

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท แมทชิง แม็กซิมิซ โซลูชั่น จำกัด (มหาชน) [ เดิมชื่อ บริษัท แมทชิง สตูดิโอ จำกัด (มหาชน) ] ก่อตั้งขึ้นในปี 2535 ด้วยทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 1 ล้านบาท ในปี 2547 บริษัท บีบีทีวี โปรดักชั่นส์ จำกัด ได้เข้าร่วมถือหุ้น ปัจจุบันบริษัทประกอบธุรกิจ คือ ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ ธุรกิจให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์ ธุรกิจติดต่อเทคนิคทางภาพและเสียง (Post Production) ธุรกิจให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำ

โดยบริษัทดำเนินการภายใต้ วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission) ดังนี้

**วิสัยทัศน์ (Vision) :-** เป็นผู้นำในธุรกิจให้บริการสนับสนุนการสร้างผลงานของธุรกิจบันเทิงระดับสากล

**พันธกิจ (Mission) :-** รักษาระดับมาตรฐานและพัฒนาความเป็นมืออาชีพในธุรกิจการให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำภาพยนตร์และภาพยนตร์โฆษณา ควบคู่กับการพัฒนาสตูดิโอให้มีระดับมาตรฐานสากล (NC25) เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างครบถ้วน

### ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทประกอบด้วยธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ และมีการขยายธุรกิจในด้านต่าง ๆ ออกไปภายใต้กลุ่มบริษัทในเครือ เช่น ธุรกิจให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำ ธุรกิจให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำ ธุรกิจ Post Production และธุรกิจใหม่คือธุรกิจประสานงานการถ่ายทำภาพยนตร์ ซึ่งคาดว่าจะเริ่มดำเนินการได้ในปี 2562 เป็นการต่อยอดจากธุรกิจเดิมของกลุ่มบริษัทที่มีความชำนาญ และเป็นการให้บริการสนับสนุนการผลิตผลงานของธุรกิจบันเทิง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์**

ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยเช่าเวลาจากทางสถานีเพื่อออกอากาศรายการโทรทัศน์และขายโฆษณาให้แก่บริษัทตัวแทนโฆษณาหรือเจ้าของสินค้าโดยตรง และดำเนินการรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ให้แก่สถานีอีกด้วย ในปี 2561 บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ รายการ “ ปลดหนี้ ”

- **ธุรกิจให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำ**

ดำเนินการให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำภาพยนตร์ ภาพยนตร์โฆษณา และละคร รวมถึงการให้บริการจัดหาบุคลากรที่มีทักษะความชำนาญและความรู้ในการใช้อุปกรณ์ดังกล่าว และจัดส่งอุปกรณ์ให้เข้าถึงสถานที่ถ่ายทำ

- **ธุรกิจให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำ**

ดำเนินการให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำ สำหรับรองรับผู้ประกอบการผลิตภาพยนตร์ ภาพยนตร์โฆษณาทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผู้ประกอบกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้ประกอบการจัดกิจกรรม หรืออีเวนต์ต่างๆ

