงหรือเฉพาะการรับจ้างผลิต การดำเนินธุรกิจรับจัดกิจกรรมและคอนเสิร์ตนี้ทำให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น ผลงานเพลง นักร้อง นักแสดง และศิลปินอื่นๆ ให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้น

4) ธุรกิจบริหารศิลปิน (Artist Management & Merchandising)

ดำเนินงานโดยสาขางานอราทิสต์ ซึ่งทำธุรกิจคัดสรร พัฒนาศิลปินใหม่ รวมถึงการดูแลและจัดหางานให้ศิลปินในสังกัด โดยมีบริการครอบคลุมทั้งประเภทที่เกี่ยวกับดนตรี เช่น ร้องเพลง เล่นดนตรี แสดง ออกเสตร์ ร้องคอสต์ และบริการประเภทที่ไม่เกี่ยวกับดนตรี เป็นการนำศิลปินไปแสดงความสามารถด้านอื่น เช่น เดินแบบ นักแสดง พิธีกร และแขกรับเชิญ

ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content)

ดำเนินการภายใต้การดำเนินงานของบริษัท จีเอ็มเอ็ม ดิจิตอลโดเมน จำกัด ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อความบันเทิง โดยดำเนินธุรกิจหลักเป็นผู้ให้บริการดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีระบบในการเก็บรวบรวมคอนเทนต์จำนวนมากในรูปแบบต่างๆ เพื่อกระจายไปตามช่องทาง เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การให้บริการดิจิทัลคอนเทนต์ของบริษัทฯ มีหลายรูปแบบ เช่น เสียงเรียกเข้า (Ringtone) เสียงรอสาย (Ringback Tone) เพลงเต็ม (Full Song) และมิวสิกวิดีโอ (Full MV) ทั้งแบบรายเพลง (A la Carte) และแบบเหมาจ่ายรายเดือน (Subscription Service) ผ่านช่องทาง *123 ซึ่งสามารถใช้บริการได้กับเครือข่ายทั้ง AIS DTAC และ True Move นอกจากนี้ยังมีการให้บริการคอนเทนต์ผ่านผู้ให้บริการรายต่างๆ ผ่าน Internet Protocol Television (IPTV) เคเบิลทีวี โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และ ผู้ให้บริการซึ่งเป็นสื่ออื่นๆ อีกด้วย ทั้งนี้นอกจากการให้บริการสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ในลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว บริษัทฯ ยังมีการพัฒนาแอปพลิเคชันและวิธีการดาวน์โหลดผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถดาวน์โหลดคอนเทนต์ได้ในหลายอุปกรณ์ ไม่ว่าจะเป็น สมาร์ทโฟน หรือเครื่องคอมพิวเตอร์

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการเปิดให้บริการใหม่ภายใต้สาขางานธุรกิจนี้ โดยบริษัทฯ ร่วมกับ AIS ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ให้บริการเพลงโดยไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลด (Music Streaming) ผ่าน KK Box ที่ลูกค้าสามารถรับฟังเพลงยอดนิยมได้ทั้งในและต่างประเทศกว่า 10,000,000 เพลง อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีบริการจำหน่ายซีดี วีซีดี และดีวีดี ผ่านช่องทางระบบโทรศัพท์อัตโนมัติ (Call Center) และระบบออนไลน์ที่ www.shopping8000.com

บริษัทฯ มีระบบและโครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพสูงเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการรูปแบบใหม่ๆ และให้สามารถรองรับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในอนาคตโดยมีจุดมุ่งหมายให้ผู้บริโภคสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และคุ้มค่า

ธุรกิจสื่อ (Media Business)

ปัจจุบันธุรกิจสื่อของกลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการโดย บริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทในเครือ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ธุรกิจตามประเภทของสื่อ ดังนี้

1) ธุรกิจสื่อวิทยุ

การประกอบธุรกิจด้านวิทยุ มีบริษัทฯ และบริษัทย่อยเป็นผู้ดำเนินการและรับผิดชอบดังนี้

- บริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) มีทุนจดทะเบียน 208 ล้านบาท และเรียกชำระแล้ว 200.26 ล้านบาท เป็นผู้เข้าร่วมประมูลเวลาและดำเนินการผลิตรายการวิทยุ คลื่น F.M. 89.0 Chill FM คลื่น F.M. 94.0 EFM และคลื่น F.M. 106.5 Green Wave
- บริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 1 ล้านบาท เป็นผู้ดำเนินการเข้าร่วมประมูลเวลาและให้เข้าช่วงสถานีวิทยุ
และมีบริษัทที่บริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ถือหุ้น ได้แก่
 - บริษัท เอ-โหม้ ทราเวลเลอร์ จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 2 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการจัดนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

2) ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

การประกอบธุรกิจด้านโทรทัศน์ บริษัทฯ บริษัทย่อย และบริษัทร่วมดำเนินการบริหารการตลาดและผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ เพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์แบบพื้นฐาน หรือฟรีทีวี ได้แก่ช่อง 3 5 7 9 เอ็นบีที และทีวีไทย ซึ่งแต่ละรายการจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ตามความถนัดของแต่ละทีมงานฝ่ายผลิตกลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์ โดยผู้ดำเนินการและรับผิดชอบประกอบด้วยบริษัทต่างๆ ดังนี้

- บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ดำเนินการผลิตรายการประเภทการ์ตูนแอนิเมชัน
- บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 60 ล้านบาท ดำเนินการผลิตรายการประเภทละคร เกมส์โชว์ วาไรตี้ รับจ้างผลิตละคร และรายการประกวดร้องเพลงรวมทั้งดำเนินธุรกิจทางด้านเพลง
- บริษัท จีเอ็มเอ็ม ทีวี จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 20 ล้านบาท ดำเนินการบริหารการตลาดหาช่องทางการจัดจำหน่ายและดำเนินการผลิตรายการเพลง เกมส์โชว์ วาไรตี้ รวมถึงผลิตละครแนววัยรุ่น และมีบริษัทที่บริษัท จีเอ็มเอ็ม ทีวี จำกัด ถือหุ้น ได้แก่

รับรองความถูกต้อง

- บริษัท มิมิต จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 6 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตรายการและโฆษณาในรายการโทรทัศน์
- บริษัท ดีทอล์ค จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 1 ล้านบาท ดำเนินการผลิตรายการประเภทวาไรตี้ สารบันเทิง
- บริษัท ซีเนริโอ จำกัด (บริษัทร่วม ซึ่งบริษัทจีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 25) มีทุนจดทะเบียน 140 ล้านบาท และเรียกชำระแล้ว 70 ล้านบาท ดำเนินการผลิตรายการประเภทละคร เกมโชว์ วาไรตี้ รับจ้างผลิตละคร และผลิตละครเวที
- บริษัท แชนแนล (วี) มิวสิค (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัทร่วม ซึ่งบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 25) มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 110 ล้านบาท ดำเนินการผลิตส่งเสริมการขายและจัดจำหน่ายมิวสิควิดีโอเกี่ยวกับดนตรี เพื่อถ่ายทอดทางสถานีโทรทัศน์ “แชนแนล วี ไทยแลนด์”
- บริษัท แฟมมิลี โนฮาว จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 50 ล้านบาท (บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 50 แต่ถือเป็นบริษัทร่วมเนื่องจาก บริษัทฯ ไม่ได้มีอำนาจควบคุมและจัดการในบริษัทดังกล่าว) ดำเนินธุรกิจด้านสื่อโทรทัศน์ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ภายใต้ชื่อสถานี “Money Channel” และสิ่งพิมพ์ ภายใต้ชื่อนิตยสาร “Money & Wealth” เพื่อให้ความรู้ด้านเศรษฐกิจ การเงิน และการลงทุนในตลาดหุ้นและตลาดเงิน

3) ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

การประกอบธุรกิจด้านสิ่งพิมพ์ มีบริษัทย่อยเป็นผู้ดำเนินการและรับผิดชอบดังนี้

- บริษัท อิมเมจ พับลิชชิง จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 10 ล้านบาท เป็นผู้รับผิดชอบดูแลการผลิตและจัดจำหน่ายนิตยสารแฟชั่นรายเดือน ภายใต้ชื่อ “Image” ซึ่งได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน
- บริษัท จีเอ็มเอ็ม อินเตอร์ พับลิชชิง จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 10 ล้านบาท เป็นผู้รับผิดชอบดูแลการผลิตและจัดจำหน่ายนิตยสารแฟชั่นผู้หญิงรายเดือน ภายใต้ชื่อ “Madame Figaro” โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือผู้หญิงทำงานวัย 25 - 35 ปี ที่มีการศึกษา มีรสนิยมในเรื่องแฟชั่นและความงาม และนิตยสารสำหรับผู้ชาย ซึ่งจัดจำหน่ายเป็นรายเดือน โดยได้ลิขสิทธิ์จากประเทศอังกฤษ ภายใต้ชื่อ “Attitude”
- บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทรมัส จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 31 ล้านบาท เป็นผู้รับผิดชอบดูแลการผลิตและจัดจำหน่ายนิตยสารแฟชั่นผู้หญิงรายเดือน ภายใต้ชื่อ “Her World” โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้หญิงวัย 18-28 ปี ตั้งแต่แรกศึกษาจนถึงวัยทำงานในทุกสาขาอาชีพ และผลิต

รับรองความถูกต้อง

และจัดจำหน่ายนิตยสารผู้ชายรายเดือน ภายใต้ชื่อ “Maxim” โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้ชายทันสมัยวัย 18-40 ปี

- **บริษัท บลิส พับลิชชิง จำกัด** มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 42.50 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายหนังสือเล่ม (Pocket Book) โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้หญิงวัย 18-35 ปี
- **บริษัท อิน พับลิชชิง จำกัด** มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 50 ล้านบาท ภายใต้การดำเนินงานในรูปแบบบริษัทกับผู้ร่วมทุน มีการผลิตและจัดจำหน่ายนิตยสารบันเทิงรายปักษ์ ภายใต้ชื่อ “In Magazine” โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้หญิงวัย 18-29 ปี

ธุรกิจภาพยนตร์ (Movie Business)

การประกอบธุรกิจภาพยนตร์และภาพยนตร์โฆษณาของกลุ่มบริษัทฯ มีบริษัทในเครือและหน่วยธุรกิจเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ ดังนี้

- **บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัด** ซึ่งมีทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาท และเรียกชำระแล้ว 225 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจผลิตภาพยนตร์ (Feature Films) และจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยมีบริษัทในเครือ 4 บริษัท คือ บริษัท รักดีทีวีสุข จำกัด บริษัท สวัสดิ์ทีวีสุข จำกัด บริษัท นาดาว บางกอก จำกัด และบริษัท กู้ดริง แสพเฟ่น จำกัด เป็นบริษัทร่วมลงทุนในการผลิตภาพยนตร์ต่างๆ กับพันธมิตรผู้ผลิตภาพยนตร์รายอื่นๆ รวมทั้งการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ของบริษัทฯ ในต่างประเทศด้วย
- **บริษัท รักดีทีวีสุข จำกัด (เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท สวัสดิ์ทีวีสุข จำกัด)** ซึ่งมีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 999,400 บาท ดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตชิ้นงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ รวมถึงการวางกลยุทธ์ การวางแผน และการจัดรูปแบบสื่อโฆษณาต่างๆ ของการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์
- **บริษัท สวัสดิ์ทีวีสุข จำกัด** ซึ่งมีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 5 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการตัดต่อภาพยนตร์โฆษณา ถ่ายทำภาพยนตร์ และผลิตรายการทีวี
- **บริษัท นาดาว บางกอก จำกัด** ซึ่งมีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 2 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตและถ่ายทำภาพยนตร์ ภาพยนตร์โฆษณา และละครโทรทัศน์ รวมทั้งการจัดหานักแสดง ฝึกอบรมการแสดงภาพยนตร์ และให้คำปรึกษาในการผลิตภาพยนตร์
- **บริษัท กู้ดริงแอสพเฟ่น จำกัด** ซึ่งมีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 5 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาทุกประเภท ที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมทางการตลาด

ธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรม (Event Management Business)

การประกอบธุรกิจด้านธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรมมีบริษัทย่อยเป็นผู้ดำเนินการและรับผิดชอบดังนี้

- บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) มีทุนจดทะเบียน 220 ล้านบาทและเรียกชำระแล้ว 172 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการรับจัดและบริหารกิจกรรมทางการตลาดแบบครบวงจร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทุกความต้องการ

กลุ่มบริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย

- บริษัท อีเว้นท์ โซลูชั่นส์ จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 33 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการจัดหาและติดตั้งอุปกรณ์เครื่องเล่นในงานบันเทิง
- บริษัท แอสเพน อินเด็กซ์ อีเว้นท์ จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 0.8 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการรับจัดและบริหารกิจกรรมทางการตลาดแบบครบวงจรในประเทศสหรัฐอเมริกา อเมริกา
- บริษัท เทรเบียง จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 12 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการรับตกแต่งสถานที่ให้บริการอุปกรณ์ในงานสังสรรค์และงานพิธีกรรมต่างๆ
- บริษัท มีเดีย วิชั่น (1994) จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 41 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการติดตั้งอุปกรณ์เทคนิคเกี่ยวกับระบบแสง สี และเสียงในงานบันเทิง
- บริษัท จี คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด มีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และเรียกชำระแล้ว 2.5 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการและเป็นที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ครบวงจร ให้กับสินค้าหรือกิจการทุกประเภท รวมทั้งรับจัดงานนิทรรศการ งานสัมมนา และงานเปิดตัวสินค้าทุกชนิด
- บริษัท อินสไปร อิมเมจ จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 6 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ การพิมพ์ ให้บริการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และสื่อส่งเสริมการขาย
- บริษัท ดี ชิกซ์ตี้ ทรี จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 5 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการประกอบกิจการจัดสร้างเวที อุปกรณ์เวที จัดหาร้านแสดงสินค้า และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงบนเวที และการแสดงสินค้าทุกชนิด
- บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ ออนไลน์ จำกัด มีทุนจดทะเบียน และเรียกชำระแล้ว 5 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านการวางกลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์แบบครบวงจร รวมถึง การออกแบบและพัฒนาระบบบริการออนไลน์ในรูปแบบที่ทันสมัย
- บริษัท บลูมีเดีย คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด มีทุนจดทะเบียน และเรียกชำระแล้ว 5 ล้านบาท (บริษัทร่วมซึ่งบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)) ถือหุ้นร้อยละ 40) ดำเนิน

รับรองความถูกต้อง

ธุรกิจให้บริการด้านการวางกลยุทธ์ การสื่อสารที่มุ่งตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการจัดหาอุปกรณ์พร้อมบริการติดตั้งเครื่องมือสื่อสารภายในองค์กร

- **บริษัท เอ็นไวโรเซล (ประเทศไทย) จำกัด** มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 8 ล้านบาท ประกอบธุรกิจจัดสัมมนา ให้บริการที่ปรึกษา ให้บริการข้อมูลวิจัย วิเคราะห์ และสำรวจข้อมูลทางสถิติ
- **บริษัท แม็กซ์ ครีเอทีฟ จำกัด** (บริษัทร่วมซึ่งบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 50 แต่ถือเป็นบริษัทร่วมเนื่องจากบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด มิได้มีอำนาจควบคุมและจัดการในบริษัทดังกล่าว) ประกอบธุรกิจให้บริการที่ปรึกษา บริหารจัดการด้านการปรับภาพลักษณ์และการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร
- **บริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ วี จำกัด** มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 12 ล้านบาท ประกอบธุรกิจให้บริการรับจัดและบริหารกิจกรรมทางการตลาดในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม
- **บริษัท อินเด็กซ์ แอนด์ เอ็ม จำกัด** มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 12 ล้านบาท ประกอบธุรกิจให้บริการรับจัดและบริหารกิจกรรมทางการตลาดในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า
- **บริษัท เอ เจน อีเว้นท์ เอเจนซี่ จำกัด** มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 3 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการรับจัดและบริหารกิจกรรมทางการตลาดให้แก่ลูกค้าภายนอกและงานอีเว้นท์หรือกิจกรรมพิเศษของบริษัทฯ

ธุรกิจแอนิเมชัน และธุรกิจอื่นๆ (Animation Business and Other Business)

1) ธุรกิจแอนิเมชัน

เบิร์ตแลนด์ แคนมหัศจรรย์ เป็นแอนิเมชันแฝงความรู้แก่ผู้ชมทุกวัย ซึ่งได้รับความสนใจจากทั้งในและต่างประเทศ การประกอบธุรกิจแอนิเมชันของกลุ่มบริษัทฯ มี บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ ด้วยการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติร่วมกับ บริษัท เซลล์ฮัทเอ็นเทอร์เทนเมนต์ จำกัด ซึ่งประสบความสำเร็จจากการสร้างการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องเซลล์คอน โดย “เบิร์ตแลนด์ แคนมหัศจรรย์” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

2) ธุรกิจอื่นๆ

การประกอบธุรกิจอื่นๆ ของบริษัทฯ มีบริษัทในเครือดำเนินการดังนี้

- บริษัท ไอซิ่ง แอนด์ จำกัด มีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท เรียกชำระแล้ว 2.5 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการรับเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำในการสร้างสรรค์งานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ถ่ายภาพ และงานครีเอทีฟต่างๆ รวมถึงให้บริการออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณา
- บริษัท จีเอ็มเอ็ม สตูดิโอ จำกัด ซึ่งมีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 50 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์การถ่ายทำ การตัดต่อหรือสร้างภาพพิเศษ
- บริษัท มีฟ้า จำกัด ซึ่งมีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 45 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีตั้งแต่ทฤษฎีขั้นพื้นฐานไปจนถึงขั้นสูง โดยมีหลักสูตรต่างๆ ที่ครอบคลุมทั้งดนตรีไทยและสากล ที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ และมีการอนุญาตให้ใช้สิทธิสำหรับผู้สนใจประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีมีฟ้า ปัจจุบันบริษัทหยุดดำเนินการชั่วคราว
- บริษัท จีเอ็มเอ็ม ฟิตเนสคลับ จำกัด ซึ่งมีทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท และเรียกชำระแล้ว 30 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจในด้านสถานออกกำลังกาย
- บริษัท ทรี-อาร์ดี จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 18 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจบริหารระบบโทรศัพท์อัตโนมัติ (Call Center) และออกแบบกลยุทธ์ในการทำตลาดและประชาสัมพันธ์แบบที่สามารถตอบโต้ได้ (Interaction)
- บริษัท แอ็กซ์ สตูดิโอ จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 315 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้เช่าสตูดิโอทั้งในร่ม และกลางแจ้ง
- บริษัท จีอาร์ วัลคอล สตูดิโอ จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 5 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนร้องเพลงและดนตรี
- บริษัท ทิน ทอล์ก จำกัด ซึ่งมีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 40 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์การถ่ายทำ การตัดต่อหรือสร้างภาพพิเศษ
- บริษัท จีดีซี จำกัด มีทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท และชำระแล้ว 25.5 ล้านบาท ประกอบธุรกิจให้บริการสมาชิกเกมส์ทุกประเภท รวมถึงการจำหน่ายบัตรเติมเงิน บัตรเล่นเกมส์ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเกมส์ทุกประเภท

ธุรกิจโฮม ช้อปปี้ง (Home Shopping Business)

การประกอบธุรกิจโฮม ช้อปปี้งของกลุ่มบริษัทฯ มีบริษัทในเครือและหน่วยธุรกิจเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ซีเจ โอ ช้อปปี้ง จำกัด มีทุนจดทะเบียน 540 ล้านบาท และเรียกชำระแล้ว 356.4 ล้านบาท ประกอบธุรกิจโฮม ช้อปปี้ง โดยจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางสื่อต่างๆ รวมทั้งจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า และระบบโทรศัพท์อัตโนมัติ (Call Center)

รับรองความถูกต้อง

ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (Satellite TV Business)

การประกอบธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมของกลุ่มบริษัทฯ มีบริษัทในเครือและหน่วยธุรกิจเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ ดังนี้

1) ธุรกิจจำหน่ายกล่องรับสัญญาณดาวเทียม และบริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก ดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ “GMMZ” ประกอบด้วย

- บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 100 ล้านบาท เป็นผู้ให้บริการจัดเรียงช่องรายการเพื่อการรับชมรายการต่างๆ และให้บริการโฆษณาผ่านแพลตฟอร์ม GMM Z
- บริษัท จีเอ็มเอ็ม บี จำกัด มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจขายช่องรายการและให้บริการระบบออกอากาศ และโฆษณาในช่องรายการ
- บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล เทคดิง จำกัด มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจขายกล่องรับสัญญาณดาวเทียมและจานดาวเทียม ขายบัตรรับชมช่องรายการ และเป็นตัวแทนในการจัดจำหน่ายเวลาโฆษณาในช่องรายการต่างๆ

2) ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม มีหน่วยงานที่บริหารจัดการแต่ละช่องดังนี้

- Fan TV ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัท แฟนทีวี จำกัด
- Bang Channel ภายใต้การบริหารจัดการของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม บี จำกัด
- Green Channel ภายใต้การบริหารจัดการของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน)
- Acts Channel ภายใต้การบริหารจัดการของ บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด และ บริษัท ซีเนริโอ จำกัด
- Money Channel ภายใต้การบริหารจัดการของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ บริษัท แฟมมิลี่ โนฮาว จำกัด
- Saranair Channel ภายใต้การบริหารจัดการของ บริษัท ลักซ์ แซทเทลไลท์ จำกัด (บริษัทร่วมซึ่งบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 25) มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 20 ล้านบาท
- Play Channel ภายใต้การบริหารจัดการของ บริษัท จีทีเอช ออน แอร์ จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 60 ล้านบาท
และมีบริษัทที่บริษัท จีทีเอช ออน แอร์ จำกัด ถือหุ้น ได้แก่ บริษัท เจ เค เนทเวิร์ค จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ต (ภายใต้เว็บไซต์ “www.myplaychannel.com”) หรือ อี-คอมเมิร์ซ
- JKN Channel ภายใต้การบริหารจัดการของ บริษัท เอสทีจีเอ็มเอ็ม จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 40 ล้านบาท

รับรองความถูกต้อง

ธุรกิจทีวีดิจิทัล (Digital Terrestrial TV Business)

การประกอบธุรกิจทีวีดิจิทัลของกลุ่มบริษัทฯ มีบริษัทในเครือและหน่วยธุรกิจเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ ดังนี้

- บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอชดี ดิจิทัล ทวี จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 1 ล้านบาท และได้มีการเพิ่มทุนอีก 199 ล้านบาท และเรียกชำระแล้ว 49.75 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจทีวีดิจิทัล ประเภทว่า ไร้ดีเบบความคมชัดสูง
- บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทวี จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่เรียกและชำระแล้ว 1 ล้านบาท และได้มีการเพิ่มทุนอีก 99 ล้านบาท และเรียกชำระแล้ว 24.75 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจทีวีดิจิทัล ประเภทว่า ไร้ดีเบบความคมชัดทั่วไป

2.3 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ มี 9 ธุรกิจย่อย ได้แก่

1. ธุรกิจเพลง ได้แก่ ธุรกิจสินค้าเพลงและช่องทางการจัดจำหน่าย ธุรกิจการจัดเก็บลิขสิทธิ์ ธุรกิจโชว์บิซ และธุรกิจบริหารศิลปิน
2. ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์
3. ธุรกิจสื่อ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์
4. ธุรกิจภาพยนตร์ เป็นการผลิตภาพยนตร์เพื่อฉายตามโรงภาพยนตร์
5. ธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรม
6. ธุรกิจแอนิเมชัน
7. ธุรกิจโฮม ช้อปिंग
8. ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ได้แก่ การจำหน่ายกล่องรับสัญญาณดาวเทียม การผลิตรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศผ่านดาวเทียม และการให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก (เพย์ทีวี)
9. ธุรกิจทีวีดิจิทัล

โดยสรุปรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

1. ธุรกิจเพลง

1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การดำเนินธุรกิจเพลงของกลุ่มบริษัทฯ เป็นการดำเนินงานที่ครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่การสร้างสรรผลงานเพลง การผลิตเป็นสินค้าเพลงในรูปแบบซีดี วีซีดี และดีวีดี ไปจนถึงการบริหารจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ในกลุ่มบริษัทฯ ยังมีการดำเนินธุรกิจที่ต่อเนื่องมาจากธุรกิจเพลง อาทิ ธุรกิจโชว์บิซ และธุรกิจการบริหารศิลปิน เพื่อเป็นการต่อยอดและสนับสนุนธุรกิจเพลงอีกด้วย

การสร้างสรรผลงานเพลง เริ่มจากการแต่งเนื้อร้องและทำนอง การอัดเสียง ผ่านการเรียบเรียงเสียงประสาน รวมไปถึงกระบวนการถ่ายทำมิวสิกวิดีโอ และการตัดต่อภาพจนเป็นผลงานที่สมบูรณ์มีคุณภาพ พร้อมทั้งนำไปผลิตเป็นต้นฉบับที่สมบูรณ์แบบ โดยแต่ละค่ายเพลงจะสร้างสรรผลงานในแนวเพลงเพื่อครอบคลุมรสนิยมของลูกค้าที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มและจัดโครงสร้างการทำงานการตลาดและประชาสัมพันธ์ของกลุ่มธุรกิจเพลง ออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

- แนวเพลงป๊อป
- แนวเพลงร็อก / แนวเพลงร็อก รสนิยมไทย
- แนวเพลงอัลเทอร์เนทีฟ
- แนวเพลงลูกทุ่ง / เพื่อชีวิต
- แนวเพลงอาร์แอนด์บี แนวเพลงโซล
- แนวเพลงแจ๊ส

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มที่ดูแลการผลิตเพลงรวมฮิต และกลุ่ม จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ อินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวกับการนำเพลง และศิลปินต่างประเทศเข้ามาจำหน่าย และจัดแสดงโชว์ในประเทศไทย และส่งออกเพลงไทย และศิลปินไทยไปจำหน่าย และแสดงโชว์ยังต่างประเทศ การบริหารจัดการเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลงไทยในต่างประเทศและการบริหารศิลปินของบริษัทฯ ในต่างประเทศอีกด้วย

การผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าเพลง คือ ธุรกิจสินค้าเพลง (Physical Products) โดยบริษัทฯ จ้างให้ผู้ผลิตภายนอกผลิตซีดี วีซีดี และดีวีดี แล้วจัดจำหน่ายสินค้าทั้งปลีก และส่งให้แก่ ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) และ ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (Traditional Trade) ทั่วประเทศ รวมทั้งร้านค้าปลีกของบริษัทฯ ภายใต้ชื่อ Imagine นอกจากนี้ ยังมีการจัดจำหน่ายสินค้าเพลงในระบบสมาชิก และร้านค้าออนไลน์ คือ www.shopping8000.com อีกด้วย

ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจบริหารและจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ โดยจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์จากผู้ประกอบการภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านค้า สื่อวิทยุ ร้านคาราโอเกะ ตู้คาราโอเกะ หรือผู้ประกอบการอื่นๆ ที่นำผลงาน

เพลงของกลุ่มบริษัทฯ ไปใช้ในทางการค้า โดยบริษัทฯ ได้รับมอบหมายให้จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ผลงานเพลงของกลุ่มบริษัทฯ และผลงานเพลงของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่เป็นบุคคลภายนอกอื่นๆ ด้วย

นอกจากนี้บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพลงต่างๆ เช่น

- ธุรกิจบริหารศิลปิน (Artist Management)
บริษัทฯ ได้ก่อกำเนิดและพัฒนาศิลปินใหม่ ตลอดจนจัดหางานให้กับศิลปินเพลง และศิลปินที่ไม่เกี่ยวกับเพลงผ่านสายงานอราทิสท์ โดยปัจจุบันมีศิลปินในสังกัดทั้งสิ้นกว่า 300 คน
- ธุรกิจโชว์บิซ (Show Business)
บริษัทฯ เป็นผู้นำในการจัดโชว์และคอนเสิร์ตในประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันได้ขยายประเภทคอนเสิร์ตไปหลากหลายรูปแบบ

1.2 การตลาดและการแข่งขัน

1.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

- ผลิตผลงานที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย
กลุ่มบริษัทฯ เน้นการผลิตผลงานเพลงที่มีคุณภาพ และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันโดยกลุ่มบริษัทฯ ได้จัดหน่วยงานสร้างสรรค์ผลงานเพลงออกตามแนวเพลงและความถนัดของทีมงานระดับมืออาชีพของวงการเพลงเมืองไทย และด้วยคุณภาพของทีมงานและศิลปิน ทำให้ผลงานของกลุ่มบริษัทฯ เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้สามารถครองส่วนแบ่งการตลาดเพลงในประเทศไทยที่แข็งแกร่งและเข้าถึงหลายกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย
- มีช่องทางและระบบการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ สำหรับสินค้าเพลง (Physical Products) (ซีดี วีซีดี และดีวีดี)
ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ ได้ขยายร้านค้าปลีก Imagine เพื่อครอบคลุมพื้นที่ให้ทั่วถึง และสะดวกแก่ผู้บริโภคมากขึ้น โดย ณ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีร้าน Imagine ทั้งหมด 37 สาขา และยังมีระบบซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพมาบริหารจัดการกระจายสินค้าอีกด้วย
- มีลิขสิทธิ์เพลงและศิลปินในสังกัดที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดในอนาคต
ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีผลงานเพลงที่ผลิตในสังกัดกว่า 40,000 เพลง ในคลังเพลง (Music Library) และศิลปินในสังกัดกว่า 300 คน ซึ่งนับเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญของกลุ่มบริษัทฯ โดยเพลงทั้งหมดได้ถูกจัดเก็บไว้ในรูปแบบเทปต้นฉบับ และแบบดิจิทัล ซึ่งสามารถนำมา

รับรองความถูกต้อง

สร้างสรรค์เป็นผลงานใหม่ในรูปแบบต่างๆ ได้ เช่น การรวมอัลบั้มในรูปแบบของคาราโอเกะ การรวมเพลง (Compilation) หรือการจัดทำดนตรีขึ้นมาใหม่ โดยใช้เนื้อร้องเดิม (Cover) เป็นต้น ส่วนศิลปินในสังกัดของบริษัทฯ นอกจากการออกอัลบั้มผลงานเพลงตามปกติแล้ว ยังจัดแสดงคอนเสิร์ต การรับงานจ้างต่างๆ รวมถึงการเป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณาสินค้า และการแสดงต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งทั้งหมดล้วนเป็นช่องทางในการสร้างรายได้ให้แก่บริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญมาโดยตลอด

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของสินค้าเพลงในรูปแบบของ ซีดี วีซีดี และดีวีดี นั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ (Modern Trade) และ ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (Traditional Trade) โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ส่วนลูกค้าของการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลงนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ ร้านคาราโอเกะ ร้านอาหาร และผู้ประกอบการอื่นๆ เช่น สถานีวิทยุ สายการบิน และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สินค้าเพลงในรูปแบบของซีดี วีซีดี และดีวีดี จะถูกจัดจำหน่ายผ่าน ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ (Modern Trade) และ ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (Traditional Trade) ทั่วประเทศ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 65 และ 35 ของยอดขาย ตามลำดับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ (Modern Trade)
เช่น เทสโก้-โลตัส บิ๊กซี และร้านค้าปลีกสะดวกซื้อ เช่น 7-Eleven เป็นต้น
- 2) ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (Traditional Trade)
 - ผู้ค้าส่ง ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าประเภทผู้ค้าส่งรายใหญ่ประมาณ 20 ราย กระจายอยู่ทั่วกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยกลุ่มผู้ค้าส่งจะทำการกระจายสินค้าไปยังผู้ค้าปลีก จากนั้นก็จะผ่านช่วงต่อไปยังร้านค้าแผงลอยทั่วประเทศซึ่งมีอยู่ประมาณ 130 ราย
 - ผู้ค้าปลีก เป็นการกระจายสินค้าโดยจัดจำหน่ายผ่านไปยังร้านค้าปลีกทั่วไป และร้าน Imagine ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกของกลุ่มบริษัทฯ ที่ตั้งอยู่ในร้านขายสินค้าขนาดใหญ่ (Super Store) และซูเปอร์เซ้นเตอร์ (Discount Store) ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระจายสินค้าสู่มือผู้บริโภคได้ทั่วถึงและรวดเร็วขึ้น และเป็นการปรับเปลี่ยนช่องทางการจำหน่ายให้เหมาะสมกับสภาพตลาดค้าปลีกในปัจจุบัน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีร้าน

รับรองความถูกต้อง

Imagine อยู่ทั้งสิ้น 37 สาขา นอกจากนี้ยังเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้า โดยจัดตั้งหน่วยเคลื่อนที่ ซึ่งกระจายอยู่ในงานสินค้า และแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ อีกด้วย

1.2.2 สภาพการแข่งขัน / แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

บริษัทฯ มีโครงสร้างธุรกิจเพลงครบถ้วน รวมถึงมีธุรกิจสื่อในเครือ ซึ่งไม่มีคู่แข่งโดยตรง ในปี 2556 ที่ผ่านมารัฐกิจเพลงมีการเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบสตรีมมิ่ง (Music Streaming) ตามเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น บริษัทฯ จึงพัฒนาการให้บริการให้ทันสมัยขึ้น เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในทุกรูปแบบ ทุกยุค ทุกสมัย

ส่วนแบ่งการตลาดและขนาดของกลุ่มแข่งขัน

ตลาดเพลงในประเทศไทยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่ เพลงไทย และเพลงสากล โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 95 และร้อยละ 5 ตามลำดับ โดยในส่วนของเพลงไทยยังแบ่งออกได้เป็นอีก 2 ประเภท คือ เพลงไทยสากล และเพลงไทยลูกทุ่ง โดยเพลง ไทยสากลจะมีการพัฒนาแนวดนตรีอย่างหลากหลายตามการเปลี่ยนแปลงในรสนิยมของผู้ฟังเพลง ในขณะที่แนวเพลงไทยลูกทุ่งมีการพัฒนาเนื้อหา และแนวดนตรีของเพลงให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย

สำหรับส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจเพลงของกลุ่มบริษัทฯ สามารถคิดเป็นสัดส่วนการครองส่วนแบ่งการตลาดสำหรับธุรกิจเพลงไทยได้ประมาณร้อยละ 70 โดยกลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้นำทั้งในส่วนของเพลงไทยสากลและเพลงลูกทุ่ง ในปัจจุบันมีคู่แข่งในธุรกิจเพลงมากกว่า 1 ราย แต่มีคู่แข่งโดยตรงเพียง 1 บริษัทเท่านั้น ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใกล้เคียงกัน

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

แนวโน้มการแข่งขันในปี 2556 นั้น บริษัทฯ คาดว่าในส่วนของการขายสินค้าเพลง (Physical Products) จะยังคงเติบโตอยู่ สำหรับการแข่งขันของธุรกิจเพลงในส่วนของดิจิทัลจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น โดยเฉพาะพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟน ซึ่งผู้ใช้งานจะนิยมการฟังเพลงโดยไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลด (Music Streaming) และไม่ต้องเก็บคอนเทนต์ไว้ในอุปกรณ์พกพาที่มีพื้นที่จัดเก็บข้อมูลค่อนข้างจำกัด กลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจดิจิทัล คือการเพิ่มรูปแบบบริการ วิธีการ ช่องทาง และการส่งเสริมการตลาดในเชิงสร้างสรรค์ให้มากขึ้น บริษัทฯ จะร่วมมือกับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มในระดับนานาชาติ เพื่อให้บริการกับผู้บริโภคทั่วโลก และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มธุรกิจเพลงอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้

รับรองความถูกต้อง

กลุ่มบริษัทฯ ยังอยู่ในระหว่างการขอเป็นผู้ประกอบการเครือข่ายสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่เสมือน (Mobile Virtual Network Operator: MVNO) กับผู้รับใบอนุญาตรายหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการของบริษัทฯ สามารถใช้บริการดาวน์โหลดคอนเทนต์ต่างๆ ของบริษัทฯ ผ่านอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน เครื่องคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์พกพาอื่นๆ ผ่านบริการของบริษัทฯ ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มบริษัทฯ

สำหรับสินค้าเพลง กลุ่มบริษัทฯ จะหันไปเน้นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการคุณภาพเสียงชั้นดี และเป็นผู้ที่ชื่นชอบในศิลปินอย่างแท้จริง โดยจะเน้นการออกแบบของสินค้าเพลงให้อยู่ในรูปแบบการสะสมมากขึ้น นอกจากนี้ยังได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพลงผ่านทางร้านค้าออนไลน์ (www.shopping8000.com) เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้สะดวกยิ่งขึ้น และจะเน้นการจัดการแสดงสดของศิลปินต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้กับกลุ่มธุรกิจเพลงอีกด้วย

ในส่วนธุรกิจต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพลงของบริษัทฯ ไปยังต่างประเทศได้มากขึ้น อาทิ

1. การส่งออกสินค้าเพลงในรูปแบบซีดี วีซีดี และดีวีดีไปจำหน่ายยังต่างประเทศ
2. ดิจิทัลคอนเทนต์ กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการจำหน่ายสินค้าเพลงในรูปแบบดิจิทัล ผ่าน 2 ช่องทางคือ ผ่านทาง iTunes Store และผู้ให้บริการด้านการติดต่อสื่อสาร (Telecom Operator) ของประเทศต่างๆ
3. การจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ คือ การขายลิขสิทธิ์ทำนองเพลงเพื่อนำไปใส่เนื้อเพลงภาษาอื่น เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ยังได้ร่วมมือกับบริษัทต่างประเทศแห่งหนึ่งในการบริหารลิขสิทธิ์เพลงให้กับค่ายเพลงอิสระในเอเชีย
4. โชว์บิซ บริษัทฯ จะเน้นการโชว์ในต่างประเทศ ในรูปแบบออกทัวร์ให้มากขึ้น และในขณะเดียวกันบริษัทฯ ก็จะร่วมมือกับพันธมิตรในต่างประเทศในการนำเข้าการแสดงและคอนเสิร์ตจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นด้วย

1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1.3.1 การจัดให้ได้ว่าซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

องค์ประกอบสำคัญในการสร้างสรรค์และจัดจำหน่ายผลงานเพลงมีดังนี้

1) เนื้อร้องและทำนอง

กลุ่มบริษัทฯ มีบุคลากรที่มีความสามารถในการผลิตผลงานที่มีคุณภาพและมีความถนัดในแนวเพลงที่หลากหลาย โดยมีบุคลากรที่เกี่ยวกับการสร้างสรรค์เพลงทั้งหมด มากกว่า 200 คน

มีผลงานเพลงอีกประมาณกว่า 40,000 เพลงที่เป็นลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ อยู่ในคลังเพลงซึ่งเป็นผลงานเพลงที่มีคุณภาพสามารถนำมาผลิตและสร้างสรรค์เป็นผลงานใหม่ในรูปแบบต่างๆ ได้

2) ศิลปิน

มีศิลปินทั้งชาย หญิงและกลุ่มศิลปิน ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ มีศิลปินในสังกัดมากกว่า 300 คน

3) สตูดิโอ

มีห้องอัดเสียง และห้องตัดต่อ บริหาร โดย บริษัท จีเอ็มเอ็ม สตูดิโอ จำกัด ซึ่งเน้นการควบคุมคุณภาพการผลิตทั้งเพลงต้นฉบับ และรายการโทรทัศน์ต่างๆ

4) คลังและศูนย์กระจายสินค้า

มีคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้านับพันแห่ง (Distribution Center) เป็นของตัวเอง สามารถควบคุมการกระจายสินค้า และการบริหารสต็อกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5) ระบบการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบดิจิทัล (Digital Library)

มีความพร้อมในการให้บริการทั้งในเรื่องของระบบ และขนาดการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบดิจิทัล ที่สามารถรองรับการจัดเก็บคอนเทนต์ในประเภทและรูปแบบต่างๆ เพื่อรองรับการให้บริการลูกค้าที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างรุ่น ต่างยี่ห้อ โดยมีทีมงานผู้ผลิตดิจิทัลคอนเทนต์ที่เชี่ยวชาญการบริหารและบริการด้านนี้ ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ รับผิดชอบเพลงของค่ายพันธมิตรอื่นๆ ที่ให้ความไว้วางใจให้เป็นผู้จัดการให้บริการคอนเทนต์ไปถึงเครือข่ายลูกค้าของกลุ่มบริษัทอีกด้วย

1.3.2 จำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตซีดี วีซีดี และดีวีดี ได้แก่ เม็ดพลาสติก สี และ แล็กเคอร์ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่จัดหาได้ภายในประเทศและมีปริมาณการใช้ในแต่ละปีใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มบริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้จำหน่ายวัตถุดิบ จึงทำให้ไม่มีปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบ ทั้งนี้การบริหารวัตถุดิบจะสอดคล้องกับคำสั่งการผลิตเป็นสำคัญ ในกรณีที่ความต้องการของปริมาณสินค้าเป็นจำนวนมากหรือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตเกิดชำรุดหรืออยู่ระหว่างแก้ไข กลุ่มบริษัทฯ จะว่าจ้างผู้ผลิตรายอื่นทดแทนภายใต้สัญญาการรักษาความลับที่รัดกุมเพื่อป้องกันการลักลอบทำซ้ำ

1.3.3 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

1.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

2. ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content)

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

กลุ่มบริษัทฯ มีการนำคอนเทนต์เพลงมาแปลงเป็นรูปแบบดิจิทัลเพื่อกระจายไปสู่เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ต และ ผู้ประกอบการภายนอก โดยมีการให้บริการดาวน์โหลดประเภทต่างๆ เช่น เสียงเรียกเข้า (Ringtone) เสียงรอสาย (Ringback Tone) เพลงเต็ม (Full Song) และมิวสิกวิดีโอ (Full MV) ทั้งแบบรายเพลง (A la carte) และแบบเหมาจ่ายรายเดือน (Subscription Service) ผ่านช่องทาง *123 เว็บไซต์ www.gmmember.com และ iTunes Store นอกจากนี้บริษัทฯ ได้เปิดให้บริการเพลงโดยไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลด (Music Streaming) ผ่านแอปพลิเคชัน KK Box ทั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ลูกค้าสามารถรับฟังเพลงยอดนิยมได้ทั้งในและต่างประเทศ

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

- มีลิขสิทธิ์เพลง และศิลปินในสังกัดที่สร้างสรรค์ผลงานเพลงออกอย่างต่อเนื่อง
บริษัทฯ เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพลงที่เก็บอยู่ในคลังเพลง (Music Library) จำนวนมาก รวมถึงมีศิลปินในสังกัดที่สามารถสร้างสรรค์ผลงานเพลงออกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการฟังเพลงของผู้บริโภคได้อย่างทันทั่วถึง
- ธุรกิจบันเทิงครบวงจร
ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจบันเทิงที่ครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นในธุรกิจเพลง ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจสื่อ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ และธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม รวมทั้งธุรกิจดิจิทัลที่มีการร่วมมือกับลูกค้าทางธุรกิจที่เป็นผู้ประกอบการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ชั้นนำในประเทศไทยในการพัฒนาและนำเสนอบริการใหม่ๆ เช่น การให้บริการดาวน์โหลดเพลงแบบไม่จำกัด สำหรับผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกรายเดือน เป็นต้น โดยการสร้างโครงสร้างธุรกิจให้ครอบคลุมครบวงจรจะต้องใช้เวลา และทุนเป็นจำนวนมาก

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัทฯ คือ กลุ่มลูกค้าที่พัฒนาตามเทคโนโลยีใหม่ๆ แต่ยังคงชื่นชอบการฟังเพลง

รับรองความถูกต้อง

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ให้บริการดาวน์โหลดเพลงประเภทต่างๆ เช่น เสียงเรียกเข้า (Ringtone) เสียงรอสาย (Ringback Tone) เพลงเต็ม (Full Song) และมิวสิกวิดีโอ (Full MV) ทั้งแบบรายเพลง (A la carte) และแบบเหมาจ่ายรายเดือน (Subscription Service) ผ่านช่องทาง *123 และเว็บไซต์ www.gmmember.com ซึ่งเป็นศูนย์กลางรวบรวมข้อมูลเพลง ข่าวสารศิลปิน การดาวน์โหลดเพลง และกิจกรรมต่างๆ อีกมากมาย

นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังร่วมกับกลุ่มธุรกิจในการทำการประชาสัมพันธ์บริการดิจิทัลให้เป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นกลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์ (ทั้งฟรีทีวี และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม) วิทยุ และนิตยสาร หรือแม้แต่ธุรกิจภาพยนตร์ เป็นต้น

2.2.2 สภาพการแข่งขัน / แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ช่องทางการขายในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์เป็นธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น บริษัทฯ จึงพัฒนาการให้บริการให้ทันสมัยขึ้น เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในทุกรูปแบบ ทุกยุค ทุกสมัย บริษัทฯ ได้พัฒนาการให้บริการดิจิทัลคอนเทนต์โดยช่องทาง *123 ซึ่งเป็นบริการผ่านระบบดิจิทัลเป็นรายแรกของประเทศ และเมื่อเทคโนโลยีได้พัฒนามากขึ้น บริษัทฯ ได้เปิดบริการใหม่ โดยร่วมกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายหนึ่งให้บริการเพลงโดยไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลด (Music Streaming) ผ่านแอปพลิเคชัน KK Box ที่ลูกค้าสามารถรับฟังเพลงยอดนิยมได้ทั้งในและต่างประเทศกว่า 10 ล้านเพลง นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการจำหน่ายสินค้าเพลงในรูปแบบดิจิทัลผ่านช่องทาง iTunes Store และผู้ให้บริการด้านการติดต่อสื่อสาร (Telecom Operator) ในประเทศต่างๆ อีกด้วย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 การจัดหาสินค้าซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

1) การพัฒนารูปแบบการให้บริการ

ด้วยเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบการให้บริการด้านเพลงให้กับลูกค้าได้อย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบดิจิทัลด้วยการสร้างแพลตฟอร์มใหม่สำหรับลูกค้าในการบริโภคเพลง ทั้งการพัฒนาระบบที่รองรับการฟังเพลงจากการดาวน์โหลดและชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการรับฟังเพลงโดยไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลด

(Music Streaming) ด้วยการชำระเงินแบบรายเดือน และสามารถฟังเพลงไปได้ไม่จำกัดจำนวน

2) คลังเพลง

จากธุรกิจเพลงที่บริษัทฯ ดำเนินงานมากกว่า 30 ปี บริษัทฯ จึงมีคลังสำหรับเพลงไทยที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ไม่ว่าเพลงเก่าหรือเพลงใหม่ ลูกค้าก็สามารถเลือกรับฟังได้ ซึ่งถือเป็นจุดขายของธุรกิจนี้ และเพื่อเสริมให้ธุรกิจดิจิทัล คอนเทนต์สมบูรณ์ บริษัทฯ ได้ให้บริการเพลงยอคนิยมจากต่างประเทศอีกด้วย

2.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

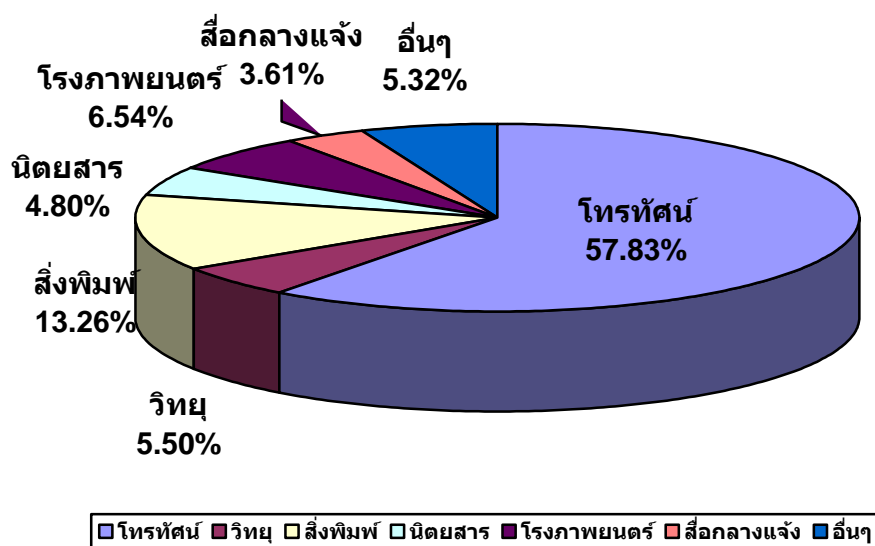
3. ธุรกิจสื่อ

ภาพรวมของการใช้บโฆษณาผ่านสื่อทุกประเภทในปี 2555 เทียบกับปี 2556 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 113,945 ล้านบาท เป็น 115,030 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.95 มูลค่า โดยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีแรก แต่ในครึ่งปีหลังตลาดโฆษณาเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ด้วยการกำเนิดของทีวีดิจิทัล สื่อโทรทัศน์จึงชะลอตัวลง เนื่องจากลูกค้ารอดูความเปลี่ยนแปลงของตลาด ทำให้มูลค่าตลาดโตขึ้นเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี 2555 อย่างไรก็ตาม สื่อที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงสุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ต มีอัตราเติบโตร้อยละ 53.05 รองลงมา คือ สื่อเคลื่อนที่ มีอัตราเติบโตร้อยละ 18.65 ส่วนสื่อที่วิยังคงเป็นสื่อหลักของอุตสาหกรรมที่ถูกค่ามีความต้องการใช้สูง และมีสัดส่วนของมูลค่าโฆษณาสูงสุดเช่นเดิม โดยมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 1.68 สื่อวิทยุ และสื่อนิตยสารมีความต้องการใช้ลดลง โดยมีอัตราการเติบโตลดลงที่ร้อยละ 0.58 และร้อยละ 1.38 ตามลำดับ

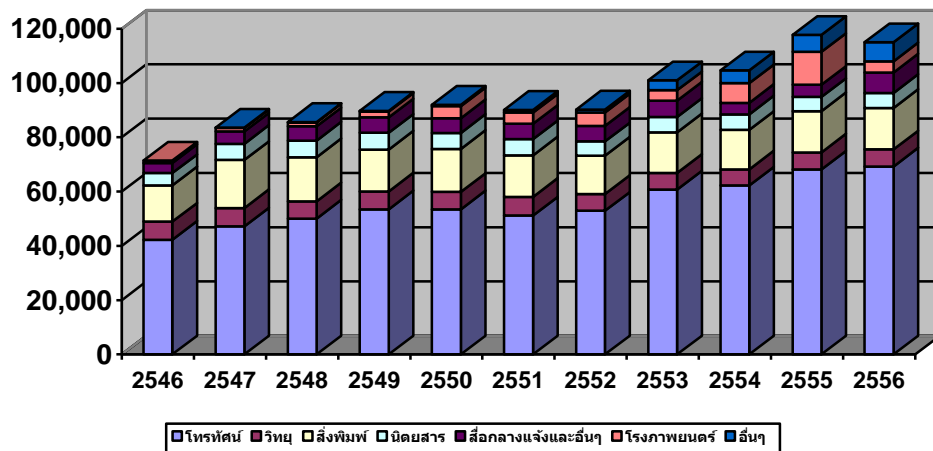
จากตัวเลขการใช้บโฆษณาผ่านสื่อประเภทต่างๆ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 พบว่า สื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุด คิดเป็นสัดส่วนต้องบโฆษณารวมผ่านสื่อทุกประเภทที่ร้อยละ 57.83 รองลงมาเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ร้อยละ 13.26 สื่อโรงภาพยนตร์ร้อยละ 6.54 สื่อวิทยุร้อยละ 5.50 สื่อนิตยสารร้อยละ 4.80 สื่อกลางแจ้งและสื่ออื่นๆ ร้อยละ 8.93 (ที่มา: บริษัท นิลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด)

สัดส่วนค่าใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ในปี 2556

มูลค่าค่าใช้จ่ายโฆษณาทุกสื่อในปี 2556 เท่ากับ 115,030 ล้านบาท



มูลค่าค่าใช้จ่ายโฆษณาในสื่อต่างๆ (ล้านบาท)



ทั้งนี้ การประกอบธุรกิจสื่อของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 3 ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจสื่อวิทยุ ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ และธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ธุรกิจสื่อวิทยุ

3.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ



ผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจสื่อวิทยุ คือ การผลิตรายการวิทยุเพื่อออกอากาศผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียง โดยการเข้าร่วมประมวลเวลาจัดรายการวิทยุในระบบเอฟเอ็มจากสถานีวิทยุต่างๆ เพื่อนำมาประกอบธุรกิจในเชิงพาณิชย์ โดยในปี 2556 กลุ่มบริษัทฯ มีรายการวิทยุทั้งสิ้น 3 สถานี ดังนี้

รายการที่ดำเนินการอยู่ ณ 31 ธันวาคม 2556

สถานีวิทยุ	วัน / เวลาออกอากาศ/ รัศมีครอบคลุม	ลักษณะรายการ	กลุ่มเป้าหมาย	สัมปทาน
F.M. 106.5 MHz. Green Wave	ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง/ กรุงเทพฯ ปริมณฑล เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์	รายการวิทยุเพื่อสิ่งแวดล้อม รายการแรกและรายการเดียว ในประเทศไทยที่เปิดเพลง ในสไตล์ฟังง่ายที่เพราะ ที่สุด หลากหลายที่สุด จาก ทุกยุคทุกสมัยและได้รับ ความนิยมเป็นอันดับหนึ่ง ยาวนานที่สุด	กลุ่มคนทำงานทั้งชาย และหญิงอายุ 30 ปีขึ้นไป ที่มีฐานะมั่นคงและกำลัง ซื้อสูงเป็นคนที่มีความมั่งคั่ง ทันสมัยเชิงสร้างสรรค์ มี ความคิด ใฝ่ใจ ห่วงใย สิ่งแวดล้อม และเรื่อง รอบๆ ตัว	สำนักงาน กสทช.



รับรองความถูกต้อง

สถานีวิทยุ	วัน / เวลาออกอากาศ/ รัศมีครอบคลุม	ลักษณะรายการ	กลุ่มเป้าหมาย	สัมปทาน
F.M. 94.0 MHz. EFM 	ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง / กรุงเทพฯ ปริมณฑล อ่างทอง กาญจนบุรี ชลบุรี (บางส่วน) และ ราชบุรี	คลื่นบนเท็กซันดับ 1 คลื่นแรก และคลื่นเดียว ในประเทศไทย ที่เป็น Talk of The Town อย่าง แท้จริง กับข่าวในวงการ บันเทิงที่เร็วกว่า ลึกกว่า	กลุ่มวัยรุ่นและคนทำงาน ทุกเพศ อายุระหว่าง 18-35 ปี ที่ชื่นชอบความทันสมัย และติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ในแวด วงบันเทิงต่างๆ	สถานีวิทยุ กองทัพบก
F.M. 89.0 MHz. Chill FM 	ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง / กรุงเทพฯ ปริมณฑล ชลบุรี	รายการวิทยุที่เปิดเพลง เพราะ ฟังสบายในสไตล์ เพลงสบาย ทันสมัย ไม่ เหมือนรายการเพลง ฟัง ง่าย ทั่วไป ที่เปิดเพลง ซ้ำๆ เหมือนๆ กัน	กลุ่มหนุ่มสาวออฟฟิศ คนทำงานรุ่นใหม่ ทันสมัย ทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 25-34 ปี ที่ มีรสนิยมการฟังเพลงที่ ทันสมัยไม่เหมือนใคร	สถานีวิทยุ ยานเกราะ

3.1.2 การตลาดและการแข่งขัน

3.1.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

- ผลิตรายการที่มีคุณภาพและมีรูปแบบการจัดรายการที่โดดเด่น

เนื่องจากธุรกิจสื่อวิทยุในปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูง การเลือกซื้อโฆษณาของลูกค้าจะพิจารณาจากรายการวิทยุที่ได้รับความนิยมและมีคุณภาพเป็นสำคัญ ดังนั้นกลุ่มธุรกิจสื่อวิทยุจึงได้ตระหนักและให้ความสำคัญในการผลิตผลงงานที่มีคุณภาพ โดยการกำหนดรูปแบบรายการที่ชัดเจน การปรับปรุงรายการอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นในด้านเนื้อหาสาระและความบันเทิง การนำเสนอรูปแบบรายการที่แปลกใหม่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้ฟังที่ชัดเจนและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีให้ล้ำหน้าทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้รายการมีคุณภาพและเป็นที่น่าสนใจในกลุ่มผู้ฟังให้มากที่สุด

- ทีมงานและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ

ทีมงานและบุคลากรสำหรับกลุ่มธุรกิจสื่อวิทยุของบริษัทฯ เป็นมืออาชีพที่มีประสบการณ์ในวงการวิทยุอย่างต่อเนื่องและยาวนาน มีผลงานและภาพพจน์ที่ดีเสมอมา

_____ รับรองความถูกต้อง

โดยเฉพาะนักจัดรายการที่มีความสามารถในการตอบโต้ (Interaction) ต่อผู้ฟัง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญหนึ่งในการติดตามรับฟังของผู้ฟังตลอดเวลา และความสามารถในการจัดรายการที่ทันสมัย โดยรายการวิทยุทุกคลื่นของกลุ่มบริษัทฯ ได้รับความนิยมนิยมนิตยภัณฑ์ต่างๆ ของการจัดอันดับ สถานีวิทยุที่มีผู้ฟังมากที่สุดของทุกการสำรวจมาโดยตลอด

- มีนโยบายด้านการตลาดที่ยืดหยุ่นและสร้างสรรค์

ด้านราคา

กลุ่มธุรกิจสื่อวิทยุได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในด้านราคาแบบเหมารวม โดยมีแพคเกจในราคาที่คุ้มค่าให้ลูกค้าเลือกได้ เพื่อให้สอดคล้องตามงบประมาณของลูกค้า นอกจากนี้กลุ่มธุรกิจสื่อวิทยุยังมีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มีการเซ็นสัญญาในระยะยาว เพื่อความต่อเนื่องในการบริหารงบประมาณของลูกค้า

ด้านการให้บริการกับลูกค้า

กลุ่มธุรกิจสื่อวิทยุได้ให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ดีเลิศแก่ลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ โดยมีการจัดอบรมให้แก่พนักงานของกลุ่มบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในงานด้านสื่อ โดยเฉพาะงานด้านวิทยุและพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้าในทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นก่อนการขาย (ช่วยลูกค้าเลือกสินค้าให้เหมาะกับแนวคิดของคลื่น) ระหว่างการขาย (ติดตามผลระหว่างออกอากาศให้กับลูกค้า) หรือหลังการขาย (สรุปและประเมินผลตอบรับที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายให้กับลูกค้า)

ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย

กลุ่มธุรกิจสื่อวิทยุจะมุ่งเน้นการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างทางรายการและผู้ฟัง มีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดคอนเสิร์ตและการประกวดแข่งขันในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าของกลุ่มวิทยุ ซึ่งมีทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ฟังและกลุ่มผู้ซื้อสื่อโฆษณา

- สื่อทางเลือกใหม่

ธุรกิจความบันเทิงที่หลากหลายบนอินเทอร์เน็ตในรูปแบบหลากหลาย ทั้งภาพและเสียงเต็มรูปแบบ โดยที่ผู้ชมสามารถอัปเดตความบันเทิงต่างๆ ทั้งหมดของเอไอเอ็ม มีเดีย ซึ่งมีการฟังการจัดรายการวิทยุแบบสดๆ ทั้ง 3 คลื่นวิทยุผ่านอินเทอร์เน็ต รวมทั้งยังมีคอนเทนต์อีกมากมายจาก 6 เว็บไซต์ของเอไอเอ็ม มีเดีย ซึ่งประกอบด้วย

- www.atimemedia.com

รับรองความถูกต้อง

- www.chill89.fm
- www.efm.fm
- www.greenwave.fm
- www.green-channel.tv
- www.atimetraveller.com

สังคมออนไลน์ (Social Network) ได้มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลา 3-4 ปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดกลุ่มคนจำนวนมากขึ้นที่มารวมตัวกันเป็นหนึ่งเดียวกับครอบครัวเอไอเอ็ม ดังนั้นสังคมออนไลน์ ของเอไอเอ็ม มีเดีย จึงได้มีการพัฒนาปรับปรุงให้ครอบคลุมรองรับรูปแบบการใช้งานของคนกลุ่มใหญ่มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ผู้ฟังสามารถเข้ามามีส่วนร่วม พร้อมร่วมสนุกกับกิจกรรมต่างๆ แบ่งปันข่าวสารและความบันเทิงใหม่ๆ พร้อมกับชาวเอไอเอ็ม อีกทั้ง แอปพลิเคชันออนไลน์ “Atimeonline” และแอปพลิเคชันสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ “m.atimemedia.com” ได้เข้ามามีบทบาทและเป็นทางเลือกใหม่ในการติดตามความบันเทิงจาก 3 คลื่นวิทยุในเครือเอไอเอ็ม มีเดียได้ตลอดทุกที่ทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็นการฟังวิทยุ ดูเว็บแคม อัปเดตชาร์ตเพลง รวมทั้งชมคลิปรายการต่างๆ ย้อนหลังได้อย่างง่ายดายบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

รายได้ของธุรกิจสื่อวิทยุมาจากการขายโฆษณาเป็นส่วนใหญ่ และลักษณะลูกค้าของธุรกิจสื่อวิทยุ สามารถจำแนกได้ 2 ประเภท ดังนี้

- 1) กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณา (Agency) บริษัทโฆษณาจะซื้อเวลาโฆษณาจากผู้ผลิตรายการ และจะเป็นผู้เสนอการจัดสรรและวางแผนการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้า
- 2) ลูกค้าโดยตรง (Direct Customer) เป็นกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ที่ซื้อเวลาโฆษณาจากผู้ผลิตรายการโดยตรง