- **ธุรกิจติดต่อเทคนิคทางภาพและเสียง ( Post Production)**

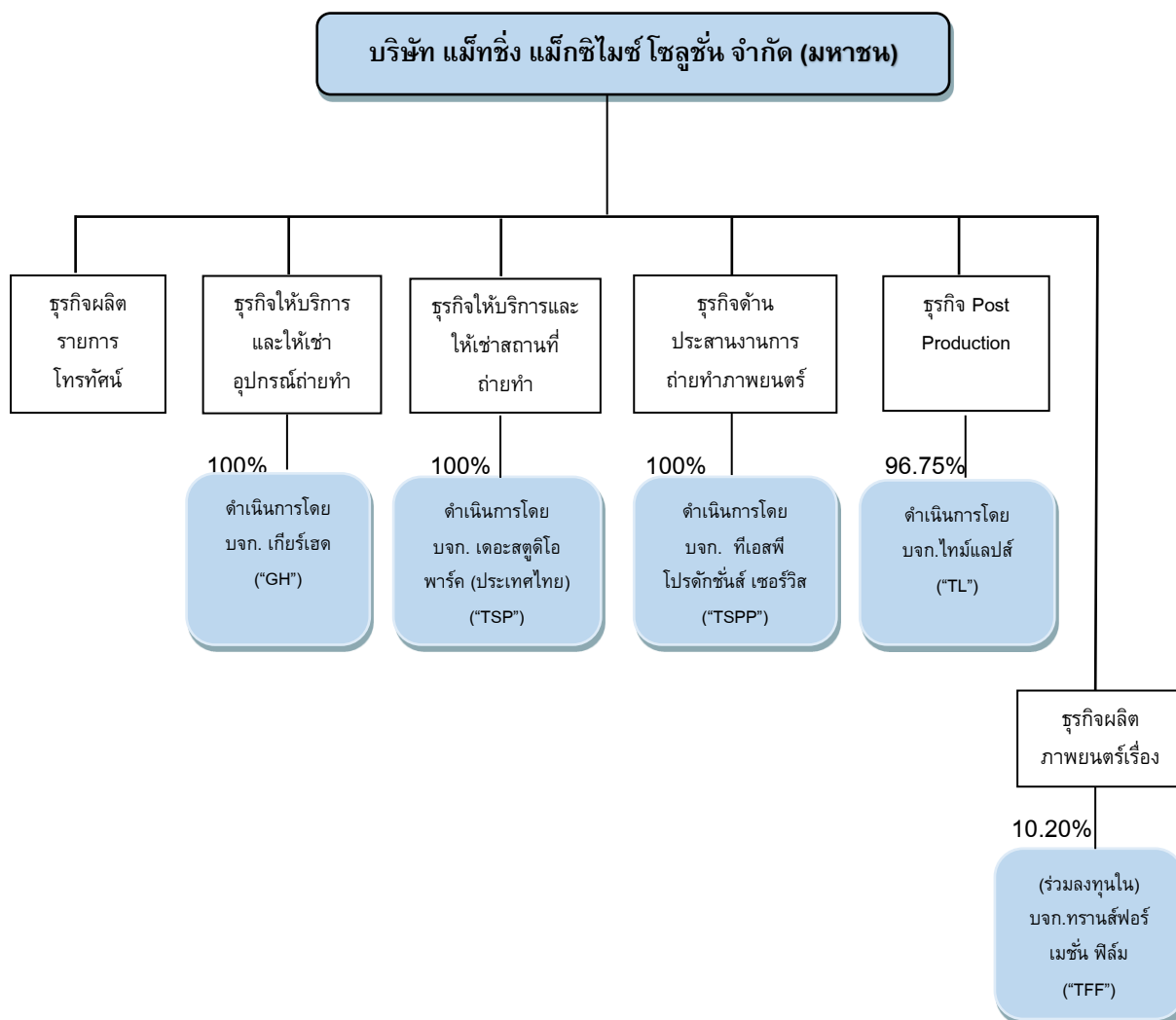
ดำเนินการผลิตและรับจ้าง ตัดต่อ ทำเทคนิคพิเศษทางภาพ บันทึกเสียง ภาพยนตร์ประเภทต่างๆ และสื่อทุกประเภทและทำธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

• ธุรกิจผลิตภาพยนตร์เรื่อง

ดำเนินการร่วมทุนในการผลิตและจัดสร้างภาพยนตร์ไทยและนำภาพยนตร์ออกฉายในโรงภาพยนตร์และจัดจำหน่ายในช่องทางต่างๆ

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โครงสร้างกลุ่มบริษัทแยกตามประเภทธุรกิจดังนี้



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทตามงบการเงินรวม โดยจำแนกตามส่วนธุรกิจ สำหรับปี 2559-2561 ประกอบด้วย รายได้ต่างๆ ดังต่อไปนี้

งบการเงินรวม	ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ธุรกิจหลัก :-						
1.ให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์	355.58	76.81	351.00	76.93	366.52	71.79
2.ให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำ*	-	-	12.17	2.67	51.69	10.12
3.ผลิตรายการโทรทัศน์	81.69	17.65	58.45	12.81	44.13	8.64
4.ให้บริการตัดต่อ	12.47	2.69	22.43	4.92	20.56	4.03
5.ผลิตภาพยนตร์โฆษณา	2.43	0.53	-	-	-	-
6.ขายสินค้า	4.50	0.97	4.36	0.96	5.10	1.00
<b>รายได้จากธุรกิจหลัก</b>	<b>456.67</b>	<b>98.65</b>	<b>448.41</b>	<b>98.28</b>	<b>488.00</b>	<b>95.58</b>
รายได้อื่นๆ	6.24	1.35	7.84	1.72	22.56	4.42
<b>รายได้รวม</b>	<b>462.91</b>	<b>100.00</b>	<b>456.25</b>	<b>100.00</b>	<b>510.56</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ \* ธุรกิจให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำเริ่มรับรู้รายได้ในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2560

ในปี 2561 กลุ่มบริษัทประกอบธุรกิจดังนี้ ธุรกิจให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำ ธุรกิจให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำ ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ ธุรกิจให้บริการตัดต่อ (Post Production)

### 2.1 ธุรกิจให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายทำ

#### 2.1.1 ลักษณะการให้บริการ

จัดเตรียมอุปกรณ์และทีมงานในการให้บริการและให้เช่าครอบคลุมลูกค้าในทุกกลุ่ม อันได้แก่ ผู้ผลิตภาพยนตร์ เรื่องยาว ภาพยนตร์โฆษณา สารคดีและมีสคิวิดีโอทั้งในและต่างประเทศ โดยให้บริการภายใต้แบรนด์ “เกียร์เฮด” และผู้ผลิตละคร และรายการโทรทัศน์ ภายใต้แบรนด์ “แฮนด์ เกียร์” และในปี 2561 ได้เปิดให้บริการแก่กลุ่มลูกค้า โฆษณางบประมาณต่ำและสื่อออนไลน์ต่างๆ ภายใต้ชื่อแบรนด์ “ฟุตเกียร์”

อุปกรณ์ที่ GH ให้เช่าหลักๆ มีดังนี้

อุปกรณ์ให้เช่า	ตัวอย่าง
อุปกรณ์กล้องดิจิตอล	กล้องยี่ห้อ Arriflex, Red, Phantom, Sony, Canon, Go Pro เลนส์ Anamorphic Hawk, Master Prime Angenieux, Cooke และ Drone สำหรับ ถ่ายภาพทางอากาศ
อุปกรณ์ไฟ	Tungsten , Daylight , LED รุ่นใหม่ๆ , Super Silent Generator
อุปกรณ์เสียง	เครื่องบันทึกเสียง เครื่องผสมเสียง ไมโครโฟน

อุปกรณ์ให้เช่า	ตัวอย่าง
อุปกรณ์กริป	เครน , ดอลลี , Stabilizer and Non Stabilizer Remote Head , Telescopic Crane
อุปกรณ์ริก	อุปกรณ์ที่จัดทำขึ้นมาพิเศษ เพื่อใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ตามความต้องการของลูกค้า
รถบริการ	รถตู้บริการ รถบริการเครื่องดื่ม รถบริการห้องน้ำและรถมอเตอร์โฮม

ทั้งนี้การให้เช่าอุปกรณ์จะรวมถึงการให้บริการจัดบุคลากรที่มีทักษะความชำนาญและความรู้ในการใช้อุปกรณ์ดังกล่าวไปพร้อมกัน โดยมีการบริการยานพาหนะจัดส่งอุปกรณ์ให้เช่าถึงสถานที่ถ่ายทำ อาทิเช่น รถบรรทุกหกล้อ รถตู้ รถกระบะบรรทุกทุกอุปกรณ์ เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องขนส่งอุปกรณ์และการถ่ายทำให้ทันตามเวลานัดหมายของลูกค้า

## 2.1.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 1. อุตสาหกรรม

- อุตสาหกรรมภาพยนตร์

ภาพยนตร์ไทย

ปี 2561 มีภาพยนตร์ไทยเข้าฉายในโรงภาพยนตร์เพียง 43 เรื่อง ลดลงจากปี 2560 ซึ่งมีจำนวน 48 เรื่อง ภาพรวมมีทั้งภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จได้รับการตอบรับจากผู้ชม สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมากและที่ไม่ประสบความสำเร็จ โดยรายได้รวมประมาณ 2,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นถึงเท่าตัวจากปี 2560

### 10 อันดับหนังไทยทำเงินสูงสุดปี 2561 [Thailand Box Office]

อันดับที่	รายชื่อภาพยนตร์	รายได้ (ล้านบาท)
1	นาคี 2	161
2	น้องพี่ที่รัก	146
3	ไบค์แมน ศักรินทร์ทูตหมึก	67
4	Homestay	66
5	๙ ศาสตรา	52
6	ขุนบันลือ	45
7	ขุนพันธ์ 2	44
8	ไทบ้านเดอะซีรีส์ 2.2	32
9	หอแต้วแตก	27
10	The Pool นรก 6 เมตร	27

(รายได้เฉพาะกรุงเทพฯ ปริมณฑล และเชียงใหม่ \* นับถึง 23 มกราคม 2562)

ที่มา : <https://theaterist.blog>

### ภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย

ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการผลิตและการรับชมเป็นอย่างมาก แต่ก็ยังมีแนวโน้มที่จะมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถดูได้จากข้อมูลสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่เปิดเผยตัวเลขของปี 2561 กว่าสามพันล้านบาท ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์เรื่องยาว ละครโฆษณา มิวสิควิดีโอ ที่เลือกประเทศไทยเป็นสถานที่ในการถ่ายทำ ในปี 2561 มีถึง 714 เรื่อง สร้างรายได้เข้าประเทศถึง 3,139.29 ล้านบาท ภาพรวมของอุตสาหกรรมการผลิตภาพยนตร์ จึงถือว่าการเติบโตอย่างต่อเนื่อง



### สถิติการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย (แยกตามประเภท)

ประเภท (เรื่อง/ปี)	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561
ภาพยนตร์โฆษณา	255	296	314	346	294	329	376	371	335
ภาพยนตร์สารคดี	178	155	122	150	159	176	155	156	120
มิวสิควิดีโอ	50	34	41	47	44	57	47	54	46
รายการโทรทัศน์	34	67	80	86	74	62	80	93	72
รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาละเอียดอ่อน	4	8	8	6	6	8	14	35	12
รายการเกมส์/เรียลลิตี้	-	-	3	-	1	9	3	-	32
ละครโทรทัศน์	6	4	6	7	1	1	3	2	5
ภาพยนตร์ชุดทางโทรทัศน์	2	7	9	8	7	16	16	15	16
ภาพยนตร์เรื่องยาว	49	35	53	67	41	63	50	84	74
อื่นๆ	-	-	-	-	4	3	35	-	2
<b>รวม (เรื่อง)</b>	<b>578</b>	<b>606</b>	<b>636</b>	<b>717</b>	<b>631</b>	<b>724</b>	<b>779</b>	<b>810</b>	<b>714</b>
<b>รายได้ (ล้านบาท)</b>	<b>1,869</b>	<b>1,226</b>	<b>1,782</b>	<b>2,173</b>	<b>1,934</b>	<b>3,164</b>	<b>2,371</b>	<b>3,074</b>	<b>3,139</b>
<b>ผลต่าง (%)</b>	<b>108.19</b>	<b>-34.38</b>	<b>45.29</b>	<b>21.97</b>	<b>-11.00</b>	<b>63.60</b>	<b>-25.07</b>	<b>29.65</b>	<b>2.12</b>

ที่มา : กองกิจการภาพยนตร์ กรมการท่องเที่ยว

โดยรูปแบบการผลิต มีการเปลี่ยนแปลงไปในตลาดที่กำลังเติบโตด้วยเม็ดเงินมหาศาลที่เรียกว่าการชมภาพยนตร์ รายการบันเทิง Content ต่าง ๆ ทาง Smart phone , Tablet, Laptop ผ่านการ “Streaming” ตอบรับการสื่อสารในยุค 4G มีการเปิดเผยข้อมูลจาก Box Office Major ตัวเลขยอดขายตั๋วหนังตลอดทั้งปี 2560 มีเพียง 1.239 พันล้านใบ ต่ำที่สุดในรอบ 25 ปี นับจากปี 2535 ถือเป็นการตอกย้ำความแรงของตลาด “Streaming” ซึ่งผู้นำในการให้บริการผ่าน streaming ก็คือ Netflix

ปัจจุบัน Netflix ถือเป็นผู้นำแพลตฟอร์มความบันเทิงทางอินเทอร์เน็ตระดับโลก โดยมีสมาชิกถึงกว่า 125 ล้านราย จาก 190 กว่าประเทศ โดยคิดค่าบริการประมาณ 350 บาทต่อเดือน มีผู้รับชม Content ต่าง ๆ คิดเป็นจำนวนชั่วโมงมากกว่า 125 ล้านชั่วโมงในแต่ละวัน ในปี 2560 มีรายได้ 373,474 ล้านบาท กำไร 17,854 ล้านบาท และเมื่อต้นปี 2559 Netflix ได้เข้ามาเปิดตัวอย่างเป็นทางการในประเทศไทย ซึ่งถือว่าได้รับการตอบรับอย่างดีมีสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ส่วนในประเทศจีน Iqiyi หรืออ้ายฉีอี้ ซึ่งเป็นบริษัทลูกในเครือไป่ตู้ เสิร์ชเอ็นจิน อันดับ 1 ของประเทศจีน เป็นผู้ให้บริการ Streaming ที่มีผู้ชมจำนวนกว่า 60.1 ล้านคนมากที่สุดอยู่ในขณะนี้

ปัจจัยดังกล่าว จึงทำให้มีการลงทุนอย่างมหาศาล ในการสร้างและผลิตคอนเทนต์ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองสมาชิกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกประเทศ รวมถึงการลงทุนถ่ายทำในประเทศไทยด้วย โดยกระแสภาพยนตร์และซีรีส์ของ Netflix ที่กำลังมาแรง จะมีคอนเทนต์ระดับ Premium ที่เป็นความคมชัดระดับ 4K ผ่าน Microsoft EDGE โดยอุปกรณ์ที่ใช้ถ่ายทำต้องมีคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐานของ Netflix ดังนั้นบริษัทให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ที่ต้องการให้บริการแก่ Netflix จึงควรเตรียมความพร้อมอุปกรณ์เพื่อรองรับการเติบโตของตลาด “Streaming” ซึ่งทางเกียร์เฮดได้มีโอกาสให้บริการแก่ Netflix ด้วย