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มธุรกิจสื่อวิทยุจะเป็นลักษณะของการผ่านบริษัทโฆษณาประมาณร้อยละ 65 ของยอดขาย และขายตรงให้กับลูกค้าประมาณร้อยละ 35 ของยอดขาย และในระยะ 3 ปีที่ผ่านมากลุ่มธุรกิจสื่อวิทยุไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 43 ของรายได้รวมของปีนั้นๆ

รับรองความถูกต้อง

3.1.2.2 สภาพการแข่งขัน / แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ปัจจุบันมีสถานีวิทยุทั่วประเทศทั้งหมด 525 สถานี โดยกระจายเสียงในกรุงเทพมหานคร จำนวน 211 สถานี แบ่งเป็นสถานีที่จัดรายการวิทยุภาค FM 314 สถานี (แหล่งข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ) โดยเจ้าของสถานีวิทยุจะเป็นหน่วยงานของรัฐบาลทั้งหมด ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องทำสัญญาเช่าเวลาจากเจ้าของสถานีเพื่อจัดรายการ ซึ่งเจ้าของสถานีจะให้เช่าเวลาโดยพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนที่จ่ายให้กับสถานี รูปแบบของรายการที่จะนำเสนอ และฐานะทางการเงินของผู้ผลิตรายการ โดยในปัจจุบันจะให้เช่าเวลาเพื่อจัดรายการได้ทั้งวันต่างกับในอดีตที่ให้เช่าเวลาเป็นช่วงๆ การเช่าเวลาทั้งวันตามที่เป็นในปัจจุบันส่งผลให้ผู้ฟังไม่สับสนในรูปแบบของรายการ และทำให้ผู้ผลิตรายการสามารถที่จะนำเสนอรูปแบบของรายการที่ต่อเนื่องกว่า และก่อให้เกิดรายได้จากการโฆษณาที่แน่นอนและมั่นคงขึ้น ในการผลิตรายการวิทยุผู้ผลิตรายการต้องมีความพร้อมในด้านเงินทุน ประสบการณ์ และความชำนาญพร้อมทั้งมีบุคลากรที่มีความสามารถอย่างเพียงพอ การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตรายการวิทยุจะเน้นการแข่งขันในด้านลักษณะของรายการ รูปแบบของรายการที่ชัดเจน คุณภาพของรายการ การรักษากลุ่มผู้ฟังเดิม พร้อมกับการสร้างกลุ่มผู้ฟังใหม่ๆ และพยายามแบ่งกลุ่มผู้ฟังให้ชัดเจน เพื่อให้รายการเป็นที่ต้องการของลูกค้าในการโฆษณา อย่างไรก็ตาม รายการใดที่ได้รับความนิยมและมีกลุ่มผู้ฟังของตนเองจะมีผู้ผลิตรายการรายอื่นเข้ามาแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณาจะเลือกซื้อโฆษณาโดยพิจารณาจากรายการที่มีคุณภาพและได้รับความนิยมสูง

เช่นเดียวกับปีอื่นๆ ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา การแข่งขันในธุรกิจสื่อวิทยุในปี 2556 ยังคงร้อนแรง แต่ไม่ได้รุนแรงมากเท่ายุคที่ธุรกิจสื่อวิทยุเฟื่องฟูมาก โดยเป็นเรื่องของการแข่งขันกันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด แย่งชิงกลุ่มผู้ฟัง และการแย่งชิงงบโฆษณาจากกลุ่มลูกค้าผู้ซื้อสื่อเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อสื่อของลูกค้าในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่เคยซื้อสื่อโฆษณาระยะยาวก็เปลี่ยนมาเป็นซื้อในระยะสั้น คือจากการเซ็นสัญญายาวทั้งปีก็ลดลงเหลือ 6 เดือน 3 เดือน หรือซื้อเพียงไตรมาสละ 1 เดือน หรือซื้อแบบเดือนต่อเดือน นอกจากนี้ ยังได้รับผลกระทบจากสื่อใหม่ๆ ที่เข้ามาแย่งชิงงบโฆษณา เช่น สื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เป็นต้น ผู้ประกอบการจึงต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทุกรูปแบบ ซึ่งได้ขยายออกเป็นกิจกรรมกลางแจ้งต่างๆ เช่น การพบปะศิลปินหรือผู้จัดรายการ รวมถึงคอนเสิร์ตขนาดเล็กที่จัดโดยคลื่นวิทยุ เป็นต้น เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าและกลุ่มคนฟังให้ได้มากที่สุด

รับรองความถูกต้อง

จากแผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 – 2559) ตามความในพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2543 มีการกำหนดหลักเกณฑ์รายละเอียดการใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ และเหตุแห่งความจำเป็นในการถือครองคลื่นความถี่ของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานอื่นของรัฐ หรือบุคคลใดที่ได้รับจัดสรรคลื่นความถี่หรือใช้คลื่นความถี่เพื่อการประกอบกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ โดยได้กำหนดระยะเวลาให้ผู้ได้รับจัดสรรคลื่นความถี่หรือใช้คลื่นความถี่ เพื่อการประกอบกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ให้คืนคลื่นความถี่ เพื่อนำไปจัดสรรใหม่หรือปรับปรุงการใช้คลื่นความถี่ตามที่กำหนดไว้ ซึ่ง กสทช. ได้จัดสรรคลื่นความถี่สำหรับกิจการกระจายเสียง ตามแผนแม่บทดังกล่าวแล้ว โดยกำหนดกรอบระยะเวลาในการออกใบอนุญาตสำหรับกิจการที่ใช้คลื่นความถี่ภายใน 3 ปี ซึ่งมีผลให้บริษัทฯ สามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง

คู่แข่งของบริษัทฯ

รายการวิทยุที่มีกลุ่มเป้าหมายใกล้เคียงกับรายการของกลุ่มบริษัทฯ มีดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย	รายการวิทยุของกลุ่มบริษัทฯ	รายการวิทยุของคู่แข่ง
กลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิง อายุ 35 ปีขึ้นไป	F.M. 106.5 MHz. Green Wave	F.M. 93.0 MHz. Cool Fahrenheit F.M. 103.5 MHz. FM ONE
วัยรุ่นและคนทำงานอายุระหว่าง 18-30 ปีที่ชื่นชอบความทันสมัย และติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหว (Trend) ในแวดวงบันเทิงต่างๆ	F.M. 94.0 MHz. EFM	F.M. 93.0 MHz. Cool Fahrenheit F.M. 95.5 MHz. Virgin Hitz F.M. 97.5 MHz. SEED
กลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 25 ปี ถึง 34 ปี	F.M. 89.0 MHz. Chill FM	F.M. 103.5 MHz. FM ONE F.M. 93.0 MHz. Cool Fahrenheit

ส่วนแบ่งการตลาด

ในการคำนวณมูลค่าโดยรวมของธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุ จะเป็นการคำนวณจากนาฬิกาโฆษณาในแต่ละช่วงคูณด้วยอัตราค่าโฆษณาในช่วงนั้นๆ หากแต่การนำอัตราค่าโฆษณาไปใช้ในการคำนวณนั้นเป็นมูลค่าที่ไม่ได้มีการปรับลดราคาขาย ส่งผลให้มูลค่าตลาดที่ได้มานั้นสูงเกินจริง ในขณะที่ความเป็นจริงในปัจจุบันการลดราคาหรือให้ส่วนลด

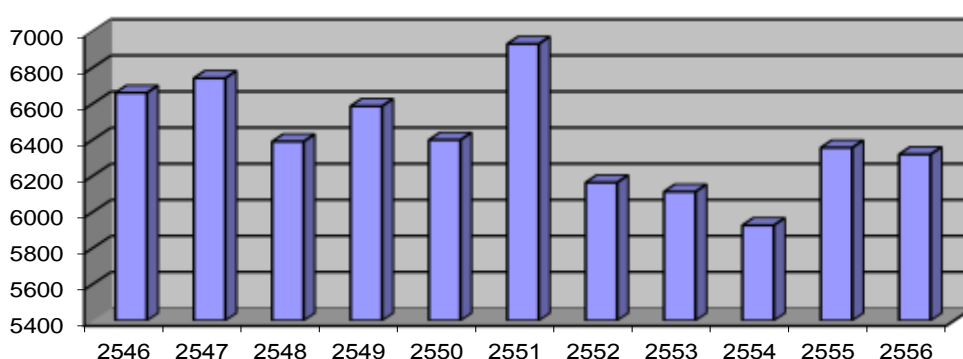
รับรองความถูกต้อง

เพื่อจูงใจให้กลุ่มผู้ประกอบการใช้บริการ เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการวางแผนการขายของผู้ประกอบการธุรกิจสื่อ แต่กระนั้นก็ตามวิธีการคำนวณก่อนหักส่วนลดเป็นข้อมูลทางการในปัจจุบันที่สามารถนำมาเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดได้ โดยจากผลการศึกษาของบริษัท นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 สามารถคิดเป็นสัดส่วนการครองส่วนแบ่งการตลาดสำหรับสื่อวิทยุของกลุ่มบริษัทฯ ได้ประมาณร้อยละ 12.17 ของมูลค่าโฆษณาของสื่อวิทยุทั่วประเทศ

ตลาดโฆษณาของสื่อวิทยุ

บริษัท นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด ได้ทำการศึกษาและเปรียบเทียบตัวเลขการใช้งบโฆษณาผ่านสื่อประเภทต่างๆ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 พบว่างบโฆษณาของสื่อวิทยุ มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ประมาณร้อยละ 5.50 โดยลดลงจาก 6,358 ล้านบาทเป็น 6,321 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 0.58

มูลค่าค่าใช้จ่ายโฆษณาในสื่อวิทยุ (ล้านบาท)



ที่มา: บริษัท นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นว่าธุรกิจสื่อวิทยุค่อนข้างกว้างตัว มีการสลับขึ้นลงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2546 จนถึงปี 2551 และชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่องในปี 2552 จนถึงปี 2554 จึงกลับมาขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี 2555 และชะลอตัวลงอีกเล็กน้อยในปี 2556 ซึ่งเป็นผลจากสถานการณ์ทางการเมืองในช่วงครึ่งหลังของปี 2556 อย่างไรก็ตามการสร้างสรรค์ผลงานและการผลิตรายการ ยังคงต้องมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เนื่องจากงบประมาณของลูกค้าในการโฆษณาที่มีอยู่อย่างจำกัดทำให้ต้องแข่งขันกันด้วย

รับรองความถูกต้อง

ฝีมือ การสร้างสรรค์ผลงานที่เน้นคุณภาพมากขึ้น และที่สำคัญต้องสร้างความพึงพอใจและความคุ้มค่าให้กับลูกค้ามากที่สุด ในส่วนธุรกิจของบริษัทฯซึ่งถือเป็นผู้ประกอบการที่ผลิตรายการผ่านสื่อ นั้น ต้องมุ่งเน้นผลิตผลงานที่มีคุณภาพเช่นกันเพราะอำนาจการซื้อเป็นของลูกค้า ซึ่งพฤติกรรมในการเลือกซื้อของลูกค้า นั้น จะเลือกเฉพาะรายการที่ติดอันดับยอดนิยมเป็นอันดับต้นๆ และเลือกซื้อรายการที่ให้ความคุ้มค่าจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากที่สุด จากปัจจัยดังกล่าวทำให้เป็นการยากที่ผู้ประกอบการรายใหม่ จะเข้าสู่ธุรกิจสื่อและแข่งขันให้คงอยู่ในธุรกิจนี้ได้ยาวนาน

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

การแข่งขันของธุรกิจสื่อวิทยุในอนาคตยังคงมีแนวโน้มที่รุนแรงไม่ต่างจากปีที่ผ่านมา แต่เปลี่ยนประเด็นหลักจากเดิมที่เป็นเรื่องของการแย่งชิงสัมปทานคลื่นในช่วงปลายปีที่เป็นช่วงของการต่ออายุสัมปทาน มาเป็นเรื่องของการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดเจ้าของสินค้าต่างๆ มีความระมัดระวังในการใช้งบโฆษณามากขึ้น และเลือกใช้สื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ทำให้ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทุกรูปแบบในการสร้างแบรนด์ของแต่ละสถานีให้แข็งแกร่ง และต้องพยายามรักษฐานผู้ฟังเดิม พร้อมขยายฐานผู้ฟังให้เพิ่มขึ้น และเน้นจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะช่วยให้เจ้าของสินค้าหันมาซื้อช่วงเวลาโฆษณาในคลื่นวิทยุมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการวิทยุจะต้องพัฒนาและควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และต้องมีความคล่องตัวในการปรับใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น จึงจะสามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้อย่างมั่นคง

3.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3.1.3.1 การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

องค์ประกอบสำคัญในการผลิตรายการวิทยุคือ

- 1) ผู้ดำเนินรายการหรือผู้เปิดเพลง (Disc Jockey หรือ DJ) และบุคลากร

ผู้ดำเนินรายการและบุคลากรส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำ ซึ่งได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือน และค่าจ้างรายชั่วโมง ซึ่งส่วนใหญ่ทำงานกับบริษัทฯ มาเป็นระยะเวลานาน และกลุ่มบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญของการอบรมและพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างมาก

รับรองความถูกต้อง

2) ห้องจัดรายการ

ประกอบด้วย ห้องจัดรายการ 8 ห้อง (ทีจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ เฟลส 7 ห้องและที่สยาม เซ็นเตอร์ 1 ห้อง) ซึ่งมีห้องที่สามารถจุผู้ชมดนตรีจำนวน 20 ที่นั่ง 1 ห้อง และห้องแสดงดนตรี 1 ห้องด้วย นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังมีระบบจัดการ Computer Automation System โดยเพลงทั้งหมดจะถูกบันทึกเก็บไว้เป็นซอฟต์แวร์ในคอมพิวเตอร์ส่วนกลางเพื่อให้ผู้ดำเนินรายการจากทุกคลื่นสามารถดำเนินรายการได้สะดวกยิ่งขึ้น อุปกรณ์และเครื่องมือดังกล่าวตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ซึ่งใช้สำหรับเตรียมการเพื่อกระจายเสียงออกอากาศสำหรับ 3 สถานีวิทยุของกลุ่มธุรกิจสื่อวิทยุ

ต้นทุนการผลิต

ในส่วนของต้นทุนการผลิตของกลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายหลักคือ ค่าเช่าเวลา ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าเวลาสถานีวิทยุกับกรมประชาสัมพันธ์ (ปัจจุบันคือ สำนักงาน กสทช.) สถานีวิทยุกองทัพบก สถานีวิทยุยานเกราะ และคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ คือ ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม ค่าผู้ดำเนินรายการ ซึ่งบริษัทฯ จ่ายในรูปของเงินเดือน และค่าจ้างรายชั่วโมง

3.1.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

3.1.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3.2 ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

3.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์ คือ การผลิตและรับจ้างผลิตรายการเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ดังต่อไปนี้

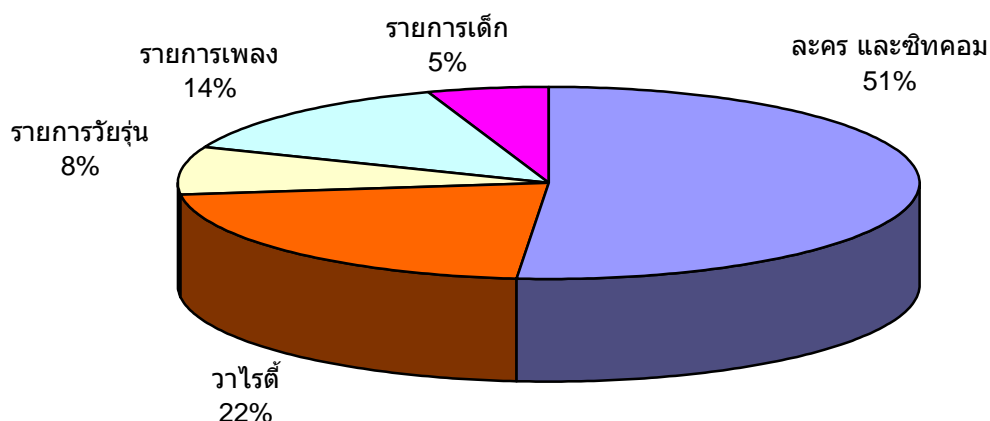
สถานี	ผู้ประกอบการ	ใบอนุญาต
ช่อง 3	บจก. บางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนต์	ได้รับสัมปทาน
ช่อง 5	กองทัพบก	เจ้าของสัมปทาน
ช่อง 7	บจก. กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ	ได้รับสัมปทาน
ช่อง 9	บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)	เจ้าของสัมปทาน

รับรองความถูกต้อง

สื่อโฆษณาโทรทัศน์ทางสถานีโทรทัศน์ที่ให้บริการแก่ผู้ชมทั่วประเทศโดยไม่คิดมูลค่า หรือ สถานีโทรทัศน์แบบพื้นฐาน (ฟรีทีวี) ปัจจุบันมี 4 สถานี ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 และช่อง 9 ทุกสถานีมีรายได้จากการขายโฆษณา และให้ผู้ประกอบการเช่าเวลาเพื่อผลิตรายการ

สถานีโทรทัศน์ทุกสถานี มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพของรายการโทรทัศน์ให้น่าสนใจมากขึ้นเพื่อให้รายการเป็นที่นิยมในหมู่ผู้ชมให้มากที่สุดโดยเฉพาะช่วงเวลาที่ผู้ชมมากที่สุด อาทิ รายการข่าว และละครหลังข่าว ในส่วนของบริษัทผู้ผลิตรายการต่างก็แข่งขันกันในการพัฒนาคุณภาพของรายการเพื่อช่วงชิงการเช่าเวลาออกอากาศกับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ทั้งนี้ ในการเช่าเวลาเพื่อผลิตรายการ ทางสถานีโทรทัศน์จะพิจารณาจากรายการที่มีคุณภาพ มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ สอดคล้องกับนโยบายของสถานีฯ และมีโอกาสที่จะได้รับความนิยม หรือมีความนิยมสูง ซึ่งจะส่งผลต่อความต้องการโฆษณาสินค้าและบริการ ในการเลือกลงโฆษณาในรายการดังกล่าว เนื่องจากสื่อโฆษณาฟรีทีวี ยังคงเป็นสื่อที่มีการแข่งขันสูงเพื่อช่วงชิงบโฆษณาในตลาดอย่างต่อเนื่อง บริษัทผู้ผลิตรายการจึงต้องคิดสร้างสรรค์รูปแบบรายการให้มีความแปลกใหม่ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความพร้อมในการปรับเปลี่ยนและพัฒนารายการให้มีคุณภาพเป็นที่นิยมอยู่ตลอดเวลา และที่สำคัญ คือ จะต้องตอบสนองความต้องการของสถานีโทรทัศน์ทั้งในเรื่องความนิยมของผู้ชมและนโยบายของสถานีโทรทัศน์นั้นๆ

ประเภทรายการโทรทัศน์ของกลุ่มบริษัทฯ ในปี 2556



แผนภาพที่ 1 แบ่งสัดส่วนรายการตามจำนวนรายการ

ประเภทรายการ	จำนวนรายการ
ละคร และซีทคอม	19
วาไรตี้	8
รายการวัยรุ่น	3
รายการเพลง	5
รายการเด็ก	2
รวมทั้งสิ้น	37

ในปี พ.ศ. 2556 กลุ่มบริษัทฯ มีรายการโทรทัศน์ทั้งสิ้น 37 รายการ โดยสามารถแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์ได้ ดังนี้

ประเภทรายการ	ชื่อรายการ	สถานีโทรทัศน์	วัน / เวลาออกอากาศ	ดำเนินการผลิต
ละคร/ซีทคอม	เซง เซง เซง	ช่อง 3	เสาร์ 10.15 - 11.00 น.	เอ็กแซ็กท์
	ผู้กองเจ้าเสน่ห์	ช่อง 3	อาทิตย์ 10.15 - 11.00 น.	ชีเนริโอ
	ละครหลังข่าว	ช่อง 5	จันทร์-พฤหัสบดี 20.20 - 21.25 น.	อี็กแซ็กท์ & ชีเนริโอ
ละคร/ซีทคอม (ต่อ)	ครอบครัวข้า	ช่อง 3	พฤหัสบดี 23.15 - 24.15 น.	ชีเนริโอ
	ละคร rerun	ช่อง 5	จันทร์-ศุกร์ 10.45 - 11.35 น.	อี็กแซ็กท์ & ชีเนริโอ
	ลูกพี่ลูกน้อง	ช่อง 9	เสาร์ 18.00 - 19.00 น.	ชีเนริโอ
	บ้านนี้มีรัก	ช่อง 9	อาทิตย์ 18.00 - 19.00 น.	ชีเนริโอ
	นัดกับนัด	ช่อง 9	อาทิตย์ 17.00 - 18.00 น.	ชีเนริโอ
	Forward ทำเวลา พลิกอนาคต	ช่อง 9	อาทิตย์ 10.00 - 10.50 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี
วาไรตี้	Pink Riders	ช่อง 5	เสาร์ 16.05 - 16.55 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี
	Sisterday	ช่อง 5	เสาร์ 14.50 - 15.35 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี
	OIC Holiday	ช่อง 5	วันหยุดนักขัตฤกษ์ 12.15 - 12.50 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี
	ที่นี่ หมอชิต	ช่อง 7	อาทิตย์ 22.25 - 23.55 น.	ดีทอล์ค
	เมดอินไทยแลนด์ ยกระดับกระบี่กระบองสยาม	ช่อง 5	จันทร์-ศุกร์ 12.45 - 13.35 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี

_____ รับรองความถูกต้อง

ประเภทรายการ	ชื่อรายการ	สถานีโทรทัศน์	วัน / เวลาออกอากาศ	ดำเนินการผลิต
	คู่เลื้อยเพื่อน	ช่อง 5	พฤหัสบดี 00.00 – 00.25 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี
	The Star 10	ช่อง 9	เสาร์-อาทิตย์ 21.30 – 23.30 น.	เอ็กแซ็กท์
	วันหยุดสุดที่รัก	ช่อง 5	วันหยุดนักขัตฤกษ์ 11.45 – 12.15 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี
รายการวัยรุ่น	Five Live	ช่อง 5	จันทร์-ศุกร์ 00.40-01.35 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี
	Wake Club	ช่อง 5	อาทิตย์ 14.05 – 14.55 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี
	รถโรงเรียน	ช่อง 5	อาทิตย์ 16.05 – 17.00 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี
รายการเพลง	คลื่นแทรก คลื่นแซ่บ	ช่อง 5	จันทร์-ศุกร์ 01.55 - 02.20 น.	แฟนทีวี
	คลื่นแทรก คลื่นแซ่บ สุดสัปดาห์	ช่อง 5	เสาร์-อาทิตย์ 01.55 - 02.20 น.	แฟนทีวี
	E-มาท ขำ 2 ยาม	ช่อง 7	ศุกร์ 01.00 - 02.00 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี
	อัลโหลวันหยุด	ช่อง 7	วันหยุดนักขัตฤกษ์ 08.00 – 09.00 น.	จีเอ็มเอ็ม ทวี
	เดอะสตาร์วันนี้	ช่อง 9	เสาร์-อาทิตย์ 20.30 – 21.30 น.	ซีเนริโอ
รายการเด็ก	แก๊งกระฉูด	ช่อง 3	อาทิตย์ 07.40 – 08.45 น.	มิ มิติ
	เบิร์ดแลนด์ แดนมหัศจรรย์	ช่อง 3	เสาร์ 19.30 – 19.45	จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ และเชลล์ฮัท เอ็น เทอร์เทนเมนท์

รายละเอียดรูปแบบของแต่ละรายการ

ประเภทรายการ	รูปแบบ	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย	จำนวนรายการ
ละคร/ ซิทคอม	เป็นรายการโทรทัศน์ที่กลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์มีความถนัด ในด้านการผลิตและมีการนำเสนอผลงานให้กับทาง สถานีโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง โดยในปีที่ผ่านมารายการ ประเภทละครของกลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์ได้รับการตอบ รับจากผู้ชมติดอันดับแนวหน้า ทั้งละครหลังข่าวละคร ตลกจบในตอน (Sit Com) ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ถือว่าเป็นผู้นำ ในการนำเสนอละครในรูปแบบนี้ และได้รับความนิยมสูงสุด อย่างต่อเนื่อง รวมถึงละครวัยรุ่นแนวสร้างสรรค์อีกด้วย	ครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย	19

รับรองความถูกต้อง

ประเภทรายการ	รูปแบบ	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย	จำนวนรายการ
รายการวาไรตี้	เป็นรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน ทั้งยังมีการนำเสนอความบันเทิงในรูปแบบที่หลากหลาย รายงานกระแสความนิยม ความคิด นำความทันสมัยให้กับผู้ชม รวมถึงนำเสนอเรื่องราวเหตุการณ์ปัจจุบัน โดยมีการสอดแทรกเนื้อหาสาระ เชิงสร้างสรรค์ ให้กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวบรวมศักยภาพของการเป็นองค์กรใหญ่ที่ครอบคลุมสื่อบันเทิงครบวงจรมาก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงรายการรูปแบบเรียลลิตี้โชว์ เพื่อเกาะกระแสความสนใจของตลาดกลุ่มผู้บริโภคหลักของบริษัทฯ ที่ต้องการความแปลกใหม่ที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้ร่วมรายการ เช่น การประกวดร้องเพลง เป็นต้น	วัยรุ่นชายหญิงทั่วประเทศ และสำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย	8
รายการวัยรุ่น	เป็นรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน ทั้งยังมีการนำเสนอความบันเทิงในรูปแบบที่หลากหลาย สร้างกระแสนิยม นำความทันสมัยให้กับผู้ชมกลุ่มวัยรุ่น โดยมีการสอดแทรกเนื้อหา สาระ เชิงสร้างสรรค์ ให้กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการหาศิลปินหน้าใหม่ให้กับวงการด้วย	วัยรุ่นชายหญิงทั่วประเทศ	3
รายการเพลง	เป็นรายการที่นำเสนอในรูปแบบของมิวสิกวิดีโอหรือภาพคอนเสิร์ตของศิลปินหลากหลาย เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานของกลุ่มบริษัทฯ ที่ผลิตผลงานออกมาในขณะนั้นให้เป็นที่รู้จัก	วัยรุ่นชายและหญิง อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป / นักเรียน นักศึกษา / แม่บ้าน	5
รายการเกมส์โชว์	เป็นประเภทรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากรูปแบบการดำเนินรายการที่สนุกสนานสอดแทรกสาระและความบันเทิงครบครัน มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แตกต่างจากคู่แข่งในตลาด อาทิ ให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วม มีแขกรับเชิญในรายการที่มีชื่อเสียง ประกอบกับการนำเสนอรายการที่มีส่วนในการสร้างสรรค์สังคมและส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงาม ทำให้รายการของกลุ่มบริษัทฯ เป็นรายการที่ได้รับความนิยมครองใจผู้ชมมาโดยตลอด	ครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย	-

ประเภทรายการ	รูปแบบ	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย	จำนวนรายการ
รายการสำหรับเด็กและเยาวชน	เป็นรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตรายการแอนิเมชันเพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งสอดแทรกเนื้อหาสาระเชิงสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย	2

3.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

3.2.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

- ผลิตรายการที่มีคุณภาพมีสาระและความบันเทิงครบถ้วน

เป้าหมายในการดำเนินการธุรกิจสื่อโทรทัศน์ คือ การนำเสนอรายการที่มีสาระ และมีความคุ้มค่าต่อประชาชนในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นรายการวาไรตี้ ละคร และเกมส์โชว์ โดยมีความพยายามที่จะพัฒนาคุณภาพรายการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ก้าวล้ำคู่แข่งและเท่าทันเทคโนโลยีและวิวัฒนาการในโลกที่ก้าวไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ชมได้รับความบันเทิง สาระ และความรู้จากการชมรายการอย่างครบครัน อีกทั้งบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาวิจัยความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ชมรายการอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนารายการให้น่าสนใจและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังคงใช้กลยุทธ์ในการสร้างความต่อเนื่องในการติดตามและรับชมรายการ โดยให้ผู้ชมรายการมีส่วนร่วมในการร่วมสนุกกับรายการ ทั้งในรูปแบบการชิงรางวัลหรือการเข้ามาแข่งขันในรายการ เป็นต้น

- เป็นผู้นำด้านการนำเสนอความทันสมัยและเรื่องราวใหม่ๆ สู่ผู้ชมอย่างสม่ำเสมอ

จากผลการวิจัยชี้ว่ากลุ่มเป้าหมายของบริษัทฯ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและคนรุ่นใหม่ เป็นกลุ่มที่ต้องการรับชมรายการที่มีเนื้อหาทันสมัยและไม่จำเจ ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เพื่อพัฒนารายการให้แปลกใหม่และโดดเด่น ทั้งในเรื่องของเนื้อหา รูปแบบ เทคโนโลยีการผลิตรายการ ตลอดจนนำข้อมูลข่าวสารดังกล่าว มาปรับใช้กับการทำงานของทีมงานผลิตรายการ เพื่อให้ผู้ชมได้รับชมรายการที่มีรูปแบบและเนื้อหาที่น่าสนใจ โดดเด่น และแตกต่างจากรายการประเภทเดียวกันในตลาด ทั้งรายการที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและฟรีทีวี

รับรองความถูกต้อง

- ผลิตรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนแตกต่างจากรายการคู่แข่ง

ในทุกรายการที่บริษัทฯ ผลิตขึ้นนั้น มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน โดยเนื้อหาและรูปแบบของแต่ละรายการจะถูกสร้างสรรค์ให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด การมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนนอกจากจะส่งผลให้ได้รับความนิยมนจากผู้ชมรายการเป็นอย่างดีแล้ว ยังส่งผลให้ผู้ซื้อสื่อโฆษณาสามารถเลือกลงโฆษณาในรายการให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ได้อย่างตรงกลุ่มและสามารถสร้างสรรค์สื่อโฆษณาที่เหมาะสมเฉพาะกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ ส่งผลให้การลงโฆษณามีประสิทธิภาพสูงสุดอีกด้วย

- การใช้เทคโนโลยีและสื่อประเภทใหม่ เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารกับกลุ่มผู้ชมรายการ

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปีที่ผ่านมาเป็นไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วของการรับส่งข่าวสารเป็นอย่างมาก ดังนั้นบริษัทฯ จึงหันมาให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อประเภทใหม่โดยเฉพาะสังคมออนไลน์ เช่น Twitter Facebook และ Instagram มากยิ่งขึ้น อาทิ การเปิดแฟนเพจของรายการต่างๆ ใน Facebook เพื่อเป็นพื้นที่สำหรับการสื่อสารพบปะพูดคุยระหว่างพิธีกรและแฟนรายการ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน “จีเอ็มเอ็ม ทวี” และ “แบง แชนแนล” บนไอโฟน และไอแพดเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของวัยรุ่นคนรุ่นใหม่ โดยช่องทางดังกล่าวได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดีเนื่องจากสามารถเติมเต็มความต้องการในการติดตามข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถส่งต่อข่าวสารให้เพื่อนได้ง่าย ทำให้การประชาสัมพันธ์รายการและกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ ได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี

- กลยุทธ์สร้างความคุ้มค่าสูงสุดในการลงโฆษณา

ปัจจุบันมีผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เพิ่มขึ้นหลายราย ส่งผลให้การแข่งขันของสื่อโทรทัศน์มีความรุนแรงมากขึ้น บริษัทฯ จึงได้นำเสนอรูปแบบการขายแบบครบวงจรนอกเหนือจากการขายโฆษณาทางโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว ผู้ลงโฆษณาจะได้รับการนำเสนอรูปแบบโฆษณาที่หลากหลาย และครอบคลุมในทุกช่องทาง ส่งผลให้สามารถสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการลงโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ ผ่านดาวเทียม เว็บไซต์ สื่อใหม่ๆ และกิจกรรม พื้นที่กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณาแบบครบวงจรนี้ นอกจากจะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรมแตกต่างกันได้แล้ว สื่อแต่ละช่องทางจะมีการสร้างสรรค์รูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เพื่อสร้างความแปลกใหม่และหลากหลายไม่ซ้ำ

รับรองความถูกต้อง

กับการลงโฆษณาในรูปแบบเดิมๆ อีกทั้งสื่อแต่ละช่องทางยังเป็นส่วนเสริมซึ่งกันและกัน ทำให้ซื้อโฆษณาได้ประโยชน์สูงสุด คู่แข่งกับเม็ดเงินโฆษณามากที่สุด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลักษณะลูกค้าของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

- 1) กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณา (Agency) จะซื้อเวลาโฆษณาจากผู้ผลิตรายการ และจะเป็นผู้เสนอการจัดสรรและวางแผนการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้า
- 2) ลูกค้าโดยตรง (Direct Customer) เป็นกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ที่ซื้อเวลาโฆษณาจากผู้ผลิตรายการโดยตรง

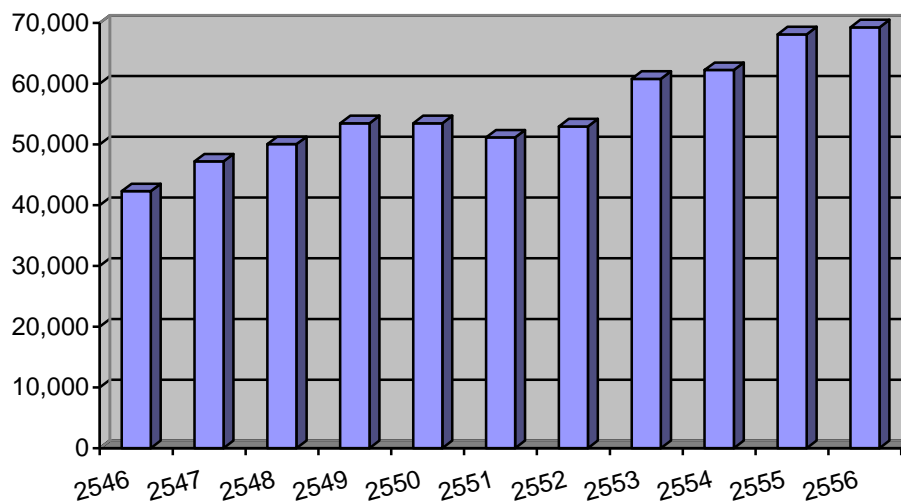
การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์จะเป็นลักษณะของการผ่านบริษัทโฆษณามากกว่าร้อยละ 70 ของยอดขาย และขายตรงให้กับลูกค้าประมาณร้อยละ 30 ของยอดขาย ซึ่งใน 3 ปีที่ผ่านมากลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์ไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมของกลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์

3.2.2.2 สภาพการแข่งขัน / แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2556 สถานการณ์ทางการเมือง และสังคมของไทยอยู่ในภาวะปกติ สถานการณ์เศรษฐกิจเติบโตเป็นอย่างมาก ทำให้มูลค่าค่าใช้จ่ายโฆษณาในสื่อโทรทัศน์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ในช่วงครึ่งปีหลังตลาดมีการชะลอตัว ทั้งจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง และการจับตามองธุรกิจทีวีดิจิทัลที่กำลังจะเกิดขึ้นในปี 2557 ทำให้ ณ สิ้นปี 2556 มูลค่าค่าใช้จ่ายโฆษณาในสื่อโทรทัศน์เติบโตขึ้นในอัตราร้อยละ 1.68 และสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักที่ถูกใช้มากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.2 จากมูลค่าค่าใช้จ่ายโฆษณารวมที่ 115,030 ล้านบาท

มูลค่าค่าใช้จ่ายโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ (ล้านบาท)



ที่มา: บริษัท นิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

คู่แข่งของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันมีบริษัทที่ประกอบธุรกิจผลิตและรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ เพิ่มขึ้นมากมาย ทั้งที่มีรูปแบบการผลิตรายการที่ใกล้เคียงกันและคิดรูปแบบในการผลิตที่สร้างความแตกต่างออกไป ประกอบด้วย บริษัทย่อยของทางเจ้าของสถานีที่เป็นเอกชน หรือผู้ผลิตรายการอิสระ เช่น บริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด บริษัท บรอดคาสท์ไทย เทเลวิชั่น จำกัด บริษัท บอนด์ จำกัด บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) บริษัท เจเอสแอล จำกัด บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด และ บริษัท เวิร์กพอยท์ จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตรายการอิสระบางรายจะดำเนินการผลิตรายการให้แก่สถานีใดสถานีหนึ่งเท่านั้น แต่มีน้อยรายรวมทั้งกลุ่มบริษัทฯ ที่สามารถผลิตรายการให้แก่สถานีทุกช่อง รวมถึงฟรีทีวีที่มีช่องทางออกอากาศผ่านดาวเทียมเพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ ช่อง TGN ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และช่อง MCOT 1 MCOT 2 และ MCOT 3 ของ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

สำหรับปี 2557 บริษัทฯ คาดว่าธุรกิจสื่อโทรทัศน์จะสามารถเติบโตได้อย่างน่าจับตามอง เนื่องจากการเข้ามาของธุรกิจทีวีดิจิทัล ทำให้มีช่วงเวลาโฆษณาสำหรับโทรทัศน์มากขึ้น ส่งผลให้มีกลุ่มลูกค้าใหม่ที่มีความต้องการใช้สื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะกลุ่มบริษัท SMEs หรือบริษัทที่ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก จากแนวโน้มการโฆษณาที่เพิ่มขึ้นนี้ จะนำไปสู่ภาวะการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นสื่อที่สามารถปรับตัวทางธุรกิจแสดงให้เห็นความคุ้มค่าและความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีก็จะมีโอกาสเติบโตเหนือคู่แข่งได้ในที่สุด

รับรองความถูกต้อง

อย่างไรก็ตาม จากความต้องการรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์มีแนวโน้มของการเติบโตและการแข่งขันที่สูงในอนาคต ดังนั้นผู้ผลิตรายการที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย และมีบุคลากรที่มีความสร้างสรรค์ จะมีข้อได้เปรียบกว่าคู่แข่งในการขยายธุรกิจต่อไป

3.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3.2.3.1 การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

องค์ประกอบสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์

1) นักแสดง พิธีกรและบุคลากรฝ่ายการผลิต

กลุ่มบริษัทฯ จะคัดเลือกและว่าจ้างนักแสดง หรือพิธีกร ที่มีบุคลิกภาพเหมาะสมกับละคร หรือรายการนั้นๆ ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ จะมีข้อได้เปรียบในกรณีที่นักแสดงหรือพิธีกรเป็นบุคลากรของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทแม่ ทำให้สามารถติดต่อ ประสานงาน และขอความร่วมมือได้สะดวกกว่า โดยอัตราค่าตอบแทนเป็นไปตามอัตราตลาด ในส่วนของบุคลากร ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานประจำ ซึ่งได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือน บุคลากรส่วนใหญ่จะอยู่กับกลุ่มบริษัทฯ มาเป็นระยะเวลานาน และกลุ่มบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการอบรมและพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างมาก

2) สถานที่ใช้ในการถ่ายทำและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต

ในการผลิตละครและรายการ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่เป็นหลัก ดังนั้นกลุ่มบริษัทฯ จะเช่าสถานที่ถ่ายทำจากบุคคลภายนอก นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้ลงทุนสร้างสตูดิโอเพื่อใช้ภายในกลุ่มบริษัทฯ รวมถึงให้บุคคลภายนอกเช่าด้วย ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ จะเช่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรายการ เช่น กล้องโทรทัศน์ คอมพิวเตอร์สำหรับตัดต่อภาพ และเสียงจากบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) โดยจ่ายค่าเช่าตามราคาตลาด

ต้นทุนการผลิต

ค่าใช้จ่ายหลักในการผลิตของกลุ่มบริษัทฯ คือ ค่าเช่าเวลา ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสถานที่ใช้ในการถ่ายทำ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ค่านักแสดง และค่าพิธีกร

3.2.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

3.2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

รับรองความถูกต้อง

3.3 ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

3.3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตนิตยสารรายเดือนและรายปักษ์ ซึ่งเป็นนิตยสารแฟชั่น นิตยสารสำหรับผู้หญิง นิตยสารสำหรับผู้ชาย และนิตยสารบันเทิง ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีนิตยสารทั้งสิ้น 6 เล่ม เป็นนิตยสารไทย 2 เล่ม และเป็นนิตยสารที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศ 4 เล่ม โดยนิตยสารแต่ละเล่มมีลักษณะเฉพาะที่ต่างกัันดังนี้

นิตยสาร / รูปแบบสิ่งพิมพ์	ลักษณะของเนื้อหา	กลุ่มเป้าหมาย
อิมเมจ (Image)	แฟชั่น ความงาม สาระและบันเทิงที่โดดเด่นด้วยภาพทันสมัย	ไม่จำกัดเพศหรืออายุของกลุ่มผู้อ่าน ตั้งแต่ นักเรียน นักศึกษา และคนทำงาน
มาดาม ฟิกาโร (Madame Figaro)	นิตยสารสำหรับผู้หญิงที่มีความสนใจในแฟชั่น ชื่นชอบในศิลปะที่สวยงาม มอบความบันเทิงและสาระให้แก่ผู้หญิงที่มีรสนิยมและการศึกษาสูง	ผู้หญิงวัยทำงานอายุ 25-35 ปีที่ค่อนข้างมีระดับ มีรสนิยม และการศึกษาสูง
เฮอร์ เวิลด์ (Her World)	แฟชั่น ความงาม สาระและบันเทิง วิธีการดำเนินชีวิตของสาวสมัยใหม่ที่ใช้เวลาอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาและปรับปรุงตนเอง และเตรียมพร้อมที่จะเผชิญโลกใหม่ ในวัยที่มากขึ้น	ผู้หญิงที่เป็นนักศึกษา ไปจนถึงวัยเริ่มต้นทำงาน อายุ 18-28 ปี
แมกซิม (Maxim)	เรื่องราวการใช้ชีวิตและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายยุคใหม่ที่เป็นตัวของตัวเอง ประกอบไปด้วยสาระและบันเทิง การแต่งกาย ความเป็นอยู่ เทคโนโลยี และสุขภาพ	ผู้ชายทันสมัย วัย 18-40 ปี ที่สนใจความเป็นไปของสังคม แฟชั่น บันเทิง เทคโนโลยีใหม่ๆ และมีความเป็นตัวของตัวเอง
แอททิจูด (Attitude)	แฟชั่น เรื่องราวการใช้ชีวิต และรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มบุคคลที่มีรสนิยมและไลฟ์สไตล์เป็นแบบของตัวเอง	ไม่จำกัดเพศหรืออายุของกลุ่มผู้อ่านที่มีรสนิยมและไลฟ์สไตล์ในแบบของตัวเอง กล้าที่จะใช้ชีวิตในแบบที่ตนเองเลือก
อิน แมกกาซีน (In Magazine)	เน้นความรักคารา บทสัมภาษณ์เชิงลึก และสไตล์ของคาราที่น่าไปดัดแปลงให้กับสาวไทยทั่วไปได้ มองโลกในแง่ดี	ผู้หญิงวัยมหาวิทยาลัยถึงวัยทำงาน คนเมือง วัย 18-29 ปี มีรายได้ระดับกลางถึงสูง

รับรองความถูกต้อง

3.3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.3.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขันสำหรับนิตยสาร

- ผลิตนิตยสารที่มีคุณภาพและมีเนื้อหาที่ตรงกับกลุ่มผู้อ่าน

นิตยสารแต่ละเล่มมีจุดเด่นที่แตกต่างกันอย่างเด่นชัด เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ต่างกัน ซึ่งแต่ละเล่มประกอบไปด้วยบทความและเนื้อหาดีๆ อันหลากหลายจากนักเขียนฝีมือคุณภาพ นักแปลมืออาชีพ ภาพแฟชั่นที่กลุ่มบริษัทฯ นำนางแบบหรือนักแสดงชั้นนำของเมืองไทยและต่างประเทศ ที่กลุ่มบริษัทฯ นำเสนอในรูปแบบใหม่ๆ สร้างความแตกต่าง แปลกใหม่จากนิตยสารเล่มอื่นๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ผู้อ่าน โดยได้พัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาของนิตยสารแต่ละเล่มอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นิตยสารแต่ละเล่มเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การปรับปรุงนี้ยังรวมถึงการจัดรูปเล่มที่สวยงาม ภาพและ บทความโฆษณาที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าผู้อ่าน

- กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการขาย

กลยุทธ์การส่งเสริมการขายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าผู้อ่านและผู้ซื้อโฆษณา ดังนี้

- 1) สำหรับผู้อ่าน กลุ่มบริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์นิตยสาร อาทิเช่น อาคารสำนักงาน และมหาวิทยาลัยชั้นนำ โดยมีศิลปินและนักแสดงเข้ามาสร้างสีสันให้แก่กิจกรรม
- 2) สำหรับผู้ซื้อโฆษณา บริษัทฯ ให้สิทธิพิเศษสำหรับผู้ซื้อโฆษณาที่มียอดซื้อในระดับสูง โดยจัดคิวถ่ายแฟชั่น ให้สิทธิ์ในการแนะนำสินค้าใหม่หรือลงโฆษณาเสริมได้ตามความเหมาะสม มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านบทความ และคอลัมน์แนะนำต่างๆ ตามความเหมาะสม และมีการปรับตำแหน่งหน้าโฆษณาที่ดีขึ้นด้วย

- กลยุทธ์ทางด้านราคา

กลุ่มบริษัทฯ แบ่งกลยุทธ์ออกเป็น 2 ประเภทเช่นเดียวกับการส่งเสริมการขาย สำหรับกลุ่มผู้อ่าน บริษัทฯ มีนโยบายลดราคาให้แก่ลูกค้าที่สมัครสมาชิกรายปี และยังมีการลดราคาพิเศษในช่วงสัปดาห์หนังสือและงานมหกรรมหนังสืออีกด้วย ในส่วนของลูกค้าผู้ซื้อโฆษณา กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการปรับราคาที่ยืดหยุ่นสำหรับลูกค้าเดิม อาทิเช่น ให้ราคา

_____ รับรองความถูกต้อง

พิเศษในเล่มพิเศษนอกเหนือจากเล่มปกติที่ลูกค้าได้มีการโฆษณาหลายครั้ง ให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่ซื้อโฆษณาระยะยาวในนิตยสารเล่มปกติ เป็นต้น

- ช่องทางการขายที่หลากหลายมากขึ้น

เนื่องจากพฤติกรรมผู้อ่านเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสดิจิทัลที่เข้ามามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการอ่านนิตยสารและหนังสือเล่มผ่านทางเว็บไซต์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ (Gadgets) อาทิเช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างไอโฟน แบล็คเบอร์รี่ หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน เช่น ไอแพด อี-บุ๊กเรดเดอร์ กลุ่มบริษัทฯ จึงมีนโยบายให้จัดทำนิตยสารออนไลน์ โดยเริ่มเล่มแรกจาก Maxim ตั้งแต่ปลายปี 2552 และในปลายปี 2553 กลุ่มบริษัทฯ ได้เปิดตัวนิตยสารในเครือจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านรุ่นใหม่ที่มีชีวิตผูกพันอยู่กับเทคโนโลยีตลอดเวลา นอกจากนี้ ในช่วงปี 2554 บริษัทฯ ยังได้เริ่มนำเอาคอนเทนต์บางส่วนจากนิตยสารไปต่อยอดในการทำรายการโทรทัศน์ เพื่อออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์อีกด้วย

กลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายนิตยสาร

- ในเขตกรุงเทพมหานคร จะขายผ่านตัวแทนจำหน่าย เพื่อกระจายให้แก่แผงร้านหนังสือชั้นนำ โดยเฉพาะในย่านธุรกิจซึ่งมีทั้งลักษณะขายขาด ไม่มีการรับคืน และมีการรับคืนแล้วแต่เงื่อนไขการรับคืนสินค้าที่แต่ละบริษัทกำหนด โดยแต่ละบริษัทจะจ่ายค่าตอบแทนการขายเป็นร้อยละของราคารับหน้าปก
- ในต่างจังหวัด จะขายให้แก่ตัวแทนจัดจำหน่ายคือ บริษัท เพ็ญบุญ จัดจำหน่าย จำกัด โดยบริษัทฯ จะรับคืนสินค้าภายใต้เงื่อนไขของการรับคืนสินค้าที่แต่ละบริษัทกำหนด
- ขายให้แก่สมาชิก โดยการจัดส่งทางไปรษณีย์ โดยลูกค้าติดต่อกับกลุ่มบริษัทฯ โดยตรง
- การจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีก หรือแผงร้านค้าย่อย ซึ่งจะติดต่อรับสินค้ากับกลุ่มบริษัทฯ โดยตรง
- การจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ หรือทางอินเทอร์เน็ต

โดยการจัดจำหน่ายนิตยสารเกือบทั้งหมด จะเป็นการขายตรงให้แก่ตัวแทนจัดจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าผู้ซื้อโฆษณาในนิตยสาร

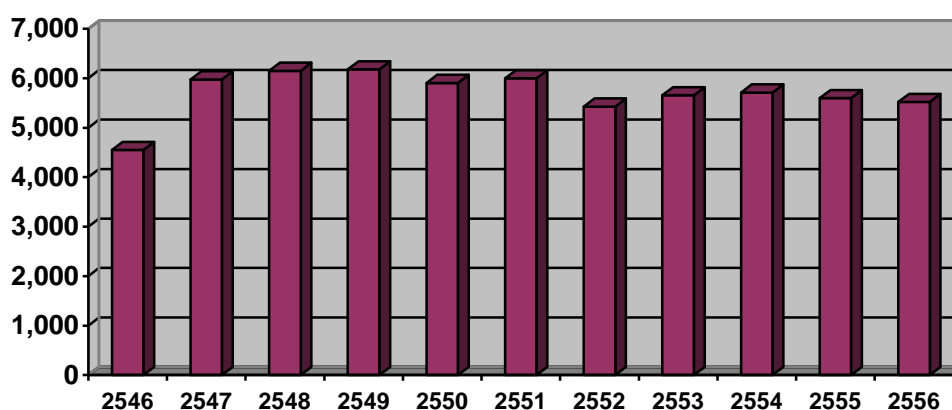
- 1) กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณา (Agency) บริษัทโฆษณาจะซื้อเนื้อที่โฆษณาจากเจ้าของหนังสือ และจะเป็นผู้เสนอการจัดสรรและวางแผนการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้า
- 2) ลูกค้าโดยตรง (Direct Customer) เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าที่มีความสนใจที่จะลงโฆษณาในนิตยสาร

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์จะเป็นลักษณะของการขายให้แก่บริษัทโฆษณาประมาณร้อยละ 30 ของยอดขาย และขายตรงให้กับลูกค้าประมาณร้อยละ 70 ของยอดขายโฆษณาสิ่งพิมพ์ และใน 3 ปีที่ผ่านมากลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์ไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมของกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์

3.3.2.2 สภาพการแข่งขัน / แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ตลาดนิตยสารในปีที่ผ่านมาพบว่าค่าใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อ นิตยสารลดลง จากการสำรวจของ บริษัท นิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) พบว่าในปี 2556 สื่อทางนิตยสารมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ประมาณร้อยละ 4.80 ของสื่อทุกประเภท และบโฆษณาผ่านสื่อ นิตยสารลดลงร้อยละ 1.38 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยคิดเป็นเม็ดเงินโฆษณาทั้งสิ้นประมาณ 5,518 ล้านบาท

มูลค่าค่าใช้จ่ายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ (ล้านบาท)

ที่มา: บริษัท นิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย)

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

กลุ่มบริษัทฯ คาดว่าในปี 2557 ภาวะตลาดนิตยสารจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น แม้ว่าการแข่งขันจะยังคงรุนแรง และมีการเลือกใช้จ่ายโฆษณาในสื่อใหม่ๆ มากขึ้น แต่นิตยสารยังคงเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเฉพาะได้ดี และด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามกระแสดิจิทัล ตลาดนิตยสารจึงขยายตัวไปยังตลาดดิจิทัลมากขึ้นด้วย สิ่งสำคัญคือ บริษัทฯ ต้องรักษฐานลูกค้าเก่าให้มั่นคง และหาโอกาสเพิ่มลูกค้าใหม่จากช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายขึ้น เพื่อให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มคนอ่านที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมถึงการนำเสนอแพ็คเกจรวมสื่อที่หลากหลายให้กับลูกค้า เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม สื่อกลางแจ้ง และจอแอลอีดี เพื่อเพิ่มรายได้จากดิจิทัลมีเดียให้มากขึ้น และรับผลิตงานพิมพ์พิเศษให้กับธุรกิจที่ต้องการจะเผยแพร่ข่าวสารหรือข้อมูลที่น่าสนใจให้กับลูกค้าของตน

3.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3.3.3.1 การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

องค์ประกอบสำคัญในการผลิตนิตยสาร

1) เนื้อเรื่อง หรือคอนเทนต์

ในการผลิตนิตยสารอิมเมจ และอิน บรรณาธิการบริหารจะเป็นผู้ให้นโยบาย โดยรวมในการจัดทำเนื้อหาของนิตยสาร ส่วนรองบรรณาธิการบริหาร จะเป็นผู้ควบคุมการผลิตและให้ต้นฉบับเสร็จตรงเวลา รวมทั้งติดต่อนักเขียนพิเศษ (คอลัมนิสต์) ให้ส่งต้นฉบับ และรูปภาพประกอบตามกำหนด และกองบรรณาธิการทุกคนจะมีส่วนร่วมในการคิดรายละเอียดเนื้อหาภายในฉบับ

ในการผลิตนิตยสารหัวนอก บรรณาธิการบริหารจะเป็นผู้ควบคุมการจัดทำนิตยสาร ภายใต้มาตรฐานของเนื้อหาและรูปแบบเดียวกันจากเจ้าของนิตยสาร ทั้งนี้อาจมีการปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนของเนื้อหาบ้าง เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทย

2) บุคลากร

เป็นพนักงานประจำ ประกอบด้วย ฝ่ายกองบรรณาธิการ ฝ่ายศิลปกรรม และพิสูจน์อักษร นอกจากนี้ในบางกรณีจะมีการจ้างช่างภาพมืออาชีพ และนางแบบ นายแบบทั้งในและนอกสังกัดของกลุ่มบริษัทฯ

3) การจัดพิมพ์

รับรองความถูกต้อง

จ้างโรงพิมพ์ภายนอกในการจัดพิมพ์นิตยสาร โดยให้โรงพิมพ์เสนอราคามาเพื่อคัดเลือก จากนั้น กลุ่มบริษัทฯ และโรงพิมพ์จะวางแผนงานพิมพ์ร่วมกัน ก่อนเข้าสู่กระบวนการพิมพ์ และจัดจำหน่าย

ต้นทุนการผลิต

ค่าใช้จ่ายหลักในการผลิต คือ ค่ากระดาษ ค่าจ้างนางแบบ นายแบบ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสถานที่ใช้ในการถ่ายทำและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ค่าลิขสิทธิ์หนังสือจากต่างประเทศ ซึ่งจะบริหารต้นทุนให้สอดคล้องกับการวางรูปแบบและการนำเสนอการโฆษณาทั้งทางตรงและการโฆษณาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า

3.3.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

3.3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

4. ธุรกิจภาพยนตร์

4.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจภาพยนตร์เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ต้นทุนหลักในการผลิต ได้แก่

- ต้นทุนผลิต อยู่ที่ประมาณ 20-30 ล้านบาท
- ต้นทุนในการประชาสัมพันธ์ อยู่ที่ประมาณ 12 – 15 ล้านบาท

สำหรับระยะเวลาในการผลิตภาพยนตร์ 1 เรื่อง อยู่ในช่วงประมาณ 8 เดือน - 1 ปีครึ่ง แล้วแต่แผนงานว่าเป็นขนาดใด (เริ่มตั้งแต่การเขียนบทจนถึงระยะเวลาที่ภาพยนตร์เข้าฉาย)

ช่องทางในการขาย / รายได้ของภาพยนตร์ ได้แก่

1. รายได้จากการเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ ในระบบส่วนแบ่งจากบัตรเข้าชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพฯ โดยมีส่วนแบ่งระหว่างบริษัทผู้ผลิตและโรงภาพยนตร์ ที่ร้อยละ 50
2. รายได้จากการขายสิทธิ์ให้กับสายหนังในต่างจังหวัด
3. รายได้จากการขายสิทธิ์ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโฮม เอนเตอร์เทนเมนต์ ที่จะนำไปผลิตเป็นวีซีดี และดีวีดี
4. รายได้จากการขายสิทธิ์ในการแพร่ภาพทางเคเบิลทีวี
5. รายได้จากการขายสิทธิ์ให้ฟรีทีวี
6. รายได้จากการขายสิทธิ์ให้บริษัทในต่างประเทศ
7. รายได้จากการขายสปอนเซอร์จากสินค้าต่างๆ

ตลอดระยะเวลา 7 ปีที่ผ่านมา บริษัท จีทีเอช จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ มีเป้าหมายที่จะผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ โดยมีแผนที่จะผลิตภาพยนตร์ออกมามีตลาดอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยประมาณ 3 – 4 เรื่องต่อปี โดยมีลักษณะเนื้อหาแตกต่างกันออกไป อาทิเช่น ภาพยนตร์ตลก ภาพยนตร์รักโรแมนติก ภาพยนตร์โรแมนติคคอมมาดี้ ภาพยนตร์สยองขวัญ และภาพยนตร์แนวไซโค โดยบริษัท จีทีเอช จำกัด มีความพร้อมในด้านของบุคลากร ทีมงานที่มีความชำนาญ และมีการทำวิจัยตลาดและกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ ก่อนที่ลงทุนในแผนงานใหม่ๆ เสมอ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ภาพยนตร์ของบริษัท จีทีเอช จำกัด สามารถนำเสนอความแปลกใหม่และได้รับความนิยมจากผู้ชมภาพยนตร์ด้วยดีตลอดมา

4.2 การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาดที่กลุ่มบริษัทฯ ใช้ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านงานประชาสัมพันธ์ในการที่จะประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้ทั่วถึง ทั้งนี้เพื่อเป็นการดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเข้าชมภาพยนตร์ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์การตลาดของภาพยนตร์ โดยเน้นการวางงบประมาณ ในการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ให้เหมาะสม และเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพราะการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ก่อนนำออกฉาย มีความจำเป็น และสำคัญอย่างมากสำหรับธุรกิจ ภาพยนตร์ในปัจจุบันเพื่อให้ผู้ชมภาพยนตร์รับรู้ว่าภาพยนตร์กำลังจะออกฉายแล้ว และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ๆ ก็ถือว่ามีความสำคัญมาก

ภาวะการแข่งขัน

รายได้ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (เฉพาะ Box Office) ในปี 2556 ทำตัวเลขได้ดีกว่าปี 2555 อยู่ประมาณร้อยละ 8.2 โดยในปี 2555 ตลาดรวมทำได้ 4,216 ล้านบาท ขณะที่ปี 2556 รายได้รวมอยู่ที่ 4,562 ล้านบาท แบ่งออกเป็นภาพยนตร์ไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24 เป็นเงิน 1,087 ล้านบาท และภาพยนตร์ต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76 เป็นเงิน 3,475 ล้านบาท

ภาพยนตร์ไทยที่ออกฉายในปี 2556 มีจำนวน 25 เรื่อง ทำรายได้รวม (เฉพาะ Box Office) จำนวน 1,087 ล้านบาท ในส่วนของ บริษัท จีทีเอช จำกัด มีภาพยนตร์ออกฉายเพียงเรื่องเดียว คือ “พี่มาก.. พระโขนง” แต่สามารถทำรายได้สูงสุด Box Office ถึง 563 ล้านบาท ซึ่งเป็นภาพยนตร์ไทยที่สร้างรายได้ Box Office สูงสุดเป็นประวัติการณ์

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าเป้าหมายหลักของกลุ่มบริษัทฯ คือ กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการชมภาพยนตร์ ที่มีอายุระหว่าง 15 – 30 ปี

ผู้ประกอบการหลักในตลาดภาพยนตร์

ผู้ประกอบการหลักในธุรกิจภาพยนตร์ซึ่งได้สร้างผลงานภาพยนตร์ออกมาต่อเนื่อง ได้แก่ สหมงคลฟิล์ม จีทีเอช เอ็ม 39 พระนครฟิล์ม ไพว์สตาร์ และเอ็ม พิกเจอร์

แนวโน้มการแข่งขัน

สำหรับในปี 2557 นั้น คาดว่า มูลค่าตลาดรวมของภาพยนตร์ในประเทศจะยังคงเติบโตได้ เนื่องจากจะมีภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่จากต่างประเทศ ซึ่งมีความน่าสนใจเข้ามาฉายยังประเทศไทยหลายเรื่อง ในส่วนของ บริษัท จีทีเอช จำกัด มีแผนที่จะนำภาพยนตร์ออกฉาย จำนวน 3 เรื่อง โดยลูกค้าเป้าหมายหลักของ บริษัทฯ คือ กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการชมภาพยนตร์ที่มีอายุระหว่าง 15 – 30 ปี

รับรองความถูกต้อง

4.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

4.3.1 การจัดหาสินค้าซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

องค์ประกอบสำคัญสำหรับธุรกิจภาพยนตร์

1) บุคลากร

ได้แก่ ผู้เขียนบทภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพยนตร์ ถือว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการผลิตและสร้างสรรค์ผลงาน โดยกลุ่มบริษัทฯ มีบุคลากรที่รับผิดชอบดูแลการผลิตโดยรวมซึ่งฝีมือดีและทำงานกับบริษัทฯ มานาน