**ปัจจัยเสริมที่ช่วยให้แนวโน้มภาพยนตร์ต่างประเทศสนใจมาถ่ายทำในประเทศไทยมากขึ้นคือ**

1. การสนับสนุนจากภาครัฐโดยการทำการตลาดเชิงรุกไปยังกลุ่มเป้าหมายในประเทศต่างๆ โดยเดินทางไปร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความพร้อมของประเทศไทย การนำเสนอข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศที่ถ่ายทำในประเทศไทย (Incentive Measure) ซึ่งจะคืนค่าใช้จ่ายให้แก่คณะผู้ถ่ายทำระหว่าง 15% - 20% ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
2. การจัดให้มีการเลือกตั้งในปี 2562 จะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้สร้างภาพยนตร์และบริษัทรับประกันภัยภาพยนตร์ต่างประเทศในการที่จะอนุมัติให้ภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย
3. ความสวยงามของประเทศ ความคุ้มค่า ความพร้อมของบุคลากร อุปกรณ์ และโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทำภาพยนตร์ของประเทศไทยจะช่วยสนับสนุนให้การตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำได้ง่ายขึ้น

2. การแข่งขัน
 

ปัจจัยที่ลูกค้าใช้ในการเลือกใช้บริการเช่าอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์หลักๆ ได้แก่

  - 2.1 ราคา เป็นปัจจัยหลักที่ลูกค้าเลือกใช้เป็นอันดับแรก เนื่องจากเศรษฐกิจและการแข่งขันของลูกค้ากันเองเพื่อให้ได้งาน ทำให้งบในการถ่ายทำถูกลดต่ำลงมาด้วย การแข่งขันกันลดราคามีแต่จะทำให้สถานการณ์บริษัทแย่ลง
  - 2.2 ทีมงาน ทั้งส่วนที่ออกกองและส่วนสนับสนุนที่ดีและมีประสิทธิภาพจะช่วยให้งานของลูกค้าสำเร็จด้วยดีอย่างรวดเร็วและเรียบร้อย อีกทั้งช่วยให้ภาพลักษณ์ของกองถ่ายดูดีเป็นระเบียบเรียบร้อย
  - 2.3 อุปกรณ์ พื้นฐานของแต่ละบริษัทให้เช่าจะมีเหมือนกัน บริษัทให้เช่าที่มีอุปกรณ์สภาพดี รุ่นใหม่ มีความหลากหลาย และมีอุปกรณ์ที่พิเศษกว่าจะได้เปรียบกว่าที่อื่น มีบ่อยครั้งที่ลูกค้าสอบถามถึงอุปกรณ์รุ่นใหม่หรือเพียงบางชิ้นที่เราไม่มีแต่คู่แข่งมี ทำให้ลูกค้าจ้างงานทั้งหมดไปใช้คู่แข่ง
  - 2.4 ชื่อเสียง เป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อถือให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าต่างประเทศที่ไม่เคยมาถ่ายทำในประเทศไทย มักจะสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ
3. ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้
  - 3.1 ลูกค้าตลาดระดับบน ลูกค้าที่มีความต้องการใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพและทันสมัยในการถ่ายทำ ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงลูกค้าจากประเทศใกล้เคียงที่ติดต่อเช่าอุปกรณ์พิเศษบางชิ้นไปใช้ที่ประเทศของตน
  - 3.2 ลูกค้าตลาดระดับกลางหรือล่าง ลูกค้าที่มีความต้องการใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพและทันสมัยไม่มากในการถ่ายทำ โดยเน้นควบคุมต้นทุนเป็นหลัก ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตละครทั้งในและต่างประเทศ บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ มีวีสควีดีโอ บริษัทผู้จัดกิจกรรมการแสดงต่างๆ (Event)
  - 3.3 บริษัทที่ดำเนินธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์ ในกรณีที่ลูกค้ามีความต้องการอุปกรณ์บางชนิดเพิ่มเติมและบริษัทให้เช่าอุปกรณ์นั้นไม่มีหรือไม่ว่างจึงมีการเช่าอุปกรณ์ระหว่างบริษัทกัน
4. การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่ายและให้บริการ
 

บริษัทมีฝ่ายการตลาดทำหน้าที่ในการประสานการให้เช่าอุปกรณ์ โดยเจ้าหน้าที่ของบริษัทจะเข้าไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง เพื่อเสนอรูปแบบและแพ็คเกจ โดยรูปแบบการให้เช่ามีทั้งที่เป็นรายวันหรือเหมาทั้งงานขึ้นอยู่กับลักษณะงานหรือความต้องการของลูกค้า
5. นโยบายการกำหนดราคา
 

กลุ่มบริษัทมีนโยบายในการกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐาน และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยระดับราคากำหนดจากต้นทุนของอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา บวกกำไรหรือผลตอบแทนในระดับที่เหมาะสมโดยเทียบเคียงกับผู้ให้บริการเช่าอุปกรณ์ประเภทเดียวกัน
6. กลยุทธ์การแข่งขัน
  - 6.1 การมีอุปกรณ์ทุกประเภทตามที่ต้องการ ในสภาพดีพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา
  - 6.2 การมีบุคลากรที่มีความรู้และทักษะในการใช้อุปกรณ์เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า
  - 6.3 จัดแพ็คเกจราคาประหยัด เพื่อการให้เช่าอุปกรณ์ในราคาที่จูงใจลูกค้า
  - 6.4 จัดกลยุทธ์ในการหาลูกค้าใหม่ และรักษาลูกค้าเดิม
  - 6.5 การเป็นพันธมิตรกับบุคลากรในวงการเพื่อส่งต่อข้อมูลและแนะนำลูกค้า
  - 6.6 การมีสตูดิโออยู่ในพื้นที่เดียวกันจะช่วยเสริมจุดแข็งซึ่งกันและกัน
  - 6.7 จัดตั้งทีมงานและชุดอุปกรณ์เพื่อรับงานที่มีงบน้อย



### 2.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มบริษัท แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ การจัดหาอุปกรณ์และการจัดหาบุคลากร

1. จัดหาอุปกรณ์โดยดูจากความต้องการของลูกค้าหลายๆราย ความนิยมของอุปกรณ์นั้น คู่แข่ง เพื่อรักษาลูกค้าไม่ให้เลือกไปใช้ของคู่แข่ง
2. จัดหาบุคลากร โดยเปิดรับสมัครเป็นรุ่นๆ เพื่อจะได้เข้าไปโปรแกรมฝึกอบรมพร้อมๆกัน และออกมาทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

## 2.2 ธุรกิจให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำ

โครงการสตูดิโอ (The Studio Park (Thailand) ) ตั้งอยู่บนที่ 216 ไร่ ที่อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ เริ่มเปิดดำเนินการได้ภายในกลางปี 2560 The Studio Park เป็นธุรกิจให้บริการ Sound Stage และพื้นที่บริเวณภายนอกโดยรอบๆ สำหรับให้บริการแก่กองถ่ายทำภาพยนตร์และโฆษณาเป็นหลัก ตลอดจนให้บริการแก่กลุ่มกองถ่ายทำรายการโทรทัศน์ต่างๆ และมีบริการเสริมในการช่วยหา Location ในประเทศไทยที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งทางบริษัทเริ่มหาพันธมิตรเข้ามา เช่น กลุ่มพันธมิตรของบริษัทในเครือ โรงแรม สนามกอล์ฟ เป็นต้น

### 2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์/บริการ

เป็นโครงการให้เช่าสตูดิโอ โดยมีสตูดิโอจำนวน 5 สตูดิโอ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