2) การคัดสรรนักแสดง

จะเน้นมากในเรื่องการคัด และเลือกนักแสดงให้ตรงกับลักษณะของตัวละครในบทภาพยนตร์แต่ละเรื่อง โดยมีนโยบายการสรรหานักแสดงจากทั้งนักแสดงในสังกัดจีทีเอช และนักแสดงอิสระที่สามารถสวมบทบาทได้เหมาะสม

3) ระยะเวลาในการผลิต

ในการผลิตภาพยนตร์แต่ละเรื่องนั้น ใช้เวลาประมาณ 1 ปี – 1 ปีครึ่ง โดยเริ่มตั้งแต่พล็อตภาพยนตร์ และพัฒนาต่อมาเป็นบทภาพยนตร์ร่างที่หนึ่งเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท หากผ่านการคัดเลือกด้วยคะแนนโหวตด้วยเสียงข้างมากจากที่ประชุมว่า ควรจะนำมาผลิตเป็นภาพยนตร์ก็จะมีบทแก้ไข และพัฒนาบทภาพยนตร์ดังกล่าวให้เป็นบทภาพยนตร์ที่สมบูรณ์ โดยขั้นตอนในการได้มาซึ่งบทภาพยนตร์ที่สมบูรณ์นี้จะใช้เวลาประมาณ 4-6 เดือน หลังจากได้บทภาพยนตร์ที่สมบูรณ์แล้วก็จะขั้นตอนของการเริ่มดำเนินการถ่ายทำโดยใช้เวลาในการถ่ายทำประมาณ 6-8 เดือนแล้วแต่ภาพยนตร์ หลังจากถ่ายทำเสร็จก็จะเป็นขั้นตอนในการตัดต่อภาพยนตร์ในห้องแล็บ อีกประมาณ 1-2 เดือน

4) ระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์

โดยปกติจะทำการประชาสัมพันธ์ก่อนนำภาพยนตร์ออกฉายประมาณ 1-2 เดือน โดยขึ้นอยู่กับชนิดของสื่อที่ใช้

4.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

4.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

รับรองความถูกต้อง

5. ธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรม

5.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรม เป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านการจัดงานกิจกรรมแบบครบวงจร ตั้งแต่การเสนอแนวความคิด จัดหาผู้รับเหมาในงานด้านต่างๆ และติดต่อประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถผลิตและบริหารงานให้สอดคล้อง ตรงตามความต้องการและจุดมุ่งหมายของลูกค้า โดยมี บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ เป็นผู้ดูแลและดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มบริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาด ให้บริการด้านความคิดสร้างสรรค์ และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สามารถสื่อสารทางการตลาดได้อย่างครบวงจรตามที่ลูกค้าต้องการ ทั้งงานกิจกรรมทางการตลาด งานด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
2. กลุ่มบริการด้านการผลิตและให้เช่า ให้บริการในการผลิตและจัดหาอุปกรณ์สำหรับจัดกิจกรรม จัดเตรียมระบบแสง เสียง เทคนิคพิเศษ การจัดสร้างเวที นิทรรศการ บริการให้เช่าอุปกรณ์กล้อง และเครื่องมือตัดต่อภาพและเสียง งานออกแบบและผลิตฉาก สำหรับรายการโทรทัศน์ รวมถึงการจัดเตรียมการแสดงและนำเข้าการแสดงพิเศษสำหรับงานกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับกิจกรรมนั้นๆ มากยิ่งขึ้น โดยร่วมมือกับบริษัทที่เป็นพันธมิตรในต่างประเทศทั่วโลก

ผลงานหลากหลายรูปแบบของกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรม ได้สร้างนวัตกรรมใหม่ให้แก่ภาคธุรกิจ ทั้งในแง่ของความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง โดยผลงานที่เกิดขึ้นได้รับการกล่าวถึงในวงกว้าง รวมทั้งเป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลจากทั้งในประเทศและต่างประเทศมากที่สุด ในวงการธุรกิจเดียวกัน

5.2 การตลาดและการแข่งขัน

5.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

- การบริหารงานบนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ (Creative Base Management)

โดยใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่ ในด้านความคิดสร้างสรรค์ เพื่อผลิตผลงาน อีกทั้งยังใส่ใจและพิจารณาในทุกๆ รายละเอียดของงานที่จะเกิดขึ้น ตั้งแต่การพัฒนาแนวความคิด การผลิต การจัดการ

รับรองความถูกต้อง

และบริหารกิจกรรม เพื่อให้ผลงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
แม่นยำ รวมทั้งสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นแก่กลุ่มเป้าหมาย

- ตอบสนองทุกความต้องการของงานสร้างสรรค์และบริหารกิจกรรม (Full -Service Live Branding)

กลุ่มบริษัท อินเดี็กซ์ มีการขยายธุรกิจเพื่อสนับสนุนและรองรับทุกความต้องการในการ
สร้างสรรค์และบริหารกิจกรรม มุ่งวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อเจาะลึกให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง
ได้มากขึ้น โดยชูจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือองค์กร เพื่อสร้างความสัมพันธ์และ
ประสบการณ์ร่วมเกี่ยวกับตราสินค้านั้นๆ และเน้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายในทุกๆ
กิจกรรมที่จัดขึ้น อีกทั้งยังมีโครงสร้างของทีมงานที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวรองรับงานกิจกรรม
ได้อย่างหลากหลายขนาดและรูปแบบ

- มอบความแปลกใหม่และความแตกต่าง (Innovative Event)

ด้วยการขยายเครือข่ายพันธมิตรในต่างประเทศกว่า 10 ราย ไม่ว่าจะเป็นบริษัทผู้รับจัดงาน
หรือผู้ผลิตอุปกรณ์ต่างๆ ทำให้กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรม สามารถพัฒนาและ
ปรับปรุงรูปแบบของบริการ ให้มีความแตกต่างทั้งในแง่ของความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งการนำ
เทคโนโลยีสมัยใหม่ อุปกรณ์เครื่องเล่น และการแสดงที่ไม่มีในประเทศ มาสร้างความแปลกใหม่
ให้กับกิจกรรมได้อย่างสม่ำเสมอ

- สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับงานของลูกค้า (Beyond Expectation)

งานกิจกรรมทางการตลาดที่กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรมสร้างขึ้น มิใช่เพียง
เพื่อการดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ให้มาใกล้ชิดกับตราสินค้า และสร้างประสบการณ์ตรงในการใช้สินค้า
นั้นๆ (Brand Experience) เพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการนำกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาผสมผสาน
และยังพัฒนาบริการทางด้านการขยายผลการรับรู้ถึงกิจกรรมให้กระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้
กว้างขวางยิ่งขึ้น เพื่อผลลัพธ์สูงสุดของการจัดกิจกรรม รวมทั้งมีการร่วมมือกับบริษัทที่มีชื่อเสียง
และความน่าเชื่อถือสูงในด้านการจัดทำวิจัย เพื่อวัดผลของการจัดกิจกรรมในเชิงความสามารถด้าน
การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และพิจารณาความคุ้มค่าของการลงทุนในการจัดกิจกรรมให้กับลูกค้าอย่าง
เป็นรูปธรรม

- การสร้างแบรนด์ (Brand Awareness)

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้กลุ่มบริษัท อินเดี็กซ์ ได้รับคัดเลือกเข้าไปเสนองาน คือ ชื่อเสียงและ
ภาพพจน์ขององค์กร กรณีที่มีการคัดเลือกผู้จัดงานสำหรับกิจกรรมขนาดใหญ่ กลุ่มบริษัท อินเดี็กซ์
ยังครองความได้เปรียบในเชิงภาพลักษณ์แห่งความเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาด
ที่โดดเด่น โดยเฉพาะการจัดงานขนาดใหญ่ หรืองานระดับประเทศที่มีการกล่าวถึงในวงกว้าง อีกทั้ง

รับรองความถูกต้อง

ผู้บริหารของบริษัทยังเป็นที่ยอมรับในแวดวงสถาบันการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย รวมทั้งบริษัทเอกชน โดยได้รับเชิญให้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการบรรยายต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังต่อไปนี้

- 1) กลุ่มธุรกิจเอกชน เป็นกลุ่มเป้าหมายและลูกค้าหลัก โดยลูกค้ากลุ่มนี้มีความต้องการที่จะเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด บริการหลักที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมทางการตลาด และการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า อาทิ การเปิดตัวสินค้าหรือบริการ การส่งเสริมการขาย การจัดเลี้ยงให้กับตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น ลูกค้าในกลุ่มนี้มีทั้งผู้ประกอบการข้ามชาติ เช่น ยูนิลีเวอร์ แอมเวย์ เซฟโรเลต และผู้ประกอบการในประเทศที่ส่วนใหญ่เป็นบริษัท และกลุ่มบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ เช่น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัทในเครือซิเมนต์ไทย บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด บริษัท ดับเบิ้ลเอ จำกัด และบริษัท โคคา-โคล่า (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น ซึ่งบริษัทเหล่านี้ต้องการบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือจากผลงานที่ผ่านมา และมีความสามารถทั้งในด้านการคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ และสามารถผลิตงาน ทำให้เกิดขึ้นจริงได้ตามรูปแบบที่ต้องการ
- 2) หน่วยงานของรัฐ เป็นลูกค้าที่ต้องการจัดกิจกรรมเพื่อสื่อสารกับประชาชน ซึ่งอาจเป็นการจัดกิจกรรมในรูปของงานนิทรรศการ กิจกรรมพิเศษต่างๆ กิจกรรมการประชุม หรือการสัมมนา ระดับนานาชาติ ตัวอย่างของลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ กระทรวงพลังงาน กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ ต้องการบริษัทที่สามารถให้บริการได้ครบวงจร ทั้งการจัดกิจกรรมต่างๆ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งกลุ่มบริษัทอินเด็กซ์ สามารถให้บริการได้อย่างครบถ้วน

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรม จะเป็นลักษณะของการเสนอและจัดงานผ่านบริษัทโฆษณา และการเสนอและจัดงานโดยตรงให้กับลูกค้า ใน 3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรม ไม่มีสัดส่วนการเสนอและจัดงานให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวม เนื่องมาจากลักษณะการรับงานครอบคลุมการให้บริการกับธุรกิจเอกชนหลายส่วนงานแตกต่างกันออกไปตามประเภทของลูกค้าที่มีการว่าจ้าง

รับรองความถูกต้อง

นโยบายการกำหนดราคา

การกำหนดราคาของ กลุ่มบริษัท อินเดี็กซ์ จะพิจารณาจากระดับความยากง่ายของงาน ระยะเวลาในการดำเนินการ ต้นทุนการดำเนินการด้านต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการจัดกิจกรรม และบวกกำไรส่วนเพิ่มในการกำหนดราคาของงาน เพื่อเสนอต่อลูกค้า

ช่องทางการให้บริการ

กลุ่มบริษัท อินเดี็กซ์ ได้รับคัดเลือกในการจัดและบริหารกิจกรรมผ่าน 2 ช่องทาง ดังต่อไปนี้

1) ผ่านการเข้าเสนอแผนงาน (Pitch)

กลุ่มบริษัท อินเดี็กซ์ มีทีมงานส่วนงานการตลาดและบริหารลูกค้า (Strategic Event Planning) ที่รับผิดชอบติดตามการเคลื่อนไหวของตลาด และเสาะหาลูกค้าใหม่ๆ เพื่อแนะนำให้รู้จักกับบริการ โดยลูกค้าจะเชิญกลุ่มบริษัท อินเดี็กซ์ เข้าร่วมเสนอแผนงานแข่งกับผู้รับจัดกิจกรรมรายอื่นๆ พร้อมกับรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายเดิมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทราบถึงแผนงานการจัดกิจกรรมด้านการตลาด และเสนอแนวคิดในการจัดกิจกรรมใหม่ๆ แก่ลูกค้า โดยส่วนใหญ่กลุ่มบริษัท อินเดี็กซ์ จะได้รับเลือกให้จัดงานโดยไม่ต้องผ่านกระบวนการเสนอแผนงาน

2) ผ่านทางสายสัมพันธ์ (Strategies Partner)

งานที่ได้รับส่วนใหญ่มาจากสายสัมพันธ์ทางธุรกิจ มากกว่าการเข้าเสนอแผนงานแข่งกับคู่แข่ง เนื่องจากเป็นผู้ร่วมทุน โดยเฉพาะกลุ่มจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ โดยกลุ่มบริษัท อินเดี็กซ์ และพันธมิตรจะคำนึงถึงคุณภาพของผลงานเป็นปัจจัยหลักถึงแม้จะเป็นธุรกิจที่ได้จากสายสัมพันธ์ทางธุรกิจ

5.2.2 สภาพการแข่งขัน

ในธุรกิจการบริหารกิจกรรมนั้นถึงแม้จะมีผู้ประกอบการจำนวนมากถึง 200 บริษัท แต่ส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดเล็กมีพนักงานไม่เกิน 20 คน และบริษัทที่มีพนักงานไม่เกิน 50 คน มีอยู่เพียง 25 บริษัท สำหรับบริษัทที่มีพนักงานเกินกว่า 50 คน ก็มีไม่ถึง 10 บริษัท ดังนั้นโดยภาพรวมของตลาด การแข่งขันในธุรกิจนี้จึงมีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดตามขนาดของบริษัทอย่างชัดเจน และเมื่อมองถึงบริษัทที่สามารถให้บริการได้อย่างครบวงจร ทั้งในส่วนของการสร้างสรรค์และผลิตงาน รวมถึงการให้เช่าอุปกรณ์ต่างๆ ก็มีเพียงกลุ่มบริษัท อินเดี็กซ์ เท่านั้น ที่สามารถให้บริการได้อย่างครบวงจร จึงถือว่าการแข่งขันยังไม่รุนแรงมากนัก

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สำหรับแนวโน้มของตลาดในปี 2557 ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะปัจจุบันการจัดกิจกรรมทางการตลาดมิได้จำกัดเพียงแค่ในภาคธุรกิจเอกชนเท่านั้น แต่ยังได้ขยายตัวไปในภาครัฐอีกด้วย โดยในหลายหน่วยงานราชการ ได้มีการใช้การจัดกิจกรรมต่างๆ มากขึ้น เพื่อเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลให้แก่ประชาชน รวมทั้งสนับสนุนงาน นโยบายต่างๆ ของภาครัฐ และสืบเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ธุรกิจภาคเอกชนมีความต้องการใช้สื่อหรือกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความคุ้มค่าในการใช้งบประมาณทางการตลาด นอกจากนั้นแนวโน้มการใช้กิจกรรมทางการตลาดยังเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านของวงเงินและขนาดของกิจกรรมอีกด้วย ในด้านการแข่งขันนั้นบริษัทที่มีขนาดองค์กรขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงจะมีโอกาสในการรับงานมากกว่าบริษัทขนาดกลางและเล็ก ซึ่งในตลาดมีบริษัทที่มีขนาดใหญ่เพียงแค่ 3 บริษัท ทำให้การแข่งขันในธุรกิจนี้ไม่รุนแรงมาก นอกจากนี้ เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับการเปิดเสรีตลาดอาเซียนในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า บริษัทจะขยายธุรกิจออกไปยังตลาดต่างประเทศอีกด้วย

5.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

5.3.1 การจัดหาสินค้าซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

องค์ประกอบสำคัญสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรม

1) บุคลากร

บุคลากร มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการผลิตและสร้างสรรค์ผลงาน โดยกลุ่มบริษัทฯ จะมีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรอย่างชัดเจน ทั้งในส่วนที่รับผิดชอบในด้านการออกแบบ การคิดสร้างสรรค์ และการบริหารจัดการ ทำให้งานกิจกรรมที่เกิดขึ้นประสบความสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์และความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และแนวทางการตลาดอย่างมาก โดยจัดให้มีการอบรมและสัมมนา ให้กับบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ในด้านหลักสูตร ความรู้และข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของกิจกรรม ทำให้บุคลากรสามารถสร้างสรรค์งานกิจกรรมบนพื้นฐานแนวคิดและกลยุทธ์ทางการตลาด

2) เครื่องมือและอุปกรณ์ในการจัดงาน

เครื่องมือและอุปกรณ์ในการจัดงาน อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการจัดงานกิจกรรมส่วนใหญ่จะประกอบไปด้วยอุปกรณ์แสง เสียง และเทคนิคต่างๆ อุปกรณ์กล้องและเครื่องมือตัดต่อภาพและเสียง อุปกรณ์เครื่องเล่น อุปกรณ์จัดเลี้ยง อุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น พัดลม

รับรองความถูกต้อง

เด่นที่ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่กลุ่มบริษัทฯ เป็นเจ้าของ เพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างครบวงจร ทั้งนี้ อุปกรณ์ต่างๆ จะมีการผลิต จัดซื้อ หรือนำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ทำการเช่าหรือสั่งทำจากบริษัทคู่ค้า ได้แก่ อุปกรณ์โครงสร้างฉากและเวทีขนาดใหญ่ รวมทั้งยานพาหนะสำหรับใช้ในงาน โดยกลุ่มบริษัท อินเด็คซ์ มีนโยบายที่เข้มงวดในการควบคุมคุณภาพของอุปกรณ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ เพื่อเกิดความเป็นเลิศในการให้บริการ

ต้นทุนการผลิต

เนื่องจาก กลุ่มบริษัท อินเด็คซ์ มีการให้บริการที่ครบวงจร ดังนั้นค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายที่อยู่ภายในกลุ่มบริษัท อินเด็คซ์ ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและแม่นยำ รวมทั้งทำให้เงินหมุนเวียนอยู่ภายในกลุ่ม และอยู่ในสภาพคล่องตัว เพราะต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายให้บริษัทนอกกลุ่ม มีเป็นสัดส่วนที่น้อยกว่า

5.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

5.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

6. ธุรกิจแอนิเมชัน

6.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจแอนิเมชัน (Animation Business) เป็นธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ ประเภทการ์ตูนแอนิเมชัน ซึ่งถ่ายทอดทางฟรีทีวี โดยมีต้นแบบของแอนิเมชันมาจากศิลปินยอดเยี่ยมระดับประเทศ “ธงชัย แมคอินไตย์” หรือที่เป็นที่รู้จักกันในชื่อ “พี่เบิร์ด” ภายใต้ชื่อเรื่อง “เบิร์ดแลนด์ แดนมหัศจรรย์”

“เบิร์ดแลนด์” เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นให้ความบันเทิงไปพร้อมกับสาระความรู้แก่เด็กๆ ทั่วโลกผ่านเสียงดนตรี ความสนุกสนาน และเรื่องราวของการผจญภัย เพื่อจุดประกายให้เด็กๆ มีความใฝ่รู้ ช่างสังเกต รวมไปถึงปลูกฝังในเรื่องของมิตรภาพ ความสามัคคี และการเผชิญหน้ากับปัญหา หัวใจหลักที่การ์ตูนแอนิเมชันเรื่องนี้ต้องการนำเสนอ คือ มิตรภาพระหว่างเพื่อน การทำงานร่วมกัน ความช่างรู้ช่างสังเกต และการช่วยสร้างสรรค์โลกให้ดีขึ้น และอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

6.2 การตลาด และภาวะการแข่งขัน

6.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

- ช่วงเวลาออกอากาศ

เนื่องจาก “เบิร์ดแลนด์” มีเนื้อหารายการที่น่าสนใจ และการเป็นพันธมิตรที่ดีกับเจ้าของสถานีโทรทัศน์ที่ทำให้กลุ่มบริษัทฯ ได้ช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมกับเนื้อหารายการ และกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งช่องที่รายการได้ออกอากาศเป็นช่องที่มียอดชมอันดับหนึ่งของประเทศซึ่งมีผลโดยตรงต่อความนิยมของรายการ และอัตราค่าโฆษณาที่บริษัทฯ จะได้รับ

- การผสมผสานระหว่างความรู้และความบันเทิง

“เบิร์ดแลนด์” เป็นแอนิเมชันที่มีเนื้อหาที่ให้ทั้งสาระและความบันเทิง เนื่องจากเป็นแอนิเมชันสำหรับเด็ก และเพิ่มเนื้อหาที่มีสาระเข้าไปทำให้รายการน่าสนใจ และได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครองมากยิ่งขึ้น เนื่องจากรายการสำหรับเด็กที่สามารถให้ทั้งสาระและความบันเทิง กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ปกครอง

ลักษณะลูกค้า และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของธุรกิจแอนิเมชันเป็นกลุ่มลูกเดียวกับธุรกิจสื่อโทรทัศน์ ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

รับรองความถูกต้อง

- 1) กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณา (Agency) บริษัทโฆษณาจะซื้อเวลาโฆษณาจากผู้ผลิตรายการ และจะเป็นผู้เสนอการจัดสรรและวางแผนการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้า
- 2) ลูกค้าโดยตรง (Direct Customer) เป็นกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ที่ซื้อเวลาโฆษณาจากผู้ผลิตรายการโดยตรง

การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

1) ช่องทางการขายภายในประเทศ

เช่นเดียวธุรกิจสื่อโทรทัศน์ ช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มธุรกิจแอนิเมชันจะเป็นลักษณะของการผ่านบริษัทโฆษณามากกว่าร้อยละ 70 ของยอดขาย และขายตรงให้กับลูกค้าประมาณร้อยละ 30 ของยอดขาย และใน 3 ปีที่ผ่านมากลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์ไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใด รายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมของธุรกิจ

2) ช่องทางการขายในต่างประเทศ

บริษัทฯ ได้นำแอนิเมชัน “เบิร์ตแลนด์” ไปแนะนำในงาน MIPTV ณ เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส เมื่อเดือนเมษายน 2553 ซึ่งได้รับการตอบรับจากตัวแทนจำหน่ายการ์ตูนทีวีทั่วโลกที่ให้ความสนใจเป็นตัวแทนจำหน่ายการ์ตูนเบิร์ตแลนด์ให้กับบริษัทฯ นอกจากนี้ ยังมีการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบดีวีดี และสินค้าเมอร์เชนด์ไส์ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีทั้งจากในประเทศและตลาดโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ทั่วโลก

6.2.2 แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สำหรับแนวโน้มของตลาดในปี 2557 บริษัทฯ เชื่อว่าธุรกิจแอนิเมชันยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยเนื้อหาของรายการที่น่าสนใจและตรงกับความต้องการของผู้ชม ทั้งเด็กและผู้ปกครอง นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาเนื้อหาให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป และเข้ากับเหตุการณ์ปัจจุบัน รวมถึงการแทรกข้อคิดที่ดี และการปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีให้กับเด็กๆ และเยาวชน ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากทั้งในและต่างประเทศ

6.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

6.3.1 การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

1) การผลิตแอนิเมชัน

ในการผลิตแอนิเมชันเรื่องนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้ร่วมมือกับพันธมิตร บริษัท เซลล์อัท เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ที่มีความชำนาญในการสร้างแอนิเมชันจนโด่งดังในระดับประเทศ

รับรองความถูกต้อง

มาแล้ว โดยมีต้นแบบของแอนิเมชันมาจากศิลปินยอดเยี่ยมระดับประเทศ “ธงชัย แมคอินไตย์” หรือที่เป็นที่รู้จักกันในชื่อ “พีเบิร์ด” เป็นตัวการ์ตูนหลักในการดำเนินเรื่อง และมีตัวการ์ตูนอื่นๆ ที่แสดงถึงเด็กในบุคลิกลักษณะที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นการเปิดกว้างทางด้านความคิดให้กับผู้ชม

2) คนตรี และเพลงประกอบแอนิเมชัน

รายการแอนิเมชันที่น่าสนใจ มักจะต้องประกอบด้วยคนตรีและเพลงที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญ ในฐานะที่เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจทางด้านเพลงอยู่แล้ว ในส่วนของการผลิตคนตรีและเพลงจึงเป็นองค์ประกอบที่บริษัทฯ สามารถทำได้ ไม่จำเป็นต้องจ้างบริษัทภายนอกทำซึ่งจะมีผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

6.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

6.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

7. ธุรกิจโฮม ช้อปปิ้ง

7.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจโฮม ช้อปปิ้ง (Home Shopping) เป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย แบบตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้แม้อยู่ภายในบ้านของตนเอง บริหารงานโดย บริษัท จีเอ็มเอ็ม ซีเจ โอ ช้อปปิ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ซีเจ โอ ช้อปปิ้ง จำกัด จากประเทศเกาหลีใต้

เพื่อบ่มบ่มจะเป็นผู้นำช่องโฮม ช้อปปิ้งอันดับหนึ่งของเมืองไทย ด้วยการสร้างปรากฏการณ์การนำเสนอรายการช่องโฮม ช้อปปิ้งรูปแบบที่สามารถตอบโต้ได้ (Interaction) ที่เหนือกว่า สดใหม่ ไม่เหมือนใคร ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบบตรงไปตรงมาทุกแง่มุม เรียกได้ว่าเป็นช่อง Shopforainment (“Shopping” “Information” “Entertainment”) พร้อมด้วยคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรมาอย่างดี เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง ได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภค ทั้งยังเน้นบริการการจัดส่งที่สะดวกและรวดเร็วครบทุกความต้องการ พร้อมเสนอทางเลือกในการชำระเงินที่หลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงเสนอสินค้าและบริการที่ได้รับความเชื่อถือเป็นแบรนด์ระดับโลก และเข้าถึงกลุ่มผู้ชมแทบทุกกลุ่ม

7.2 การตลาด และภาวะการแข่งขัน

7.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

1) รูปแบบการนำเสนอสินค้าที่น่าสนใจ

เป็นความร่วมมือทางธุรกิจของ 2 บริษัท ซึ่งบริษัทฯ เล็งเห็นว่ารูปแบบการนำเสนอสินค้าที่แปลกใหม่ จะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจโฮม ช้อปปิ้งให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ด้วยความชำนาญในการดำเนินธุรกิจบันเทิง บริษัทฯ จึงใช้ผู้ดำเนินรายการที่มีความชำนาญ และมีทักษะในการเสนอขายสินค้า ประกอบกับการสาธิตสินค้าในรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย แบบที่ไม่เคยมีคู่แข่งทำมาก่อน ซึ่งการสาธิตสินค้าในรูปแบบใหม่นี้ ช่วยให้ผู้ลูกค้าเห็นถึงจุดขายของสินค้า อันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในที่สุด

2) การคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ เน้นสินค้าที่ได้รับการการันตีคุณภาพทั้งในและต่างประเทศ อาทิ ลาเนจ ชาร์ป โตชิบา ทีฟาล์ว โซนี่ ฯลฯ โดยจำหน่ายสินค้าประเภท ผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในบ้าน เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้า อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ และสินค้าในหมวดอิเล็กทรอนิกส์

3) ระบบการจัดการการส่งสินค้า (Logistic) ที่มีประสิทธิภาพ

รับรองความถูกต้อง

บริษัทฯ มีพันธมิตรที่แข็งแกร่งในการขนส่งสินค้าไปยังมือลูกค้าทั่วประเทศ โดยมีนโยบายการขนส่งสินค้าในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล ชลบุรี ระยอง อโยธยา ซึ่งจะได้รับสินค้าภายในระยะเวลาเพียง 3 วัน และครอบคลุมทั่วประเทศภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 วัน ทำการจัดส่งตั้งแต่วันจันทร์ – เสาร์ สำหรับการจัดส่งในเขตกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง ได้เตรียมรถ โอ ซ้อปิ้ง เคลิเวอร์ จำนวนกว่า 20 คัน และมอเตอร์ไซค์อีก 50 คัน ไว้บริการเพื่อความสะดวกรวดเร็วที่เหนือกว่า และถึงมือผู้รับอย่างถูกต้องแม่นยำ เนื่องจากจัดส่งสินค้าของ โอ ซ้อปิ้งทั้งหมดได้รับการติดตั้งระบบจีพีเอสในการระบุตำแหน่งทุกคัน เพื่อป้องกันและติดตามหากสินค้าสูญหาย ไม่เพียงเท่านั้นเพื่อการจัดส่งที่ถูกต้อง บริษัทฯ ได้นำระบบพีดีเอ สแกนเนอร์แบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มาใช้ เพื่อช่วยให้การขนส่งถูกต้องและแม่นยำที่สุด

4) การชำระเงินเมื่อได้รับสินค้า

เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในบริษัทฯ ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของธุรกิจ โอ ซ้อปิ้ง บริษัทฯ จึงให้บริการ “รับของก่อนจ่าย” ด้วยบริการส่งสินค้าถึงมือลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่าได้รับสินค้าอย่างถูกต้องและสมบูรณ์ ก่อนชำระเงินกับพนักงานเคลิเวอร์ของโอ ซ้อปิ้ง ซึ่งเป็นบริการที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน

ลักษณะลูกค้า และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ โอ ซ้อปิ้ง คือคนที่มีความสนใจในสินค้าที่มีคุณภาพ แต่ไม่มีเวลาไปซื้อ ซึ่งธุรกิจนี้มีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มแม่บ้านอายุ 30-50 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ

การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางหลักในการจำหน่ายของธุรกิจ โอ ซ้อปิ้ง คือการรับชมช่อง โอ ซ้อปิ้ง ทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมระบบซีแบนด์ และเคยูแบนด์ รวมทั้งเคเบิลทีวีทั่วประเทศ หรือเข้าเว็บไซต์ของบริษัท ที่ www.oshoppingtv.com สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกวัน ด้วยการโทรสั่งสินค้าที่เบอร์ติดต่อ 0 2817 9999 และยังมีช่องทางที่จัดให้มีกิจกรรมร่วมสนุกตลอดวันกับ www.facebook.com/oshoppingtv อีกด้วย

7.2.2 แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในปี 2557 ธุรกิจทีวีดิจิทัลจะเป็นที่จับตามองอย่างมาก ทำให้เกิดกระแสความสนใจต่อการบริโภคสื่อของคนในประเทศไปในทางที่ดี ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจ โอ ซ้อปิ้ง เนื่องจากการออกอากาศของรายการจะสามารถครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น และคาดว่าจะการแข่งขัน

จะคู่เคียงกันขึ้นเช่นกัน โดยที่ตลาดรวมมีแนวโน้มที่จะโตขึ้นซึ่งคาดว่ามูลค่าตลาดจะอยู่ที่ประมาณ 5 พันล้านบาท

7.2.3 คู่แข่งในธุรกิจ

ผู้ประกอบการหลักในธุรกิจโฮม ช็อปปิ้ง ณ สิ้นปี 2556 มีจำนวน 6 ราย ได้แก่ ทีวีไคเร็ค 1,577 ช็อปปาเนล ทูชี่เล็ก ไทเกอร์ ช็อปปิ้ง และโอ ช็อปปิ้ง