สตูดิโอขนาดเล็ก 20x30x12 เมตร จำนวน 2 สตูดิโอ

สตูดิโอขนาดกลาง 30x40x12 เมตร จำนวน 2 สตูดิโอ

สตูดิโอขนาดใหญ่ 40x60x14 เมตร จำนวน 1 สตูดิโอ

โดยฟังก์ชันหลักๆ ของโครงการ ประกอบด้วย

- Acoustic Design ระบบป้องกันเสียงตามระดับมาตรฐานสากล ("NC 25")
  - Practical Design ระบบโครงสร้างที่รองรับน้ำหนักได้มาก
  - Space พื้นที่โล่งกว้างซึ่งสามารถรองรับการสร้างหรือจำลองฉากสำหรับภาพยนตร์และรายการต่างๆทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ
  - Production Convenience ฟังก์ชันต่างๆสำหรับอำนวยความสะดวกสบายครบครัน เช่น ห้องแต่งตัว ห้องพักนักแสดง ห้องประชุม ห้อง VIP Room ที่มีความเป็นส่วนตัว เป็นต้น ซึ่งภายในสตูดิโอ มีห้อง VIP Lounge จำนวน 2 ห้อง ( VIP Lounge A และ Lounge B) สำหรับรองรับลูกค้าพิเศษโดยเฉพาะ Lounge B มีช่องทางต่างที่สามารถมองลงไปเห็นในขณะถ่ายทำในสตูดิโอได้ หรือสามารถ Live monitor ขึ้นมาให้ดูแบบ Real Time บนห้องรับรองได้สำหรับลูกค้าหรือแขกคนสำคัญ และมีอาคารสร้างและเก็บฉาก ตลอดจนพื้นที่จอดรถที่สามารถรองรับรถที่มามากได้จำนวนมาก เพื่อรองรับการใช้บริการ
- ตลอดจนมีอาคาร Production Office หรือ บ้านต้นไม้ ซึ่งเป็นอาคารรูปแบบโปร่ง สามารถมองเห็นวิวได้รอบ มีห้องทั้งหมด 4 ห้อง ซึ่งสามารถเปิดเป็นส่วนเพิ่มเติมสำหรับการถ่ายทำ โดยสามารถดัดแปลงห้องต่างๆ เหล่านี้ได้ ตลอดจนมีการก่อสร้างสถานที่สำหรับเป็นครัวสำหรับกองถ่ายทำ ซึ่งสามารถแยกเป็นส่วนครัวเนื้อสัตว์ ครัวผัก และส่วนอาหารฮาลาล (Halal) ได้
- นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ให้เช่าภายนอกอาคาร (Out Door) สำหรับรองรับการใช้บริการได้อย่างครบถ้วน เช่น
- Backlot พื้นที่ว่างที่สามารถสร้างฉากที่ต้องการถ่ายทำภายนอกไม่จำกัดขนาด
  - T Lot พื้นที่ระหว่างอาคารที่สามารถสร้างฉากที่เป็นลักษณะทางเดิน ตรอก ซอกซอย ซึ่งต้องอาศัยอาคารเป็นตัวรับฉาก



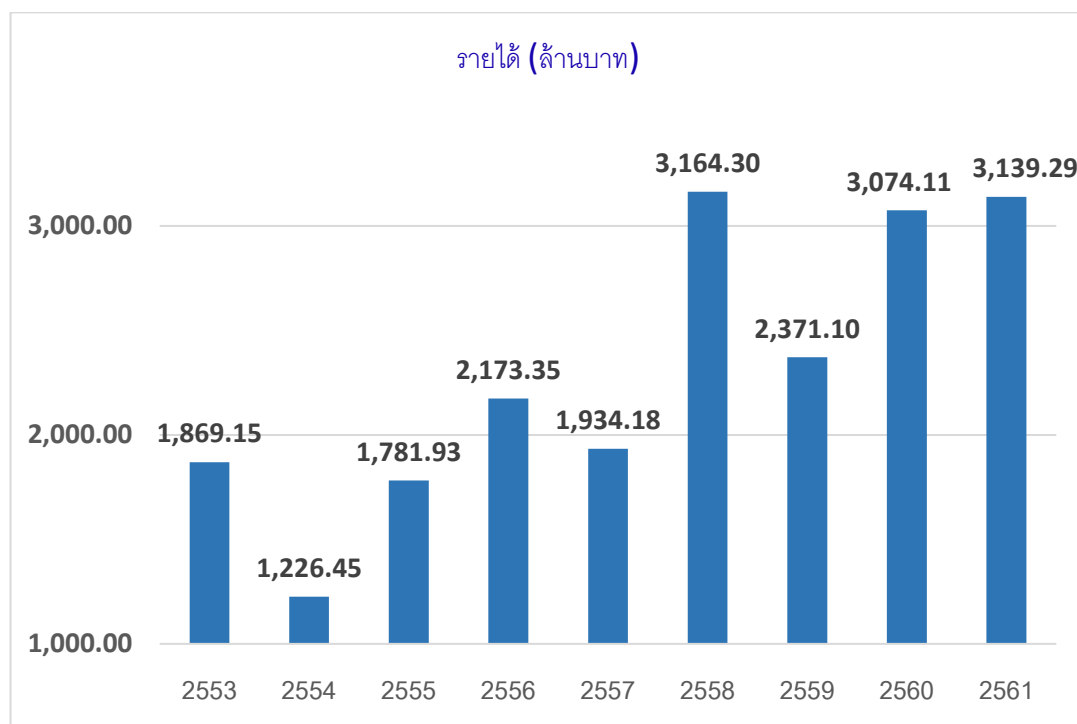
- Lake ทะเลสาบธรรมชาติภายในโครงการ สามารถถ่ายทำบรรยากาศริมน้ำได้
- Natural Canal บรรยากาศคลองธรรมชาติ
- The Scene โกดังเปล่าที่มีโครงสร้างสวยงาม เหมาะแก่การเป็นฉากถ่ายทำ ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์โฆษณา ภาพนิ่ง หรือแม้แต่เกมส์โชว์ หรือใช้เป็นที่พักกองถ่ายก็ยังได้