7.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

7.3.1 การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

1) การคัดสรรสินค้าคุณภาพ

บริษัทฯ ใส่ใจในสินค้าที่เลือกมาจำหน่ายให้กับลูกค้า นอกจากการเน้นสินค้าที่ได้รับการันตีคุณภาพแล้ว บริษัทฯ ได้มีหน่วยงานที่คอยคัดสรรสินค้าประเภทใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และสามารถตอบทุกความต้องการซื้อของลูกค้าในทุกกลุ่มได้ อีกทั้งยังมีหน่วยงานที่คอยกำกับและดูแลในเรื่องคุณภาพ โดยทุกสินค้าที่ผ่านการคัดเลือกเข้ามาจะต้องมีหน่วยงานทดลองใช้จริง เพื่อความมั่นใจในคุณภาพของสินค้านั้นๆ ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้ากับบริษัทฯ จึงสามารถมั่นใจได้อย่างเต็มที่

2) พิธีกร และการนำเสนอสินค้า

บริษัทฯ ได้คัดเลือกพิธีกรที่มีทักษะในการนำเสนอสินค้า และมีบุคลิกภาพเหมาะสมซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบในการขายที่บริษัทฯ อีกทั้งมีการนำเสนอสินค้าในรูปแบบที่ไม่เคยมีบริษัทใดทำมาก่อน เช่น การสาธิตสินค้าแบบใช้จริง ซึ่งแสดงถึงจุดเด่นของสินค้าได้อย่างชัดเจน ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าใจสินค้าได้ง่าย และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

7.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

7.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

8. ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม




8.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม แบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนหลักๆ คือ

1. ธุรกิจแพลตฟอร์มโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม “GMM Z” เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนมีนาคม 2555 เป็นการจัดจำหน่ายกล่องรับสัญญาณดาวเทียม โดย GMM Z มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ เช่น กล่อง GMM Z HD สำหรับกลุ่มลูกค้าระดับบน ซึ่งต้องการช่องความคมชัดสูง (High Definition) หรือต้องการรับชมบริการบอกรับสมาชิก (เพย์ทีวี) กล่อง GMM Z Smart สำหรับกลุ่มลูกค้าระดับกลางและต้องการรับชมบริการบอกรับสมาชิก (เพย์ทีวี) และกล่อง GMM Z Mini สำหรับรองรับลูกค้าที่มีงบประมาณจำกัด และต้องการเปลี่ยนวิธีการรับชมโทรทัศน์จากเสาข้างปลามาเป็นโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม
2. ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ซึ่งเป็นธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โดยในการผลิตแต่ละช่องมีต้นทุนไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา เนื่องจากรัศมีของสัญญาณดาวเทียมสามารถส่งสัญญาณออกอากาศได้ครอบคลุมหลายพื้นที่ทั้งในและต่างประเทศ โดยผู้ลงทุนไม่ต้องเสียเวลาติดตั้งเสาส่งสัญญาณ เพียงพัฒนาเนื้อหาหรือรายการที่ออกอากาศ และขอใบอนุญาตส่งสัญญาณโทรทัศน์ ก็สามารถให้บริการได้

กลุ่มบริษัทฯ ได้ผลิตรายการเพื่อออกอากาศผ่านดาวเทียมไทยคม แยกได้ 2 ประเภท คือ

- 2.1) รายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่สามารถรับชมได้ทุกแพลตฟอร์ม รวม 9 ช่อง ดังนี้

ช่องแกรมมี่	ประเภทรายการ	กลุ่มเป้าหมาย	ออกอากาศครั้งแรก
Fan TV 	เพลงไทยลูกทุ่งทันสมัย	ทุกเพศ ทุกวัย	ตุลาคม 2551
Bang Channel 	รายการวาไรตี้ตามไลฟ์สไตล์วัยรุ่น	ฟรีทีน วัยรุ่น	กุมภาพันธ์ 2552
Green Channel 	รายการวาไรตี้ทอล์ค รายการเพลงร่วมสมัย และคอนเสิร์ตที่หาดูได้ยาก และรายการตามไลฟ์สไตล์คนทำงาน	คนทำงาน วัยรุ่น	มีนาคม 2552

รับรองความถูกต้อง

ช่องแกรมมี่	ประเภทรายการ	กลุ่มเป้าหมาย	ออกอากาศครั้งแรก
Acts Channel 	ละคร ชিতคอม วาไรตี้บันเทิง	ทุกเพศ ทุกวัย	เมษายน 2552
GMM Music 	เพลงไทยสากลทันสมัย	ทุกเพศ ทุกวัย	มีนาคม 2555
GMM One 	รายการวาไรตี้	ทุกเพศ ทุกวัย	พฤศจิกายน 2555
Money Channel* 	รายการเกี่ยวกับการเงิน การลงทุน	คนทั่วไป และวัยทำงาน ที่ความสนใจเรื่องเกี่ยวกับการเงินและการลงทุน	ตุลาคม 2552
Saranair Channel** 	วาไรตี้ คอมเมดี้	ทุกเพศ ทุกวัย	ตุลาคม 2553
JKN Channel*** 	ละครซีรีส์จากประเทศเกาหลี และญี่ปุ่น	ทุกเพศ ทุกวัย	เมษายน 2554

* ร่วมถือหุ้นกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในสัดส่วนร้อยละ 50 ผ่านบริษัท แฟมมิลี โนฮาว จำกัด

** ร่วมถือหุ้นกับบริษัท ลักซ์ 666 จำกัดในสัดส่วนร้อยละ 25 ผ่านบริษัท ลักซ์ แซทเทลไลท์ จำกัด โดยผ่านบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ

*** ร่วมถือหุ้นกับบริษัท เอสทีจี มัลติมีเดีย จำกัดในสัดส่วนร้อยละ 50

รับรองความถูกต้อง

2.2) รายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่สามารถรับชมได้เฉพาะแพลตฟอร์ม GMM Z (ฟรีทูบ็อกซ์)
รวม 6 ช่อง ทั้งระบบความคมชัดสูง (HD) และความคมชัดปกติ (SD) ดังต่อไปนี้

ช่องแกรมมี่	ประเภทรายการ	กลุ่มเป้าหมาย	ออกอากาศครั้งแรก
Z Oke 	รายการเพลงคาราโอเกะ 24 ชั่วโมง	ทุกเพศ ทุกวัย	ธันวาคม 2556
NAT GEO Wild 	รายการสารบันเทิง เกี่ยวกับชีวิตสัตว์โลก	ทุกเพศ ทุกวัย	มีนาคม 2555
Fox Thai 	รายการซีรีส์และรายการดั่งจากอเมริกา เสียงภาษาไทย	ทุกเพศ ทุกวัย	สิงหาคม 2556
GTH On Air ^{+,++} 	รายการซีรีส์และภาพยนตร์จากค่ายหนังจีทีเอช	ทุกเพศ ทุกวัย	พฤศจิกายน 2556
GMM Football Max  - รับชมได้เฉพาะกล่อง GMM Z HD เท่านั้น	รายการกีฬาฟุตบอล	ทุกเพศ ทุกวัย	กันยายน 2555
GMM Sport Extra 	รายการกีฬา	คนทั่วไปที่มีความสนใจในกีฬา	สิงหาคม 2555

⁺ ร่วมถือหุ้นกับบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (บริษัทย่อยของบริษัทฯ) และบริษัท อิมเมจ พับลิชชิ่ง จำกัด (บริษัทย่อยของบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ) ในสัดส่วนร้อยละ 30

⁺⁺ เดิมชื่อช่อง Play Channel เริ่มออกอากาศเมื่อเดือนพฤษภาคม 2554

รับรองความถูกต้อง

โดยการรับชมช่องรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่สามารถรับชมได้เฉพาะแพลตฟอร์ม GMM Z จะแบ่งตามรูปแบบของกล่องรับสัญญาณดาวเทียม ดังนี้

รูปแบบกล่องรับสัญญาณดาวเทียม	ช่องแกรมมี่	ระบบ	จำนวนช่อง
Mini 	- Z Oke - GTH On Air	- SD - SD	2
Smart 	- Z Oke - GTH On Air - Fox Thai - NAT GEO Wild - Sport Extra	- SD - SD - SD - SD - SD	5
HD 	- Z Oke - GTH On Air - Fox Thai - NAT GEO Wild - Sport Extra - Football Max	- HD - HD - SD - HD - HD - HD	6

3. ธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก (แพย์ทีวี) เป็นธุรกิจใหม่ของกลุ่มบริษัทฯ ที่เปิดตัวพร้อมกับธุรกิจแพลตฟอร์มโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โดยเป็นการซื้อสิทธิในการแพร่ภาพและเสียงจากเจ้าของรายการหรือผู้ที่ได้รับสิทธิในประเทศไทย เพื่อนำมาจำหน่ายต่อให้กับผู้ที่รับชมโทรทัศน์ผ่านกล่องรับสัญญาณดาวเทียมของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งมีทั้งหมด 31 ช่อง (ไม่รวมช่องฟรีทูบ็อกซ์ 6 ช่อง) โดยแบ่งเป็น 2 แพคเกจ คือ แพคเกจโกลด์ ราคา 199 บาทต่อเดือน หรือ 1,499 บาทต่อปี (ความคมชัดปกติ (SD) จำนวน 9 ช่อง และความคมชัดสูง (HD) จำนวน 3 ช่อง) และแพคเกจแพลทินัม ราคา 499 บาทต่อเดือน หรือ 4,999 บาทต่อปี (ความคมชัดปกติ (SD) จำนวน 27 ช่อง และความคมชัดสูง (HD) จำนวน 4 ช่อง) ดังนี้













_____ รับรองความถูกต้อง

แพ็คเกจโกลด์	แพ็คเกจแพลตินัม	ระบบ	ประเภทรายการ	กลุ่มเป้าหมาย
NAT GEO Adventure 	NAT GEO Adventure 	SD	รายการสารบันเทิงเกี่ยวกับการผจญภัยในโลกกว้าง	คนทั่วไป
Nick Jr. 	Nick Jr. 	SD	รายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน	เด็กก่อนวัยเรียน 2-7 ปี
	Baby TV 	SD	รายการสำหรับเด็กเล็กวัยไม่เกิน 4 ปี	เด็กอายุ 0-4 ปี
Warner TV 	Warner TV 	SD	รายการซีรีส์จากต่างประเทศ	คนทั่วไป
StarWorld HD 	StarWorld HD 	HD	รายการวาไรตี้จากต่างประเทศ	คนทั่วไป
StarWorld HD  -ออกอากาศเป็นระบบ SD สำหรับกล่อง GMM Z Smart	StarWorld HD  - ออกอากาศเป็นระบบ SD สำหรับกล่อง GMM Z Smart	SD	รายการวาไรตี้จากต่างประเทศ	คนทั่วไป
M Channel 	M Channel 	SD	รายการวาไรตี้จากประเทศเกาหลี	คนทั่วไป
	Fox Action Movies HD 	HD	ภาพยนตร์แอคชั่น 24 ชั่วโมง	คนทั่วไป

รับรองความถูกต้อง

แพ็คเกจโกลด์	แพ็คเกจแพลตินัม	ระบบ	ประเภทรายการ	กลุ่มเป้าหมาย
	Fox Action Movies HD  - ออกอากาศเป็นระบบ SD สำหรับกล่อง GMM Z Smart	SD	ภาพยนตร์แอคชั่น 24 ชั่วโมง	คนทั่วไป
	Fox Crime 	SD	รายการซีรีส์แนวสืบสวน สอบสวน	คนทั่วไป
	FX 	SD	รายการซีรีส์และภาพยนตร์ แอคชั่น	คนทั่วไป
	Stargold 	SD	ภาพยนตร์บอลลีวูดจาก ประเทศอินเดีย	คนทั่วไป
	Starplus 	SD	รายการซีรีส์ เรียลลิตี้และ บันเทิงทั่วไปจากประเทศ อินเดีย	คนทั่วไป
	Star Chinese Movie 	SD	ภาพยนตร์จากประเทศจีน ได้หวันและฮ่องกง	คนทั่วไป
	Star Chinese Movie Legend 	SD	ภาพยนตร์จีนคลาสสิกตั้งแต่ ยุค 70 ยุค 80 และยุค 90	คนทั่วไป
	Star Chinese 	SD	รายการวาไรตี้จากประเทศ ไต้หวัน	คนทั่วไป
	Fox News 	SD	รายการข่าวที่น่าสนใจทุก ประเด็นสำคัญจากทุกมุมโลก	คนทั่วไป

รับรองความถูกต้อง

แพ็คเกจโกลด์	แพ็คเกจแพลตินัม	ระบบ	ประเภทรายการ	กลุ่มเป้าหมาย
	Sky News 	SD	รายการข่าว 24 ชั่วโมงที่นำเสนอข่าวจากทุกมุมโลก โดยอัปเดตข่าวสาร ทุกๆ 15 นาที	คนทั่วไป
	NAT GEO Music 	SD	รายการสารคดี 24 ชั่วโมง ที่เรียนรู้วัฒนธรรมทั่วโลกผ่านทางเสียงเพลง	คนทั่วไป
	Channel V Thailand 	SD	รายการดนตรี 24 ชั่วโมงที่นำเสนอเพลงสากลและเพลงไทย	คนทั่วไป
	Channel V 	SD	รายการดนตรี 24 ชั่วโมงที่นำเสนอเพลงสากล	คนทั่วไป
Eurosport 	Eurosport 	SD	รายการกีฬาอันดับ 1 จากทวีปยุโรป ที่รวบรวมกีฬาระดับโลกไว้มากมาย เช่น Tour De France US Open Winter Sport ฯลฯ	คนทั่วไป
Eurosport HD 	Eurosport HD 	HD	รายการกีฬาอันดับ 1 จากทวีปยุโรป ที่รวบรวมกีฬาระดับโลกไว้มากมาย เช่น Tour De France US Open Winter Sport ฯลฯ	คนทั่วไป
Fox Sports News 	Fox Sports News 	SD	รายการข่าวและผลการแข่งขันของวงการกีฬาทั่วโลก	คนทั่วไป
Fox Sports News 	Fox Sport Plus HD 	HD	รายการกีฬาระดับโลก เช่น ฟุตบอลเอเอฟซี การแข่งขัน F1 กอล์ฟ ฯลฯ	คนทั่วไป

รับรองความถูกต้อง

แพ็คเกจโค้ด	แพ็คเกจแพลตฟอร์ม	ระบบ	ประเภทรายการ	กลุ่มเป้าหมาย
	Fox Sport Plus HD  - ออกอากาศเป็นระบบ SD สำหรับกล่อง GMM Z Smart	SD	รายการกีฬาระดับโลก เช่น ฟุตบอลเอเอฟซี การแข่งขัน F1 กอล์ฟ ฯลฯ	คนทั่วไป
	Star Sports 	SD	รายการกีฬามอเตอร์สปอร์ต และกีฬาสำคัญของโลก เช่น สี่กมอเตอร์ไซด์ชิงแชมป์ โลก สิกเทนนิส ฯลฯ	คนทั่วไป
GMM Club Channel 	GMM Club Channel 	SD	รายการกีฬาเกี่ยวกับสโมสร ฟุตบอลชั้นนำของโลก	คนทั่วไป
GMM Sport One 	GMM Sport One 	SD	รายการถ่ายทอดสดกีฬา หลากหลายประเภท เช่น เบดมินตัน เทนนิส มวยสากล ฯลฯ	คนทั่วไป
	GMM Football Max 	SD	รายการถ่ายทอดสดกีฬา ฟุตบอล เช่น Bundesliga (เยอรมัน) Ligue 1 (ฝรั่งเศส)	คนทั่วไป
	Fox Sports 	SD	รายการถ่ายทอดสดกีฬา หลากหลายประเภท เช่น เบดมินตัน เทนนิส มวยสากล ฯลฯ	คนทั่วไป

8.2 การตลาดและการแข่งขัน

8.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

_____ รับรองความถูกต้อง

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

กระจายสินค้าให้ทั่วถึงพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ เป็นผู้ที่จะเปลี่ยนวิธีการรับชมโทรทัศน์จากผ่านเสา กังปลาเป็นผ่านดาวเทียมที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ ดังนั้น การกระจายสินค้าให้ทั่วถึงทุกพื้นที่จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ยอดขายกล่องรับสัญญาณดาวเทียมเป็นไปตามเป้าที่ได้ตั้งไว้ บริษัทฯ จะจัดให้มีระบบติดตามการขาย ซึ่งจะทำให้สามารถตรวจสอบจำนวนสินค้าที่คงค้างอยู่ในระบบ และที่จำหน่ายไปแล้วในแต่ละพื้นที่ได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ นอกจากนี้ ยังช่วยให้การจ่ายค่าตอบแทนให้กับตัวแทนจำหน่ายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

- ช่องรายการพิเศษที่สามารถรับชมได้ฟรีสำหรับผู้ที่ยังไม่ซื้อกล่องรับสัญญาณดาวเทียม “GMM Z” เท่านั้น

เพื่อทำให้เกิดความแตกต่างกับกล่องรับสัญญาณดาวเทียมอื่นในตลาด บริษัทฯ จัดให้มีช่องรายการพิเศษจำนวน 6 ช่องที่สามารถรับชมได้ฟรีเฉพาะบนกล่องรับสัญญาณดาวเทียมของบริษัทฯ เท่านั้น ซึ่งเป็นรายการที่มีคุณภาพทั้งจากคลังรายการ (Content Library) ของบริษัทฯ ที่มีอยู่แล้ว และรายการขอยืมจากต่างประเทศที่ซื้อมาเพิ่มเติมสำหรับผู้ที่ยังไม่ซื้อกล่องรับสัญญาณดาวเทียมจากบริษัทฯ โดยเฉพาะ

- มุ่งขยายฐาน และสานต่อความนิยมของผู้ชมช่องรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

ช่องแกรมมี่ มุ่งขยายฐานและสานต่อความนิยมของผู้ชมของช่องรายการเดิมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการแนะนำช่องรายการใหม่ให้กับผู้ชม ด้วยการนำเสนอคุณภาพรายการในมาตรฐานเทียบเท่าฟรีทีวี ด้วยแนวทางออกอากาศก่อน (Before) ออกอากาศมากกว่า (More) และมีความแตกต่าง (Different) เพื่อสร้างความพิเศษเหนือใครเฉพาะที่ช่องแกรมมี่เท่านั้น

จากคอนเทนต์และบุคลากรด้านบันเทิงที่มีอยู่ ควบคู่กับแผนกลยุทธ์โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมพิเศษทั่วประเทศ ช่วยสร้างการรับรู้ในกลุ่มผู้ชมเป็นวงกว้าง และขยายช่องทางการรับชมเพื่อเข้าถึงผู้ชมในทุกช่องทาง ทั้งงานดาวเทียมในระบบซีแบนด์ และเคยูแบนด์ เคเบิลทีวี รวมทั้ง IPTV ซึ่งสามารถรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต และระบบโทรศัพท์ 3จี

- ผลิตรายการให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

ช่องแกรมมี่ให้ความสำคัญกับการวิจัย ไม่เพียงเฉพาะการวิจัยเพื่อสำรวจความนิยมในช่องรายการเท่านั้น ยังวิจัยถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และรายการคู่แข่งอีกด้วย โดยใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามมาตรฐานการวิจัย 1,500 คนต่อครั้ง และดำเนินการวิจัย 2 ครั้ง/ปี เพื่อเข้าถึงความต้องการของผู้ชมอย่างแท้จริง และนำผลการวิจัยมาปรับปรุงรูปแบบรายการ และเป็นข้อมูลทางการตลาดเพื่ออ้างอิงให้กับผู้สนับสนุนรายการด้วย นอกจากนี้ ข้อมูลวัดความนิยมของช่องรายการ ยังสามารถ

รับรองความถูกต้อง

วัดผลจากยอดการส่งข้อความ (SMS) การดาวน์โหลดเพลงของผู้ชม รวมถึงการจัดกิจกรรมพิเศษของช่องที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมกับช่องรายการ เพื่อวัดความสนใจอีกทางหนึ่งด้วย

สำหรับภาพรวมของอุตสาหกรรม มีการสำรวจความนิยมช่องรายการประจำเดือน โดยบริษัท เอจีบี นีลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด ที่ใช้เป็นข้อมูลกลางระหว่างผู้ผลิตรายการและเอเจนซีในการวางแผนซื้อสื่อโฆษณาในปัจจุบัน ได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างการสำรวจจากฐานผู้ชมจากเคเบิลทีวี ควบคู่กับฐานผู้ชมที่รับชมผ่านดาวเทียมทุกระบบ ผลจากการสำรวจในแต่ละเดือนจะเห็นได้ว่าช่องรายการของแกรมมี่ล้วนได้รับความนิยมอย่างสูงและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง

- กลยุทธ์ทางด้านราคา

ในส่วนของกล่องรับสัญญาณดาวเทียม บริษัทฯ จะไม่ใช่กลยุทธ์ทางด้านราคาในการแข่งขัน เนื่องจากกล่องรับสัญญาณดาวเทียมของบริษัทฯ สามารถรับชมช่องรายการได้มากกว่ากล่องรับสัญญาณดาวเทียมอื่นที่วางจำหน่ายอยู่ในตลาดตั้งที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องแข่งขันทางด้านราคากับคู่แข่งในตลาด

สำหรับค่าบริการของโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (เพย์ทีวี) นั้น บริษัทฯ ตั้งราคาเพื่อให้เกิดความคุ้มค่า (Value for Money) สำหรับลูกค้า โดยคิดค่าบริการในช่วงระหว่าง 199-499 บาทต่อเดือน แล้วแต่แพคเกจช่องรายการที่ลูกค้าเลือก

ในส่วนของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม จะยังคงใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะตามไลฟ์สไตล์ของผู้ชมแต่ละช่องรายการ ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้า รวมถึงกลยุทธ์ราคาแบบเหมารวม ซึ่งขอบเขตของการให้บริการโฆษณาจะครอบคลุมหลายสื่อในหลายรูปแบบของการโฆษณา ซึ่งจะกระจายไปหลายรายการ แล้วแต่ความต้องการของลูกค้า ในราคาที่คุ้มค่าและประหยัดกว่าการโฆษณาแบบเพียงรายการเดียว นอกเหนือจากการซื้อโฆษณา กลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์ยังโฆษณาผลิตภัณฑ์ของลูกค้าในรายการโทรทัศน์ต่างๆ ของกลุ่มบริษัทฯ และมีการวางแผนสื่อโฆษณาร่วมกับการจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทั้งกิจกรรมภายในและนอกประเทศ เพื่อเป็นทางเลือกเพิ่มเติมให้กับลูกค้าที่มีความสนใจอยากทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของกล่องรับสัญญาณดาวเทียม ได้แก่ ผู้รับชมโทรทัศน์ทั่วประเทศ ในขณะที่กลุ่มลูกค้าของบริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ได้แก่ ผู้รับชมโทรทัศน์ผ่านกล่องรับสัญญาณดาวเทียมของบริษัทฯ ซึ่งมีความประสงค์ที่จะรับชมรายการที่มีคุณภาพเพิ่มเติมจากช่องรายการฟรีที่รับชมได้อยู่แล้ว

รับรองความถูกต้อง

สำหรับลักษณะลูกค้าของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

- 1) กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณา (Agency) บริษัทโฆษณาจะซื้อเวลาโฆษณาจากผู้ผลิตรายการ และจะเป็นผู้เสนอการจัดสรรและวางแผนการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้า
- 2) ลูกค้าโดยตรง (Direct Customer) เป็นกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ที่ซื้อเวลาโฆษณาจากผู้ผลิตรายการโดยตรง

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายกล่องรับสัญญาณดาวเทียม และรับสมัครสมาชิกบริการ โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกผ่านตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ และผู้ค้าปลีกรายใหญ่ (Modern Trade) อนึ่ง บริษัทฯ ได้เริ่มทำการขายกล่องรับสัญญาณดาวเทียมตั้งแต่ปลายปี 2554 และได้เริ่มให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (แพย์ทีวี) ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2556 โดยมีวิธีการเดิมเงิน 3 ช่องทาง ดังนี้

ช่องทางที่ 1 ชำระด้วยรหัสชำระค่าบริการผ่านข้อความผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (SMS Code)

- โทร 0 2841 8888 แจ้งแพคเกจที่ต้องการ แล้วรอรับรหัส
- ชำระได้ที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส หรือ MPAY

ช่องทางที่ 2 สลิปเติมช่อง

- ซื้อได้ที่เทสโก้-โลตัส ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7 – Eleven หรือร้านสะดวกซื้ออื่นๆ ที่มีสัญลักษณ์ให้บริการระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Payment หรือ E pay) และบริการเติมเงินออนไลน์ (หรือ U Top up)
- โทร. 0 2841 8888 เพื่อทำแจ้งเปิดสัญญาณช่อง

ช่องทางที่ 3 ชำระผ่านบัตรเครดิต

- โทร 0 2841 8888 แจ้งแพคเกจที่ต้องการ โดยบัตรที่สามารถชำระได้ ได้แก่ บัตรเครดิตที่เป็นวีซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี ยกเว้นอเมริกัน เอ็กซ์เพรส (American Express หรือ AMEX) บัตรเดบิตธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย และธนาคารกรุงเทพ

ช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมจะเป็นลักษณะของการผ่านบริษัทโฆษณามากกว่าร้อยละ 70 ของยอดขาย และขายตรงให้กับลูกค้าประมาณร้อยละ 30 ของยอดขาย โดยไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมของกลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

รับรองความถูกต้อง

8.2.2 สภาพการแข่งขัน / แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

หลังจากการประกาศใช้ พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ตั้งแต่วันที่ 5 มีนาคม 2551 เป็นต้นมา ภาพรวมของธุรกิจเคเบิลทีวี และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม มีการตื่นตัวยิ่งขึ้น เพราะ พ.ร.บ. ดังกล่าวอนุญาตให้ดำเนินการได้อย่างถูกต้อง มีกฎหมายรองรับและสามารถสร้างรายได้จากโฆษณาได้ไม่เกินชั่วโมงละ 6 นาที ทำให้ธุรกิจเคเบิลทีวี และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เป็นธุรกิจที่น่าจับตามองในการเป็นทางเลือกใหม่ของสื่อโทรทัศน์ที่มีฐานผู้ชมเคเบิลทีวี และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 15.8 ล้านครัวเรือนในเดือนพฤศจิกายน 2556 (ข้อมูลจาก บริษัท เอจีบี นิลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด) สินค้าและบริการทั้งจากลูกค้าตรงและเอเจนซี่ ให้ความสนใจใช้สื่อโฆษณาในช่องรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมมากขึ้นเรื่อยๆ จากปริมาณของผู้ชมที่มากขึ้น และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตามประเภทสินค้าที่เลือกเฉพาะตรงกับกลุ่มผู้ชมรายการของช่องรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งอัตราค่าโฆษณาของโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมยังถูกกว่าอัตราโฆษณาในฟรีทีวีหลายเท่าตัว ด้วยเหตุนี้คือการแข่งขันในธุรกิจเคเบิลทีวี และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมจึงเข้มข้นขึ้น นอกจากนี้ หลังจากที่ได้ประกาศใช้แผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 – 2559) สำนักงาน กสทช. ได้ออกใบอนุญาตชั่วคราวสำหรับกิจการโทรทัศน์แบบไม่ใช้คลื่นความถี่ให้กับผู้ประกอบการแล้วบางส่วน เพื่อให้การกำกับดูแลช่องรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

คู่แข่งในธุรกิจ

ธุรกิจแพลตฟอร์มโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

คู่แข่งสำหรับธุรกิจแพลตฟอร์มโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ในส่วนของกล่องรับสัญญาณดาวเทียม ได้แก่ พีโอเอสไอซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 50 ไอพีเอ็มมีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 14 ดีทีวีมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5 ชันบ็อกซ์ ซีทีเอช และอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 3 อย่างไรก็ตาม พีโอเอสไอ ไม่ได้เป็นผู้ผลิตรายการ และไม่ได้เป็นเจ้าของสิทธิในช่องรายการที่ออกอากาศ ซึ่งต่างจากบริษัทฯ ที่เป็นผู้ผลิตรายการถึง 9 ช่องในปัจจุบัน และได้ทำการซื้อสิทธิรายการที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศมาเพื่อให้บริการกับกลุ่มลูกค้าที่ซื้อกล่องรับสัญญาณดาวเทียมจากบริษัทฯ

ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

ในส่วนของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและเคเบิลทีวี เป็นธุรกิจที่ถูกปิดกั้นด้านงบประมาณการลงทุนจากปัจจัยของสภาพและขนาดของตลาดที่จำกัดในกลุ่มเฉพาะ แต่ปัจจุบันด้วยศักยภาพของตลาดที่เปิดกว้างจนเกิดการแข่งขันอย่างเข้มข้นจากผู้ผลิตที่เข้าสู่อุตสาหกรรมมาก

รับรองความถูกต้อง

ขึ้น ทำให้ธุรกิจนี้กลายเป็นเวทีของผู้ผลิตที่มีความพร้อมทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น เนื้อหา บุคลากร รวมทั้งกลยุทธ์การนำเสนอ ที่จะเข้าถึงความต้องการของผู้ชม

ผู้ผลิตที่เป็นคู่แข่งช่องแกรมมี่ ซึ่งเป็นผู้นำช่องรายการด้านความบันเทิง แยกตามประเภทช่องรายการได้ ดังนี้

ช่องแกรมมี่	ประเภทรายการ	รายการคู่แข่ง	บริษัทผู้ผลิต
Fan TV	เพลงไทยลูกทุ่ง	ไทยไชโย Hit Station สบายดีทีวี	บจก. โลฟ ทีวี บจก. ช้างไทย บมจ. อาร์เอส
Bang Channel	ไลฟ์สไตล์วัยรุ่น	POP You Channel	บจก. โลฟ ทีวี บมจ. อาร์เอส
Green Channel	วาไรตี้ทอล์ค ไลฟ์สไตล์คนทำงาน	-	-
Acts Channel	ละคร ซีทคอม	Media Channel Mongkol Channel	บมจ. มีเดีย ออฟ มีเดีย บจก. สหมงคลฟิล์ม
Money Channel	รายการเกี่ยวกับการเงิน การลงทุน	-	-
Saranair Channel**	วาไรตี้ คอมเมดี้	-	-
JKN Channel	ละครซีรีส์จากประเทศ เกาหลีและญี่ปุ่น	K Channel	บจก. เอช เอ็น ที มีเดีย
ONE	วาไรตี้บันเทิง	ช่อง 8 Workpoint TV Starmax	บมจ. อาร์เอส บมจ. เวิร์คพอยท์ เอ็น เทอร์เทนเมนท์ บมจ. อาร์เอส
GMM Music	เพลงไทยสากล	POP You Channel	บจก. โลฟ ทีวี บมจ. อาร์เอส

ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก

สำหรับคู่แข่งในธุรกิจสื่อโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ได้แก่ ทูวี่ชั่น ซึ่งในปัจจุบันเป็นผู้ให้บริการเพียงรายเดียวในตลาด แต่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะต่างจากบริษัทฯ คือ ลูกค้าเป้าหมายของทูวี่ชั่น เป็นลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงที่สามารถจ่ายค่าสมาชิกรายเดือนได้ในระดับ 1,500 – 2,500 บาทต่อ

รับรองความถูกต้อง

เดือน ในขณะที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ จะเป็นผู้ที่พึงพอใจที่จะจ่ายค่าสมาชิกรายเดือนในระดับ 199-499 บาทดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา สื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีทิศทางการเติบโตที่ดี ในปี 2556 ครีวเรือนไทยมีจำนวนมากกว่า 22 ล้านครัวเรือน และมีจำนวนครัวเรือนที่รับสัญญาณทีวีโดยไม่ใช้เสาอากาศกึ่งปลาลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคาดว่าภายในปี 2557 จำนวนผู้ชมรายการจากโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมจะมากกว่าฟรีทีวีและทีวีดิจิทัล แม้ว่าจะมีทีวีดิจิทัลซึ่งเริ่มออกอากาศตั้งแต่เดือนเมษายน 2557 เนื่องจากโครงข่ายการให้บริการทีวีดิจิทัลยังไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ อีกทั้งการกำหนดให้รายการในฟรีทีวี ต้องสามารถดูได้ผ่านทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นภาคพื้นดิน ระบบผ่านดาวเทียม หรือเคเบิลทีวี และไม่ว่าจะมีค่าสมาชิกหรือไม่ก็ตาม หรือเรียกอีกอย่างว่า กฎมัสต์ แครี่ (Must Carry Rule) ของสำนักงาน กสทช. ส่งผลให้ทุกแพลตฟอร์มต้องออกอากาศช่องทีวีดิจิทัล ทำให้ผู้ชมรายการโทรทัศน์ผ่านทางดาวเทียมสามารถรับชมทีวีดิจิทัลได้ นอกจากนี้โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมยังได้รับความสนใจจากลูกค้าและเอเจนซี่ในการลงโฆษณาเพิ่มขึ้น รวมถึงตลาดแพลตฟอร์มก็มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นเช่นกัน เจ้าของแพลตฟอร์มที่มีคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ รวมถึงการมีคอนเทนต์เป็นของตนเองที่แตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่นๆ จะมีความได้เปรียบในการเพิ่มฐานลูกค้า เนื่องจากผู้บริโภคมีการเรียนรู้ที่จะเลือกใช้แพลตฟอร์มที่ให้ความคุ้มค่ากับการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น

สำหรับธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก (แพย์ทีวี) คาดการณ์ว่าตลาดแพย์ทีวีในประเทศไทยมีโอกาสเติบโตได้สูง เนื่องจากกำลังเปลี่ยนจากตลาดผูกขาดที่มีบริษัทที่ทำธุรกิจแพย์ทีวีเพียงบริษัทเดียวในประเทศไทย มาเป็นตลาดที่มีการแข่งขันจากบริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มหลายราย ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น

8.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

8.3.1 การจัดหาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ในส่วนของการรองรับสัญญาณดาวเทียม บริษัทฯ จ้างผู้ผลิตภายนอกให้ทำการผลิตตามคุณสมบัติที่บริษัทฯ กำหนดเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าต่อไป สำหรับรายการที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศที่จะนำมาให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิคนั้น บริษัทฯ จะติดต่อกับเจ้าของสิทธิหรือผู้แทน

รับรองความถูกต้อง

เจ้าหน้าที่เจ้าของสิทธิแต่งตั้งขึ้น เพื่อที่จะเป็นผู้ที่ได้รับสิทธิในการแพร่ภาพและเสียงอย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยจ่ายค่าตอบแทนตามที่ตกลงกันเป็นกรณีๆ ไป

สำหรับการผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม มีองค์ประกอบสำคัญดังนี้

1. เนื้อหารายการ

เนื่องจากธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เป็นธุรกิจที่ต้องการเนื้อหารายการหลักในการออกอากาศครั้งแรก อย่างน้อย 8 ชั่วโมงต่อวัน หัวใจหลักของธุรกิจนี้จึงเป็นการบริหารคลังคอนเทนต์ ทั้งการนำกลับมาใช้และการดัดแปลง และการสร้างสรรค์ใหม่ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชมและลักษณะเฉพาะของธุรกิจในรูปแบบการจัดรายการประเภทเดียวกันตลอดทั้งวัน (format station) จากการเป็นผู้ผลิตคอนเทนต์บันเทิงทุกรูปแบบ ทั้ง เพลง ละคร ภาพยนตร์ เกมโชว์ มานานกว่า 25 ปี บริษัทฯ จึงสามารถนำเอาคอนเทนต์ที่มีอยู่มาบริหารเพื่อสร้างเป็นคอนเทนต์ใหม่สำหรับแต่ละช่องรายการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านการบริหารต้นทุนและนำทรัพย์สินมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า

2. นักแสดง พิธีกร และบุคลากรฝ่ายผลิตและควบคุมออกอากาศ

กลุ่มบริษัทฯ จะคัดเลือกและว่าจ้างพิธีกร ที่มีบุคลิกภาพเหมาะสมกับแต่ละรายการ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะได้เปรียบในกรณีที่พิธีกรเป็นบุคลากรของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของกลุ่มบริษัทฯ เนื่องจากจะทำให้สามารถติดต่อ ประสานงาน และขอความร่วมมือได้ง่ายกว่า โดยอัตราการจ่ายค่าตอบแทนเป็นไปตามอัตราตลาด ในส่วนของบุคลากร ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานประจำ ซึ่งได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือน บุคลากรส่วนใหญ่จะอยู่กับบริษัทฯ มาเป็นระยะเวลานาน และกลุ่มบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการอบรมและพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างมาก

3. สถานที่ใช้ในการถ่ายทำ สถานีออกอากาศ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต

การสร้างสรรค์รายการสำหรับโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม สำหรับออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง มีความต้องการผลงานทั้งในด้านปริมาณและความต่อเนื่อง และสะดวกรวดเร็วพร้อมในการออกอากาศตลอดเวลา ทั้งรายการสดและเทปรายการ ตลอดจนการบริหารควบคุมต้นทุน กลุ่มบริษัทฯ ได้ลงทุนสร้างสตูดิโอ ห้องจัดต่อ และซื้ออุปกรณ์ เช่น กล้องโทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ สำหรับถ่ายทำ บันทึกรายการ รวมทั้งสถานีส่งสัญญาณเพื่อออกอากาศภายในบริษัทฯ เพื่อรองรับการผลิตรายการหลักของแต่ละช่องรายการ

นอกจากนี้ ในรายการอื่นๆ ที่ผลิตเพิ่มเติมตามการสนับสนุนของผู้อุปถัมภ์รายการ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายว่าจ้างบุคลากรนอก (Outsource) มาผลิตรายการตามราคาตลาด

สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก (เพย์ทีวี) มีองค์ประกอบ คือ เนื้อหารายการ ซึ่งคอนเทนต์ส่วนใหญ่จะเป็นคอนเทนต์จากต่างประเทศ ทั้งคอนเทนต์กีฬาและบันเทิง ที่บริษัทฯ ได้ซื้อลิขสิทธิ์การออกอากาศจากต่างประเทศ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการปรับรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อาทิ พากย์เสียงภาษาไทย และใส่คำแปลภาษาไทย เป็นต้น

ต้นทุนการผลิต

ค่าใช้จ่ายหลักในการผลิตของกลุ่มบริษัทฯ คือ ค่าเช่าช่องสัญญาณดาวเทียมไทยคม ค่าส่งสัญญาณออกอากาศ ค่าตัดหน่วยลิขสิทธิ์ ค่าจ้างบุคลากร ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการถ่ายทำรายการ ค่าพิธีกร และค่าใช้จ่ายทางการตลาด

8.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

8.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

9. ธุรกิจทีวีดิจิทัล

สำนักงาน กสทช. ได้จัดให้มีการประมูลคลื่นความถี่สำหรับการออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในเชิงพาณิชย์จำนวน 24 ช่อง ระหว่างวันที่ 26 – 27 ธันวาคม 2556 ที่ผ่านมา โดยแบ่งประเภทของช่องรายการออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ช่องรายการสำหรับเด็กและครอบครัวจำนวน 3 ช่อง ช่องรายการข่าวจำนวน 7 ช่อง ช่องรายการทั่วไปความคมชัดปกติจำนวน 7 ช่อง และช่องรายการทั่วไปความคมชัดสูงจำนวน 7 ช่อง บริษัทฯ ได้เข้าร่วมและเป็นผู้ชนะการประมูลคลื่นความถี่สำหรับการออกอากาศโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในเชิงพาณิชย์จำนวน 2 ช่อง ประกอบด้วยช่องรายการประเภททั่วไปความคมชัดปกติ และช่องรายการประเภททั่วไปความคมชัดสูง ปัจจุบัน บริษัทฯ อยู่ระหว่างการดำเนินการยื่นขอรับใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องต่างๆ กับทางสำนักงาน กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เพื่อให้สามารถเริ่มทำการทดลองออกอากาศช่องทีวีดิจิทัลทั้ง 2 ช่องได้ในต้นเดือนเมษายน 2557

ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัท ได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการบริหารความเสี่ยงทั้งในระดับองค์กรและระดับปฏิบัติการ ภายใต้ นโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยง ที่กลุ่มบริษัทฯ กำหนดขึ้น เพื่อให้คงเหลือความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้และเหมาะสมกับสถานะแวดล้อมต่างๆ ของลักษณะงานหรือกิจกรรมต่างๆ ของแต่ละหน่วยงาน โดยส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในกระบวนการดังกล่าว รวมทั้งสนับสนุนให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรและปลูกฝังให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของกลุ่มบริษัทฯ โดยมีฝ่ายบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในทำหน้าที่พัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยงให้ เป็นไปตามแนวทางสากล และบูรณาการแนวทางการบริหารความเสี่ยงในแต่ละระดับร่วมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง อนึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้มีการดำเนินการตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงต่างๆ มาเป็นลำดับ ตลอดจนมีการรายงานและติดตามผลการบริหารความเสี่ยงขององค์กรต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

โดยระหว่างปี 2556 กลุ่มบริษัทฯ มีการทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งในธุรกิจใหม่และธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ เช่น เตรียมความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีการผลิต เงินทุน ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและกระบวนการทำงานตลอดจนพัฒนาบุคลากรทั้งในระดับสูงและระดับกลางเพื่อเสริมทีมในการบริหารจัดการธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ให้ทันกับการขยายธุรกิจที่มีอย่างรวดเร็ว

ความเสี่ยงในระดับองค์กร (Corporate Risk)

1. ความเสี่ยงจากการถูกละเมิดลิขสิทธิ์

ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเพลงและธุรกิจภาพยนตร์ทั่วโลก ในแต่ละปี กลุ่มบริษัทฯ ประสบปัญหาจากการถูกลักลอบนำผลงานเพลงไปเผยแพร่ต่อสาธารณชนและทำซ้ำแล้วนำออกจำหน่ายในราคาถูกเป็นจำนวนมาก และยังมีปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีการพัฒนาไปพร้อมกับเทคโนโลยี เช่น การนำผลงานของบริษัทฯ ไปใช้ประโยชน์เพื่อการค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้กลุ่มบริษัทฯ ต้องเสียโอกาสจากการดำเนินธุรกิจเป็นจำนวนเงินที่สูงในแต่ละปี

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมารัฐได้มีการดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อป้องกันและปราบปรามปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจังมากขึ้น รวมถึงมีมาตรการเบ็ดเสร็จที่ครอบคลุมตั้งแต่การควบคุมการนำเข้าเครื่องจักรที่สามารถใช้ในการผลิตสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ การควบคุมการผลิต จนถึงการควบคุมขั้นตอนการจัดจำหน่าย และยังได้มีการเพิ่มบทลงโทษผู้กระทำความผิด ตลอดจนการให้รางวัลนำจับแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจ หรือผู้ที่ทำการชี้เบาะแสแหล่งผลิต แหล่งขาย หรือแหล่งเก็บสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ด้วย

รับรองความถูกต้อง

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นการซื้อสินค้าอย่างถูกกฎหมาย กลุ่มบริษัทฯ ได้พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภค เช่น การให้บริการดาวน์โหลดประเภทต่าง ๆ ทั้งเสียงเรียกเข้า (Ringtone) เสียงรอสาย (Ringback Tone) เพลงเต็ม (Full Song) และมิวสิกวิดีโอ (Full MV) ทั้งแบบรายเพลง (A la carte) และแบบเหมาจ่ายรายเดือน (Subscription Service) ผ่านช่องทาง *123 เว็บไซต์ www.gmember.com และ iTunes Store รวมถึงการให้บริการเพลงโดยไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลด (Music Streaming) ผ่านแอปพลิเคชัน KK Box ทั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อเพลงอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น และในส่วนของธุรกิจภาพยนตร์ ทางกลุ่มบริษัทฯ ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากโรงภาพยนตร์ในการออกมาตรการต่างๆ เพื่อลดการลักลอบบันทึกภาพยนตร์อย่างผิดกฎหมาย ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ คาดว่าจากความร่วมมืออย่างจริงจังระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่องจะทำให้สินค้าของกลุ่มบริษัทฯ ถูกละเมิดลิขสิทธิ์น้อยลง

2. ความเสี่ยงจากการไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง จากกรณีเกิดเหตุสุดวิสัย

กลุ่มบริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและไม่หยุดชะงัก โดยเฉพาะกระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญในด้านต่างๆ ของกลุ่มบริษัทฯ หากเกิดเหตุการณ์สุดวิสัยต่างๆ เช่น ภัยทางธรรมชาติ ภัยจากมนุษย์ ภัยจากเทคโนโลยี หรือแม้กระทั่งการเกิดโรคระบาด คอมพิวเตอร์ล่ม การประท้วง การจลาจล การออกกฎหมายใหม่ เป็นต้น

ดังนั้น คณะกรรมการบริษัท ได้แต่งตั้งคณะกรรมการ BCP เพื่อผลักดันให้มีการพัฒนา *แผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ หรือแผน BCP (Business Continuity Plan)* ขึ้นอย่างเป็นทางการเพื่อป้องกันผลกระทบและช่วยลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อการบริหารจัดการกระบวนการที่สำคัญต่างๆ ตลอดจนก่อให้เกิดความมั่นใจว่าระบบงานและสถานที่ทำงานมีความพร้อมในการรับมือภัยพิบัติ หรือมีระบบรองรับภาวะฉุกเฉิน และสามารถกลับเข้าสู่การดำเนินงานปกติได้อย่างรวดเร็ว

3. ความเสี่ยงจากการปรับกระบวนการทำงานภายในไม่ทันต่อการขยายธุรกิจที่รวดเร็ว

ธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย 9 ธุรกิจย่อย คือ ธุรกิจเพลง ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ธุรกิจสื่อ ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจสร้างสรรค์และบริหารงานกิจกรรม ธุรกิจแอนิเมชัน ธุรกิจโฮม ช้อปปิ้ง ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และธุรกิจทีวีดิจิทัล โดยในแต่ละธุรกิจมีความแตกต่างกันในเรื่องของลักษณะการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะต้องพึงพิงบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านแตกต่างกันไป การที่กลุ่มบริษัทฯ ขยายธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อปรับตัวของกระบวนการทำงานภายในของแต่ละกลุ่มธุรกิจ เช่น โครงสร้างของกลุ่มบริษัทฯ เป็นต้น และอาจส่งผลให้เกิดการทำงานที่ทับซ้อนกันระหว่างหน่วยงานสนับสนุนกลาง และหน่วยงานของแต่ละหน่วยธุรกิจ หรือนโยบายของส่วนกลางในบางเรื่องอาจไม่สนับสนุนการทำงาน

ของบางหน่วยธุรกิจที่ขยายตัวหรือธุรกิจใหม่ที่พัฒนาขึ้น ดังนั้นจึงอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงจากการที่กลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถปรับกระบวนการทำงานภายในได้ทันต่ออัตราการขยายธุรกิจที่รวดเร็วดังกล่าว

กลุ่มบริษัทฯ จึงมีการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้การเติบโตทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ เป็นไปอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยทบทวนและปรับกระบวนการทำงานและโครงสร้างองค์กรเพื่อให้มีกระบวนการทำงานที่สนับสนุนการผลักดันนโยบายจากส่วนกลางสู่หน่วยธุรกิจ ตลอดจนพัฒนาระบบประเมินผลการทำงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร

4. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงความสามารถพิเศษเฉพาะบุคคล

ธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ เติบโตขึ้นมาได้เพราะบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถพิเศษเฉพาะบุคคล (People-based) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการประกอบธุรกิจเพลง รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ บุคลากรไม่ว่าจะเป็นศิลปินหรือทีมงานสนับสนุน ต่างนับเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ดังนั้น การย้ายค่ายหรือย้ายสังกัดของศิลปินหรือทีมงานสนับสนุนส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ ต้องสูญเสียทรัพยากรด้านบุคคลที่มีคุณค่าไป และอาจต้องใช้เวลามากขึ้นในการสร้างศิลปินรวมถึงทีมงานสนับสนุนใหม่ขึ้นมาทดแทน

อย่างไรก็ตามที่ผ่านมากลุ่มบริษัทฯ ได้มีการบริหารความเสี่ยงในด้านนี้อย่างต่อเนื่องโดยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจทางธุรกิจตลอดจนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้มากที่สุดมาโดยตลอด นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังได้ดำเนินการพัฒนาระบบประเมินผลการทำงานให้เป็นมาตรฐาน รวมถึงการให้ความสำคัญต่อผลตอบแทนและสวัสดิการสำหรับบุคลากรเพื่อให้เทียบเคียงกับบริษัทอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ เช่น ธุรกิจโฮม ช้อปปิ้ง ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และธุรกิจทีวีดิจิทัล ที่สามารถดำเนินการด้วยการอิงระบบหรือเทคโนโลยีเพื่อมาเสริม/รองรับธุรกิจเดิมที่ต้องพึ่งพิงบุคลากรที่ต้องมีประสบการณ์และความสามารถพิเศษเฉพาะบุคคลด้วย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

รายละเอียด	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า
1. ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตั้งอยู่เลขที่ 545 สุขุมวิท 71 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ขนาด 261 ตารางวา	บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)	มูลค่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 56 จำนวน 162.43 ล้านบาท
2. ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตั้งอยู่เลขที่ 999,999/9 หมู่ 2 ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี นนทบุรี ขนาด 836 ตารางวา	บริษัท มีเดียวิชั่น (1994) จำกัด	มูลค่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 56 จำนวน 42.94 ล้านบาท
3. ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตั้งอยู่เลขที่ 276 ซอยลาดพร้าว 107 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ขนาด 316 ตารางวา	บริษัท ดี ชิกซ์ตี้ ตรี จำกัด	มูลค่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 56 จำนวน 10.00 ล้านบาท
4. ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตั้งอยู่เลขที่ 555 ซอยลาดพร้าว 107 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ขนาด 612 ตารางวา	บริษัท ดี ชิกซ์ตี้ ตรี จำกัด	มูลค่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 56 จำนวน 46.36 ล้านบาท
5. ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 9/9 หมู่ที่ 1 ตำบลบางคูวัด อำเภอเมืองปทุมธานี ปทุมธานี ขนาด 33 ไร่ 64 ตารางวา	บริษัท แอ็กซ์ สตูดิโอ จำกัด	มูลค่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 56 จำนวน 538.53 ล้านบาท

ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 จำนวน 800.26 ล้านบาท บริษัทขอย่นำไปค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชี เงินกู้ยืมระยะสั้น และเงินกู้ยืมระยะยาวที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์

4.2 ที่ดิน อาคารสำนักงานและห้องเช่า

รายละเอียด	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า
1. อาคาร 43 ชั้น เลขที่ 50 อาคารจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่เพลส ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ พื้นที่รวมประมาณ 33,600 ตารางเมตร	บริษัทและบริษัทย่อยได้ทำสัญญาเช่า โดยมีอายุแต่ละสัญญาประมาณ 3 ปี (พ.ศ. 56-เม.ย. 59)	รวมค่าเช่าและค่าบริการเดือนละ 16.09 ล้านบาท

รับรองความถูกต้อง

รายละเอียด	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า
2. ห้องเช่าตามห้างเทสโก้ โลตัส และอื่นๆ ภายใต้ชื่อ “Imagine” ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 36 สาขา	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ทำสัญญาเช่า 3 ปี	คิดค่าเช่าแบบคงที่ตามจำนวนเวลาเดือนละ 1.29 ล้านบาท
3. อาคารเลขที่ 92/11, 92/12 และ 92/19 ถนนสุขุมวิท 39 (สวัสดี) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ พื้นที่รวมประมาณ 2 ไร่ 55 ตารางวา	บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ก.ค. 55 – มิ.ย. 58)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.17 ล้านบาท
4. อาคารเลขที่ 105 ซอยสุขุมวิท 39 (พร้อมพงษ์) แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ	บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด ทำสัญญาเช่า 1.5 ปี (ธ.ค. 56 – พ.ค. 58)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.04 ล้านบาท
5. อาคารเลขที่ 217/7 ซอยสุขุมวิท 63 (เอกมัย) ถนนสุขุมวิท เขตวัฒนา กรุงเทพฯ พื้นที่ประมาณ 1,440 ตารางเมตร	บริษัท อิมเมจ พับลิชชิ่ง จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ม.ค. 55 - ธ.ค. 57)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.43 ล้านบาท
6. อาคารเลขที่ 1150/22 ซอยสุขุมวิท 48 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ	บริษัท อิมเมจ พับลิชชิ่ง จำกัด ทำสัญญาเช่า 1 ปี (พ.ย. 56 - ต.ค. 57)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.01 ล้านบาท
7. อาคารเลขที่ 92 ซอยนาครสุวรรณ ถนนนนทบุรี แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ	บริษัท บลิส พับลิชชิ่ง จำกัด (อยู่ระหว่างดำเนินการต่อสัญญา)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.05 ล้านบาท
8. อาคารเลขที่ 99/415 ซอยสวนหลวง ถนนกัลปพฤกษ์ แขวงบางค้อ เขตจอมทอง กรุงเทพฯ	บริษัท จี คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด ทำสัญญาเช่า 1 ปี (เม.ย.56 - มี.ค.57)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.05 ล้านบาท
9. อาคารเลขที่ 87 ถนนสุขุมวิท 71 ซอยพัฒนาการ 20 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ พื้นที่ประมาณ 1,103 ตารางเมตร	บริษัท อินสปาย อิมเมจ จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ต.ค. 55 - ก.ย.58, พ.ค.56 - เม.ย.59 และส.ค.56 - ก.ค.59)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.15 ล้านบาท

รับรองความถูกต้อง

รายละเอียด	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า
10. อาคารวรวิทย์ ชั้น 14-16 เลขที่ 222 ถ.สุรวงษ์ แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กรุงเทพฯ พื้นที่รวม 1,623 ตารางเมตร	บริษัท ทรี-อาร์ดี จำกัด ทำสัญญาเช่า 1 ปี 9 เดือน และ 3 ปี (เม.ย.56 – ธ.ค.57, เม.ย. 54 – เม.ย. 57 และม.ค. 55 – ธ.ค. 57)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.50 ล้านบาท
11. อาคารเลขที่ 92/44 ซอยสุขุมวิท 31 (สวัสดี) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ	บริษัท สวัสดิทวิสุข จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ธ.ค. 56 – พ.ย. 59)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.09 ล้านบาท
12. อาคารเลขที่ 132 ซอยเจริญมิตร ถนน สุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ	บริษัท กู้ดริงแอสเพน จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ธ.ค. 56 – พ.ย. 59)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.07 ล้านบาท
13. อาคารเลขที่ 1755/4 ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญญามิตร) ถนนลาดพร้าว แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ	บริษัท เอ เจน อีเว้นท์ เอเจนซี่ จำกัด ทำสัญญาเช่า 2 ปี (ก.ย. 56 – ต.ค. 58)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.05 ล้านบาท
14. อาคารรุ่งโรจน์ธนกุล (อาคาร A) ชั้น 8 และ 9 เลขที่ 46/7 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วย ขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ พื้นที่ ประมาณ 1,168 ตารางเมตร	บริษัท จีเอ็มเอ็ม ซีเจ โอ ซุปปิ้ง จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ม.ค.55 – ธ.ค.57)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.41 ล้านบาท
15. สตูดิโอเลขที่ 4984 ซอยลาดพร้าว 101 แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ พื้นที่ประมาณ 983 ตารางเมตร	บริษัท จีเอ็มเอ็ม ซีเจ โอ ซุปปิ้ง จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (มี.ค.55 – ก.พ.58)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.52 ล้านบาท
16. อาคารเลขที่ 92/14 ซอยสุขุมวิท 31 (สวัสดี) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขต วัฒนา กรุงเทพฯ	บริษัท นาดาว บางกอก จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี และต่อสัญญาอีก 2 ปี รวม 5 ปี (เม.ย. 53 – มี.ค. 58)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.11 ล้านบาท
17. อาคารศูนย์การค้าเอสพลานาด พื้นที่ประมาณ 3,623 ตารางเมตร	บริษัท ซิเนริโอ จำกัด ทำสัญญาเช่า ประมาณ 25 ปี (ธ.ค. 49 – ต.ค. 74)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.67 ล้านบาท

รับรองความถูกต้อง

รายละเอียด	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า
18. อาคารเลขที่ 24/5 ถนน 245 ตำบลบางคูวัด อำเภอเมือง ปทุมธานี พื้นที่ประมาณ 400 ตารางเมตร	บริษัท แอ็กซ์ สตูดิโอ จำกัด ทำสัญญาเช่า 1 ปี (เม.ย. 56 – เม.ย. 57)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.04 ล้านบาท
19. ที่ดินโฉนดเลขที่ 208265 ตั้งอยู่ที่แขวง พระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ พื้นที่ประมาณ 1 ไร่ 3 งาน 01 ตารางวา	บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) ทำสัญญาเช่า 6 ปี (พ.ย. 51 – ต.ค. 57)	รวมค่าเช่า เดือนละ 0.07 ล้านบาท
20. ที่ดินโฉนดเลขที่ 208266 ตั้งอยู่ที่แขวง พระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ พื้นที่ประมาณ 3 งาน 45 ตารางวา	บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ก.พ. 56 – ม.ค. 59)	รวมค่าเช่า เดือนละ 0.03 ล้านบาท
21. ที่ดินโฉนดเลขที่ 25660 ตั้งอยู่ที่ตำบล บางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัด นนทบุรี พื้นที่ประมาณ 844 ตารางเมตร	บริษัท มีเดีย วิชั่น (1994) จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ก.ค. 54 – มิ.ย. 57)	รวมค่าเช่า เดือนละ 0.02 ล้านบาท
22. ที่ดินโฉนดเลขที่ 26403 พร้อมสิ่งปลูกสร้าง ตั้งอยู่ที่ซอยรามคำแหง 24/14 แขวง หัวหมาก เขตหัวหมาก กรุงเทพฯ พื้นที่ ประมาณ 1 ไร่ 2 งาน 15 ตารางวา	บริษัท ดิซิกซ์ดี ทรี จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ม.ค. 54 – ก.พ. 57)	รวมค่าเช่า เดือนละ 0.09 ล้านบาท
23. ที่ดินโฉนดเลขที่ 220411 และ 220413 พร้อมอาคารพาณิชย์ ตั้งอยู่ที่แขวงคลอง ตัน เขตพระโขนง กรุงเทพฯ พื้นที่ประมาณ 150 ตารางเมตร	บริษัท เอ็นไวโรเซล (ประเทศไทย) จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ม.ค. 56 – ธ.ค. 58)	รวมค่าเช่า เดือนละ 0.03 ล้านบาท
24. ที่ดินโฉนดเลขที่ 220412 พร้อมอาคาร พาณิชย์ ตั้งอยู่ที่แขวงคลองตัน เขต พระโขนง กรุงเทพฯ พื้นที่ประมาณ 52 ตารางเมตร	บริษัท เอ็นไวโรเซล (ประเทศไทย) จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ม.ค. 56 – ธ.ค. 58)	รวมค่าเช่า เดือนละ 0.01 ล้านบาท
25. ที่ดินขนาด 9 ตารางเมตรที่สถานีบริการ ภาคพื้นดินไทยคม ตั้งอยู่ที่เลขที่ 50 หมู่ที่ 1 ตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนท์ จำกัด ทำสัญญาเช่า 2 ปี (มิ.ย. 55 – ต.ค. 57)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.03 ล้านบาท

4.3 ศูนย์กระจายสินค้าและคลังสินค้า

รับรองความถูกต้อง

รายละเอียด	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า
1. คลังสินค้าเลขที่ 998, 998/1, 998/2 และ 998/3 หมู่ที่ 21 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี สมุทรปราการ พื้นที่รวม 5,400 ตารางเมตร	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ทำสัญญาเช่า 3 ปี (เม.ย. 56 – เม.ย. 59)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.61 ล้านบาท
2. คลังสินค้าเลขที่ 998/4, 998/5, 998/6 และ 998/7 หมู่ที่ 21 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี สมุทรปราการ พื้นที่รวม 5,400 ตารางเมตร	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนท์ เทคดิง จำกัด (มหาชน) ทำสัญญาเช่า 3 ปี (เม.ย. 56 – เม.ย. 59)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.61 ล้านบาท
3. คลังสินค้าเลขที่ 32 ซอยโพธิ์แก้ว 3 แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ พื้นที่รวม 685 ตารางเมตร	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ก.ค. 54 – มิ.ย. 57)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.09 ล้านบาท
4. คลังสินค้าเลขที่ 32 ซอยโพธิ์แก้ว 3 แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ พื้นที่รวม 685 ตารางเมตร	บริษัท แกรมมี่ พับลิชิ่ง เฮาส์ จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ก.ค. 54 – มิ.ย. 57)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.09 ล้านบาท
5. คลังสินค้าเลขที่ 12/1 หมู่ 13 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พื้นที่รวม 2,500 ตารางเมตร	บริษัท จีเอ็มเอ็ม ซีเจ โอ ซ้อปปี้ง จำกัด ทำสัญญาเช่า 3 ปี (ก.ค. 55 – มิ.ย. 58)	รวมค่าเช่าและค่าบริการ เดือนละ 0.35 ล้านบาท

4.4 เครื่องจักรและอุปกรณ์อื่น

รายละเอียด	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า
1. เครื่องจักรสำหรับผลิตสินค้าเพลง	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เป็นเจ้าของและไม่มีภาระผูกพันใดๆ	0.44 ล้านบาท
2. อุปกรณ์และระบบห้องส่งที่ใช้ในการผลิตและออกอากาศรายการวิทยุและรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	บริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด บริษัท จีเอ็มเอ็ม ทีวี จำกัด บริษัท จีเอ็มเอ็ม บี จำกัด บริษัท จีเอ็มเอ็ม ซีเจ โอ ซ้อปปี้ง จำกัด และบริษัท ทินทอล์ก จำกัด เป็นเจ้าของและไม่มีภาระผูกพันใดๆ	294.03 ล้านบาท
รายละเอียด	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า

รับรองความถูกต้อง

3. อุปกรณ์ระบบแสง สี เสียง และเครื่องเล่นในงานบันเทิง	บริษัท มิเดีย วิชั่น (1994) จำกัด และบริษัท อีเว้นท์ โซลูชั่นส์ จำกัด เป็นเจ้าของและไม่มีภาระผูกพันใดๆ	204.23 ล้านบาท
4. เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการจัดทำแผ่นป้ายโฆษณา	บริษัท อินสปาย อิมเมจ จำกัด เป็นเจ้าของและไม่มีภาระผูกพันใดๆ	11.86 ล้านบาท
5. อุปกรณ์สำหรับการจัดกิจกรรมทางการตลาด	บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)	14.10 ล้านบาท

4.5 สัมปทานและสัญญาเช่าวิทยุ

สถานี	เจ้าของสถานี	คู่สัญญา/เช่าช่วง	ช่วงของสัญญา	จำนวน (ปี)	ค่าเช่า/เดือน (ล้านบาท)
1. F.M. 89.0	สถานีวิทยุยานเกราะ	บริษัท จีเอ็มเอ็ม มิเดีย จำกัด (มหาชน)	ม.ค. 56 – ธ.ค. 57	2	3.96
2. F.M. 94.0	สถานีวิทยุกองทัพบก	บริษัท จีเอ็มเอ็ม มิเดีย จำกัด (มหาชน) / บริษัท เอ โทมัส มิเดีย จำกัด	ม.ค. 56 – ธ.ค. 57	2	2.50
3. F.M. 106.5	กรมไปรษณีย์โทรเลข	บริษัท จีเอ็มเอ็ม มิเดีย จำกัด (มหาชน)	อยู่ระหว่างดำเนินการต่อสัญญา	-	2.52

4.6 สัญญาเช่าโทรทัศน์

ช่อง	เจ้าของสถานี	คู่สัญญา/เช่าช่วง	ช่วงของสัญญา	ประเภทของค่าเช่า	ค่าเช่า/เดือน (ล้านบาท)
1. ช่อง 5	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก	บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด	ม.ค. 57 – ธ.ค. 57	ค่าเช่าแบบคงที่ตามจำนวนเวลา	13.46
2. ช่อง 5	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก	บริษัท ซีเนริโอ จำกัด	ม.ค. 57 – ธ.ค. 57	ค่าเช่าแบบคงที่ตามจำนวนเวลา	7.80
3. ช่อง 5	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก	บริษัท จีเอ็มเอ็ม ทวี จำกัด	ม.ค. 57 – ธ.ค. 57	ค่าเช่าแบบคงที่ตามจำนวนเวลา	9.56

รับรองความถูกต้อง

ช่อง	เจ้าของสถานี	คู่สัญญา/เช่าช่วง	ช่วงของสัญญา	ประเภทของค่าเช่า	ค่าเช่า/เดือน (ล้านบาท)
4. ช่อง 7	บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด	บริษัท จีเอ็มเอ็มทีวี จำกัด	ม.ค. 57	ค่าเช่าแบบคงที่ตามจำนวนเวลา	0.84
5. ช่อง 7	บริษัท บีบีทีวี แอสเซต แมเนจเม้นท์ จำกัด บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด	บริษัท ดีทอล์ค จำกัด	ม.ค. 57 – มี.ค. 57	ค่าเช่าแบบคงที่ตามจำนวนเวลา	0.76 0.02
6. ช่อง 3	บมจ. บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์	บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด	ไม่มีการทำสัญญาเป็นการตกลง	ค่าเช่าแบบปันส่วนเวลาโฆษณา	-
7. ช่อง 3	บมจ. บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์	บริษัท ซีเนริโอ จำกัด	ช่วงเวลาการออกอากาศทุก 3 เดือน ปรับเปลี่ยนผังการออกอากาศของสถานี	ค่าเช่าแบบปันส่วนเวลาโฆษณา	-
8. ช่อง 9	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด	ต่ออายุสัญญาทุก 6 เดือน	ค่าเช่าแบบปันส่วนเวลาโฆษณา	-
9. ช่อง 9	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	บริษัท ซีเนริโอ จำกัด	ต่ออายุสัญญาทุก 6 เดือน	ค่าเช่าแบบปันส่วนเวลาโฆษณา	-

การกำหนดค่าเช่าเวลา (Time Rental) ของธุรกิจโทรทัศน์ มีหลายรูปแบบ ได้แก่ การคิดค่าเช่าแบบคงที่ตามจำนวนเวลาเช่า การคิดค่าเช่าแบบปันส่วนเวลาโฆษณา (Time Sharing) ซึ่งจะมีการแบ่งจำนวนเวลาการขายโฆษณาระหว่างสถานีและบริษัทฯ และการคิดค่าเช่าแบ่งปันส่วนรายได้ (Revenue Sharing) ทั้งนี้การกำหนดรูปแบบของการกำหนดค่าเช่าขึ้นกับนโยบายของสถานีควบคู่กับปัจจัยอื่นประกอบ เช่น ช่วงเวลาออกอากาศประเภทของรายการ

4.7 สัญญาบริการสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (Satellite Television Programmes)

ผู้ให้บริการ	ระยะเวลาตามสัญญา	ค่าเช่า/เดือน
1. บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)	1 ปี – 11 ปี 9 เดือน	1.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
2. บริษัท สามารท เทเลคอม จำกัด (มหาชน)	2 ปี 6 เดือน – 4 ปี	11.17 ล้านบาท
3. บริษัท สามารทวิสวกรรม จำกัด	4 ปี 7 เดือน – 5 ปี	3.30 ล้านบาท
4. บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)	2 ปี 9 เดือน	0.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

4.8 ค่าสิทธิรายการ

ค่าสิทธิรายการเป็นค่าตอบแทนสิทธิตามสัญญาของบริษัทฯ และบริษัทย่อยเพื่อให้ได้รับสิทธิสำหรับรายการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 สิ้นทรัพย์ดังกล่าวมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 932.87 ล้านบาท มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทสิทธิรายการ	ระยะเวลาตามสัญญา	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)
1. รายการกีฬา	1 ปี – 4 ปี	670.94
2. รายการวาไรตี้บันเทิง (รวมถึงภาพยนตร์ ซีรีส์จากต่างประเทศ สารคดี รายการเด็ก)	1 ปี – 3 ปี	261.93
รวม		932.87

4.9 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย กิจการร่วมค้า และบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย กิจการร่วมค้า และบริษัทร่วมในธุรกิจต่างๆ จำนวนเงิน 1,182.0 ล้านบาท มีรายละเอียดดังนี้

บริษัทย่อย

ธุรกิจ	มูลค่ารวม (ล้านบาท)
1. ธุรกิจเพลงและดิจิตอล	23.5
2. ธุรกิจภาพยนตร์	181.0
3. ธุรกิจสื่อ	557.5
4. ธุรกิจบรอดแคสต์ติ้ง	123.3
5. ธุรกิจทีวีดิจิทัล	76.6
6. ธุรกิจอื่น	322.5
รวม	1,284.4
หัก ค่าเผื่อผลขาดทุนจากเงินลงทุน	(140.4)
สุทธิ	<u>1,144.0</u>

กิจการร่วมค้า

ธุรกิจ	มูลค่ารวม (ล้านบาท)
1. ธุรกิจเพลงและดิจิตอล	10.0
รวม	<u>10.0</u>

บริษัทร่วม

ธุรกิจ	มูลค่ารวม (ล้านบาท)
1. ธุรกิจบรอดแคสต์ติ้ง	33.0
รวม	33.0
หัก ค่าเผื่อผลขาดทุนจากเงินลงทุน	(5.0)
สุทธิ	<u>28.0</u>

โดยสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อย กิจการร่วมค้า และบริษัทร่วมทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 24.95 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงมีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย กิจการร่วมค้า และบริษัทร่วมที่มีศักยภาพในการบริหารงานและการทำกำไร โดยเน้นการขยายงานในธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ ปัจจุบันบริษัทย่อยส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ถือหุ้นโดยบริษัทฯ ร้อยละ 100 ดังนั้น อำนาจในการบริหารงานและกำหนดนโยบายที่สำคัญต่างๆ จะกำหนดโดยคณะกรรมการของบริษัท คณะกรรมการบริหาร และผู้บริหาร นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีนโยบายในการส่งตัวแทนของบริษัทฯ ไปเป็นกรรมการในบริษัทอื่นๆ ด้วย

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ และบริษัทย่อย ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจจะมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของสัดส่วนของผู้ถือหุ้น และ มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	50 อาคารจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ เฟล็กซ์ ถนน สุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
ประเภทธุรกิจ	:	ธุรกิจด้านบันเทิงและสื่อ
เลขทะเบียนบริษัท	:	บมจ. 0107537000955
โทรศัพท์	:	0 2669 9000
โทรสาร	:	0 2669 9009
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.gmmgrammy.com
ทุนจดทะเบียน	:	636,317,936 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 636,317,936 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556)
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	:	636,317,936 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 636,317,936 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556)

6.2 นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	
		ชนิด	จำนวน
บริษัทใหญ่ บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่	ดำเนินธุรกิจบันเทิงครบวงจร ได้แก่ธุรกิจเพลงและดิจิทัล ธุรกิจโชว์บิซ ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจโทรทัศน์ ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ธุรกิจทีวีดิจิทัล ธุรกิจวิทยุ ธุรกิจบริการและบริหารกิจกรรม ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ และ ธุรกิจบันเทิงอื่น	หุ้นสามัญ	636,317,936
บริษัทย่อย			
1 บจก.จีเอ็มเอ็ม มิวสิก พับลิชชิ่ง อินเตอร์เนชั่นแนล	จัดการเกี่ยวกับลิขสิทธิ์เพลง	หุ้นสามัญ	50,000
2 บจก.แฟนทีวี	ให้บริการผู้กระจายไอเคะ และผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	หุ้นสามัญ	2,000,000
3 บจก.เค เอ็มวีน่า	ให้บริการห้องคาราโอเกะ	หุ้นสามัญ	200,000
4 บจก.เจ เค เนทเวิร์ค	ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ต	หุ้นสามัญ	100,000
5 บจก.จีเอ็มเอ็ม โท ฮับ	ผลิตภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์	หุ้นสามัญ	30,000,000
6 บจก.รักดี ทีวีสุข (เดิมชื่อ "สวัสดิ์ทีวีสุข")	รับจ้างออกแบบชิ้นงาน, คิดคอสตูมโฆษณาและภาพยนตร์และรับจ้างประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์	หุ้นสามัญ	10,000
7 บจก.สตูดิโอแซฟเฟ่น	ให้บริการสื่อโฆษณา ให้คำปรึกษาด้านงานประชาสัมพันธ์ และรับดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาด	หุ้นสามัญ	50,000
8 บจก.จีเอ็มเอ็ม สตูดิโอ	ให้บริการงานด้านสตูดิโอ	หุ้นสามัญ	500,000
9 บจก.ทีน ทอล์ก	ให้บริการสตูดิโอ อุปกรณ์ในการถ่ายทำ และให้บริการทำเทคนิคด้านภาพหรือบริการมัลติมีเดีย	หุ้นสามัญ	400,000
10 บจก.แม็กซ์ สตูดิโอ	ให้เช่าสตูดิโอ	หุ้นสามัญ	4,050,000
11 บจก.จีอาร์ ไคดอล สตูดิโอ	โรงเรียนสอนดนตรี และร้องเพลง	หุ้นสามัญ	50,000
12 บจก.ที-อาร์ดี	บริการจัดหาลูกค้าผ่านระบบ Call Center ออกแบบกลยุทธ์การตลาด และรับทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านอินเทอร์เน็ต	หุ้นสามัญ	180,000
13 บจก.จีเอ็มเอ็ม โซลคิง	ลงทุนในบริษัทอื่น	หุ้นสามัญ	2,500,000
14 บมจ.จีเอ็มเอ็ม มีเดีย	บริหารการตลาด ห้างสรรพสินค้าจำหน่ายและผลิตรายการวิทยุ และผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	หุ้นสามัญ	200,255,500
15 บจก.เอ-โพนี่ มีเดีย	ให้เช่าช่วงสถานีวิทยุ	หุ้นสามัญ	10,000
16 บจก.เอ็กแซ็กท์	บริหารการตลาด ห้างสรรพสินค้าจำหน่าย และผลิตรายการโทรทัศน์ และผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	หุ้นสามัญ	600,000
17 บจก.จีเอ็มเอ็ม ทีวี	บริหารการตลาด ห้างสรรพสินค้าจำหน่าย และผลิตรายการโทรทัศน์ และผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	หุ้นสามัญ	200,000
18 บจก.ดีทอล์ก	บริหารการตลาด ห้างสรรพสินค้าจำหน่ายและผลิตรายการโทรทัศน์	หุ้นสามัญ	10,000
19 บจก.จีทีเอช ออน แอร์	ผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	หุ้นสามัญ	600,000
20 บจก.จีเอ็มเอ็ม แซท	ผลิตและจำหน่ายเครื่องรับสัญญาณ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	หุ้นสามัญ	1,000,000
21 บจก.จีเอ็มเอ็ม บี	ให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก	หุ้นสามัญ	10,000
22 บจก.จีเอ็มเอ็ม แซท เทเรคคิง	ผลิตและจำหน่ายเครื่องรับสัญญาณ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	หุ้นสามัญ	10,000
23 บจก.จีดีซี	ให้บริการสมาชิกเกมส์ และขายบัตรเล่นเกมส์	หุ้นสามัญ	500,000
24 บจก.เอสทีจีเอ็มเอ็ม	ผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	หุ้นสามัญ	400,000
25 บจก.มีมิดี	รับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ และ โฆษณาในรายการโทรทัศน์	หุ้นสามัญ	60,000
26 บจก.จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี	ผลิตรายการโทรทัศน์และออกอากาศในระบบดิจิทัลภาคพื้นดินประเภททั่วไปความคมชัดปกติ	หุ้นสามัญ	1,000,000
27 บจก.จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี เทเรคคิง	เป็นตัวแทนในการจัดจำหน่ายเวลาโฆษณาในรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินประเภททั่วไปความคมชัดปกติ	หุ้นสามัญ	1,000,000
28 บจก.จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี	ผลิตรายการโทรทัศน์และออกอากาศในระบบดิจิทัลภาคพื้นดินประเภททั่วไปความคมชัดสูง	หุ้นสามัญ	2,000,000
29 บจก.จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี เทเรคคิง	เป็นตัวแทนในการจัดจำหน่ายเวลาโฆษณาในรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินประเภททั่วไปความคมชัดสูง	หุ้นสามัญ	2,000,000
30 บจก.จีเอ็มเอ็ม ซิง โอ ซุปบิง	ธุรกิจโฮม ซุปบิง โดยจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางสื่อต่างๆ และบริการรับคำสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์	หุ้นสามัญ	5,400,000
31 บจก.เอ็มเมจ พับลิชชิ่ง	บริหารการตลาด ห้างสรรพสินค้าจำหน่ายและผลิตรายการ	หุ้นสามัญ	1,000,000
32 บจก.จีเอ็มเอ็ม อินเตอร์ พับลิชชิ่ง	บริหารการตลาด ห้างสรรพสินค้าจำหน่ายและผลิตรายการ	หุ้นสามัญ	100,000
33 บจก.จีเอ็มเอ็ม โทมัส	บริหารการตลาด ห้างสรรพสินค้าจำหน่ายและผลิตรายการ	หุ้นสามัญ	3,100,000
34 บจก.บิสส์ พับลิชชิ่ง	ผลิตและจำหน่ายหนังสือเล่ม	หุ้นสามัญ	425,000
35 บจก.อิน พับลิชชิ่ง	บริหารการตลาดและห้างสรรพสินค้าจำหน่ายและ ผลิตนิตยสาร	หุ้นสามัญ	500,000
36 บมจ.อินเด็กซ์ กรู๊ปทีฟ วิลเลจ	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	หุ้นสามัญ	172,000,000
37 บจก.มีเดีย วิชั่น (1994)	ให้เช่าอุปกรณ์เทคโนโลยีระบบ แสง สี เสียง	หุ้นสามัญ	408,910
38 บจก.อีวันท์ โซลูชั่นส์	ให้บริการจัดหาอุปกรณ์เครื่องเล่นในงานบันเทิง	หุ้นสามัญ	330,000
39 บจก.ทรูเบียง	ให้บริการรับตกแต่งสถานที่ ให้บริการอุปกรณ์ในงานสังสรรค์	หุ้นสามัญ	120,000
40 บจก.จี คอมมิวนิเคชั่นส์	ให้บริการประชาสัมพันธ์ จัดงานนิทรรศการต่างๆ	หุ้นสามัญ	50,000
41 บจก.อินสปาย อิมเมจ	ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ การพิมพ์ และให้บริการออกแบบ ผลิต จำหน่ายป้ายและสื่อส่งเสริมการขาย	หุ้นสามัญ	60,000
42 บจก.ไอซ์นิ่งแอ็ค	ให้บริการรับเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำในการสร้างสรรคงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ถ่ายภาพ และงานครีเอทีฟต่างๆ	หุ้นสามัญ	50,000
43 บจก.ดี ซิกซ์ดี ทีวี	ให้บริการและรับออกแบบจัดสร้างจากและเวที	หุ้นสามัญ	50,000
44 บจก.อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ ออนไลน์	บริการด้านการวางกลยุทธ์สื่อสารออนไลน์ ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์	หุ้นสามัญ	50,000
45 บจก.เอ เจน อีวันท์ เอเจนซี่	ให้บริการและจัดกิจกรรมทางการตลาด	หุ้นสามัญ	30,000
46 บจก.เอ็นไอโรเซล (ประเทศไทย)	บริการจัดสัมมนา ให้บริการที่ปรึกษา ให้บริการข้อมูลวิจัย วิเคราะห์ และสำรวจข้อมูลทางสถิติ	หุ้นสามัญ	80,000
47 บจก.อินเด็กซ์ แอนด์ ทีวี	ให้บริการและจัดกิจกรรมในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	หุ้นสามัญ	120,000
48 บจก.อินเด็กซ์ แอนด์ เอ็ม	ให้บริการและจัดกิจกรรมในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	หุ้นสามัญ	300,000
49 บจก.ดีดีสครีม (เดิมชื่อ "เบง แชนแนล")	ให้บริการรับฟังเพลง โดยไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลด ผ่านแอปพลิเคชัน KK Box และเป็นผู้บริหารจัดการแพลตฟอร์ม	หุ้นสามัญ	10,000
50 บจก.แกรมมี่ พับลิชชิ่ง เฮ้าส์	จำหน่ายหนังสือและสื่อการเรียนการสอน	หุ้นสามัญ	1,650,000

รับรองความถูกต้อง

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	หุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	
		ชนิด	จำนวน
51 บจก.เอ็มจีเอ	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	1,200,000
52 บจก.มอร์ มิวสิก	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	160,000
53 บจก.จีเอ็มเอ็ม ดิจิตอล โดเมน	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	500,000
54 บจก.ดิจิตอล อาร์มส์	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	7,000,000
55 บจก.ดิจิตอล เจน	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	50,000
56 บจก.โกสบอล มิวสิก แอนด์ มีเดีย (ประเทศไทย)	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	1,507,500
57 บจก.เอ็กซ์ทรอกาโนเซอร์	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	10,000
58 บจก.เมจิก ฟิล์ม	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	22,000
59 บจก.เรดิโอ คอนเซ็ป	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	200,000
60 บจก.จี เอส-วัน	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	1,000,000
61 บจก.อิมเมจ ออนแอร์	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	100,000
62 บจก.เดอะ นิวส์ทีวี	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	10,000
63 บจก.มีฟ้า	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	450,000
64 บจก.จีเอ็มเอ็ม ฟิตเนส คลับ	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	4,000,000
65 บจก.แอสเพน อินเทอร์เน็ต	หยุดดำเนินการชั่วคราว	หุ้นสามัญ	800
66 บจก.จีเอ็มเอ็ม ดิจิตอลทีวี (เดิมชื่อ "กรีน แชนแนล")	เลิกบริษัทและอยู่ระหว่างชำระบัญชี	หุ้นสามัญ	10,000
67 บจก.แม็กซ์ทีวี	เลิกบริษัทและอยู่ระหว่างชำระบัญชี	หุ้นสามัญ	10,000
บริษัทร่วม			
1 บจก.ซินริโอ	บริหารการตลาด ห้างสรรพสินค้าจำหน่าย ผลิตภัณฑ์โทรทัศน์ และละครเวที	หุ้นสามัญ	14,000,000
2 บจก.เจนแนล (วิ) มิวสิก (ประเทศไทย)	เลิกบริษัทและอยู่ระหว่างชำระบัญชี	หุ้นสามัญ	1,100,000
3 บจก.บลูมีเดีย คอมมิวนิเคชั่นส์	บริการวางกลยุทธ์การสื่อสาร จัดหาอุปกรณ์และติดตั้งระบบสื่อสารภายในองค์กร	หุ้นสามัญ	50,000
4 บจก.นาคาว บางกอก	รับจ้างผลิตภาพยนตร์ และให้บริการจัดหานักแสดงภาพยนตร์ รวมถึงการฝึกอบรมและบริการให้คำปรึกษา งานภาพยนตร์ครบวงจร	หุ้นสามัญ	20,000
5 บจก.สวัสดีทีวีสุข	ประกอบกิจการผลิต ตัดต่อ ถ่ายทำภาพยนตร์ ภาพยนตร์โฆษณา ละครโทรทัศน์	หุ้นสามัญ	50,000
6 บจก.แฟมมิลี่ โนฮาว	ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์	หุ้นสามัญ	2,500,000
7 บจก.ลัษณ์ (666) แชนเนลไลฟ์	ผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	หุ้นสามัญ	200,000
8 บจก.เจ เอส แอล แชนแนล	เลิกบริษัทและอยู่ระหว่างชำระบัญชี	หุ้นสามัญ	1,000,000
9 บจก.แม็กซ์ ครีเอทีฟ	ให้บริการที่ปรึกษา บริหารจัดการด้านการปรับภาพลักษณ์ และการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร	หุ้นสามัญ	50,000
10 บจก.บีทีอี วันท์	ผลิตภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์	หุ้นสามัญ	50,000
11 บจก.ทาร์น แบรินคิง	ผลิตสื่อโฆษณา	หุ้นสามัญ	50,000
12 บจก.แฮปปี้ไอ้	บริการระบบการคิดค่าสื่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต	หุ้นสามัญ	900,000
13 TVMINDEX Advertising Co., Ltd.	ให้บริการและจัดกิจกรรมในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	หุ้นสามัญ	13,020 ล้านด่ง
14 Myanmar Index Creative Village Co., Ltd.	ให้บริการและจัดกิจกรรมในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า	หุ้นสามัญ	3,000,000
บริษัทอื่น			
1 บจก.คาราโอเกะ เซ็นเตอร์	ผลิตจำหน่าย ให้เช่า ให้บริการเครื่องที่ใช้ในการฟัง และ/หรือ ขับร้องเพลง	หุ้นสามัญ	120,000
2 บจก.เอ-โหนด ทรานซิลเลอร์	ให้บริการจัดงานที่วอล์กอินและต่างประเทศ	หุ้นสามัญ	20,000
3 บมจ.ซีอีซีเคชั่น	ผลิตจำหน่าย และรับจัดจำหน่ายหนังสือ สิ่งพิมพ์ วารสาร และหนังสือเล่ม	หุ้นสามัญ	391,944,418

1. บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อย และบริษัทร่วม มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ อาคารจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ เฟส เลขที่ 50 ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร ยกเว้นบริษัทดังต่อไปนี้
- 1.1 บริษัท เจ เค เนทเวิร์ค จำกัด

สำนักงาน : 105 ซอยสุขุมวิท 39 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

1.2 บริษัท จีเอ็มเอ็ม โท หับ จำกัด

สำนักงาน : 92/11 ซอยสุขุมวิท 31 (สวัสดี) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

1.3 บริษัท รักดี ทีวีสุข จำกัด

สำนักงาน : 92/11 ซอยสุขุมวิท 31 (สวัสดี) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

1.4 บริษัท กู้ดอิงแอสเพน จำกัด

สำนักงาน : 222/331 ซอยร่วมมิตรพัฒนา แขวง 5 แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

1.5 บริษัท แอ็กซ์ สตูดิโอ จำกัด

สำนักงาน : 9/9 หมู่ที่ 1 ตำบลบางคูวัด อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

1.6 บริษัท พีริ-อาร์ดี จำกัด

สำนักงาน : 222 ชั้น 14-16 อาคารวริทธิ์ ถนนสุวงศ์ แขวงสีพระยา เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

1.7 บริษัท จีทีเอช ออนแอร์ จำกัด

สำนักงาน : 105 ซอยสุขุมวิท 39 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

1.8 บริษัท จีเอ็มเอ็ม ซีเน โอ ซุปเปอร์ จำกัด

สำนักงาน : 46/7 อาคารรุ่งโรจน์ธนกุล(อาคารเอ) ชั้นที่ 8-9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร

1.9 บริษัท อิมเมจ ฟันลิซซิ่ง จำกัด

สำนักงาน : 217/7 ซอยสุขุมวิท 63 (เอกมัย) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

1.10 บริษัท อินเทอร์เน็ต ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน : 545 ซอยประดิพัทธ์มขก 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

1.11 บริษัท มีเดีย วิชั่น (1994) จำกัด

สำนักงาน : 999,999/9 หมู่ที่ 2 ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

1.12 บริษัท อี-วันท์ โซลูชั่นส์ จำกัด

สำนักงาน : 545 ซอยประดิพัทธ์มขก 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

1.13 บริษัท แอสเพน อินเทอร์เน็ต อี-วันท์ จำกัด

สำนักงาน : 21994 คูโบะ สาทรูอาหรับเอมิเรต

1.14 บริษัท เทรเบียง จำกัด

สำนักงาน : 545 ซอยประดิพัทธ์มขก 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

1.15 บริษัท จี คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด

สำนักงาน : 99/415 ซอยสวนหลวง ถนนกัลปพฤกษ์ บางกอก เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร

1.16 บริษัท อินสปาย อิมเมจ จำกัด

สำนักงาน : 957/28-30 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

รับรองความถูกต้อง

- 1.17 บริษัท ไอจีเอ็ม จำกัด
- 1.18 บริษัท ดี ซีจีที ทีวี จำกัด
- 1.19 บริษัท อินเทอร์เน็ต ประเทศไทย จำกัด
- 1.20 บริษัท เอ เจเนอรัล เอเจนซี่ จำกัด
- 1.21 บริษัท เอ็นไอโรเซล (ประเทศไทย) จำกัด
- 1.22 บริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด
- 1.23 บริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด
- 1.24 บริษัท เอ็มจีเอ จำกัด
- 1.25 บริษัท โกลบอล มิวสิค แอนด์ มีเดีย (ประเทศไทย) จำกัด
- 1.26 บริษัท อิมเมจ ออน แอร์ จำกัด
- 1.27 บริษัท แชนแนล (จี) มิวสิค (ประเทศไทย) จำกัด
- 1.28 บริษัท บลูมีเดีย คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด
- 1.29 บริษัท นาตว บางกอก จำกัด
- 1.30 บริษัท สวิสต์ทีวีสูง จำกัด
- 1.31 บริษัท แฟมมิลี โนฮาว จำกัด
- 1.32 บริษัท ลักซ์ (666) แซทเทิลไลท์ จำกัด
- 1.33 บริษัท เจ เอส แอล แชนแนล จำกัด
- 1.34 บริษัท แม็กซ์ ทีวี จำกัด
- 1.35 บริษัท บีที อี.วัน จำกัด
- 1.36 บริษัท ทาวน์ แชนแนล จำกัด
- 1.37 บริษัท แอปบีไอ จำกัด
- 1.38 TVMINDEX Advertising Co., Ltd.
- 1.39 Myanmar Index Creative Village Co., Ltd.
2. ที่อยู่สำนักงานใหญ่สำหรับบริษัทอื่น มีดังนี้
 - 2.1 บริษัท คาราโอเกะ เซ็นเตอร์ จำกัด
 - 2.2 บริษัท เอ-โพรโมชัน จำกัด
 - 2.3 บริษัท ซีอีเอ็ม จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน : 545 ซอยปรีดิพนมมงคล 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 555 ซอยลาดพร้าว 107 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 545 ซอยปรีดิพนมมงคล 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 1755/4 ซอยลาดพร้าว 94 (ปิ่นเกล้า) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 957/28-30 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 545 ซอยปรีดิพนมมงคล 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 545 ซอยปรีดิพนมมงคล 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 38 อาคารชาวันซ์ ซอยสุขุมวิท 69 (ซอยสาตินันมิตร) ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 6th Floor, Sunning Plaza, 10 Hysan Avenue, Causeway Bay, Hong Kong
 สำนักงาน : 217/7 ซอยสุขุมวิท 63 (เอกมัย) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 989 อาคารสยามดิสคัฟเวอร์ ชั้นที่ 6 ห้องเลขที่ 608-609 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 545 ซอยปรีดิพนมมงคล 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 92/14 ซอยสุขุมวิท 31 (สวัสดี) แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 92/44 ซอยสุขุมวิท 31 (สวัสดี) แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 1417 ซอยลาดพร้าว 94 (ปิ่นเกล้า) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 154 ซอยลาดพร้าว 107 (ดิสม ไซท์) ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 545 ซอยปรีดิพนมมงคล 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 957/28-30 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 545 ซอยปรีดิพนมมงคล 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 139 อาคารเศรษฐีวรรณ ถนนปิ่น แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : 12 Nguyen Thi Minh Khai, Da Kao Ward, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam
 สำนักงาน : Room No.(1402-1403), Olympic Tower (1), Corner of Maha Bandoola road, Bo Aung Kyaw street, Kyauktada Township, Yangon, Republic of the Union of Myanmar
 สำนักงาน : 21/38-39 หมู่ 2 ซอยวิภาวดี 60 แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : อาคารจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ เฟส เลขที่ 50 ถนนสุขุมวิท 21(อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 สำนักงาน : อาคารเนชั่นทาวเวอร์ ชั้น 19 เลขที่ 1858/87-90 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร

6.3 บุคคลอ้างอิงอื่น

นายทะเบียนหุ้น

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 4 และ 6-7

ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ 0 2229 2800 โทรสาร 0 2359 1259

ผู้สอบบัญชี

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

(เดิมชื่อ บริษัท สำนักงาน เอ็นสท์ แอนด์ ยัง จำกัด)

ชั้นที่ 33 อาคารเลครัชดา 193/136-137

ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ 0 2264 0777 และ 0 2661 9190

โทรสาร 0 2264 0789-90 และ 0 2661 9192

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย

บริษัท เบเคอร์ แอนด์ แม็คเค็นซี จำกัด

รับรองความถูกต้อง

อาคารอับดุลราฮิม ชั้น 22-25 เลขที่ 990 ถนนพระราม 4
แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์ 0 2636 2000 โทรสาร 0 2636 2111

บริษัท วีระวงศ์, ชินวัฒน์ และ เพ็ญพนอ จำกัด
อาคารเมอริควีทาวเวอร์ ชั้น 19 ชั้น 21 ชั้น 23
เลขที่ 540 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์ 0 2264 8000 โทรสาร 0 2657 2222