## 2.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 1. อุตสาหกรรม

จากข้อมูลของกองกิจการภาพยนตร์ กรมการท่องเที่ยว มีภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี 2561 จำนวน 714 เรื่อง ลดลงจากปี 2560 ที่มีจำนวน 810 เรื่อง หรือลดลงร้อยละ 11.85 แต่หากเทียบกับรายได้ที่เกิดขึ้นจะพบว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยในปี 2561 มีรายได้มูลค่า 3,139.29 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.12 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 ที่มีมูลค่า 3,074.11 ล้านบาท

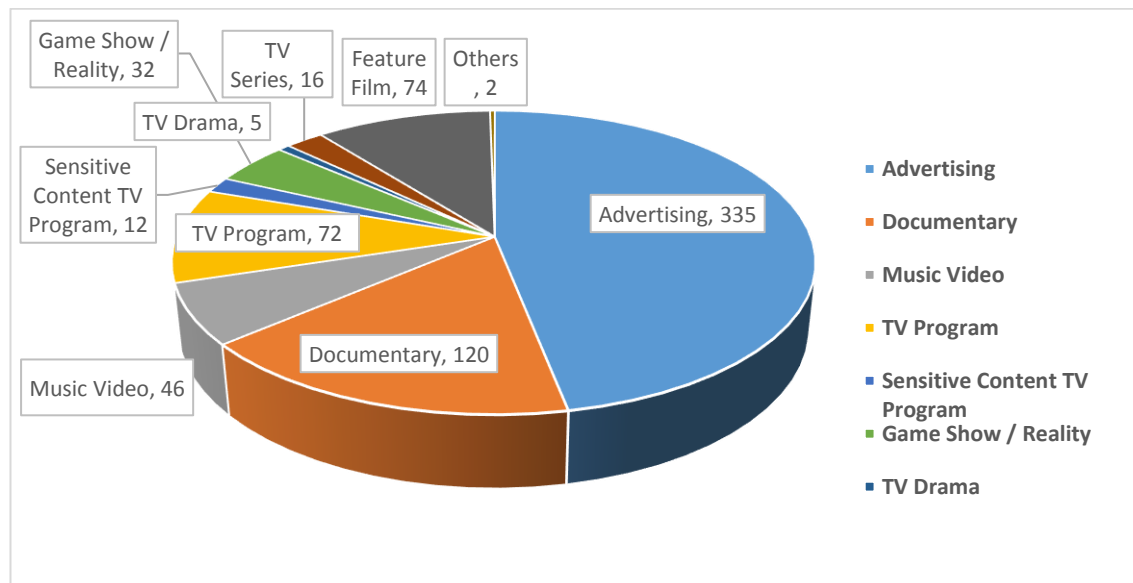
รายได้ในการเข้ามาถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ปี 2553- 2561



ประเทศที่ทำรายได้จากการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์มากที่สุด 3 อันดับในปี 2561 คือ สหรัฐฯ ทำรายได้ 1,246 ล้านบาท รองลงมาคือจีน 430 ล้านบาทและอินเดีย 279 ล้านบาท โดยประเภทของภาพยนตร์ที่เข้ามาถ่ายทำมากที่สุดคือ ภาพยนตร์โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 335 เรื่อง

โดยแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์นั้น ที่ผ่านมารัฐบาลได้มีการออกมาตรการมาช่วยสนับสนุนด้วยการคืนเงินจากการใช้จ่ายระหว่างถ่ายทำในประเทศไทยให้ 15% พร้อมกับเพิ่มสิทธิประโยชน์พิเศษหากเลือกใช้นักแสดงจากในประเทศไทย หรือใช้อุปกรณ์ในประเทศไทยได้เงินคืนเพิ่มอีก 3 % และหากเนื้อหาของภาพยนตร์เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศจะได้รับเงินคืนเพิ่มอีก 2 % รวมทั้งหมด 20 %

• จำนวนภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย ในปี 2561 (แยกตามประเภท)



ที่มา <http://www.tourism.go.th> กรมการท่องเที่ยว

2. การแข่งขัน

เนื่องจากโครงการ The Studio Park (Thailand) เป็นสตูดิโอแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยที่สร้างขึ้นเทียบเท่ามาตรฐานสากล ทั้งระบบโครงสร้างและระบบป้องกันเสียงตามระดับมาตรฐานสากล (“NC 25”) ทำให้โครงการ The Studio Park (Thailand) มีส่วนได้เปรียบคู่แข่งในเรื่องคุณภาพของสินค้าและบริการ ตลอดจนการมีธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำที่บริษัทมีความชำนาญและประสบการณ์ในการให้บริการในวงการถึง 20 ปีอยู่ในบริเวณเดียวกัน ทำให้บริษัทมีความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าทุกด้าน

ในปี 2561 นอกจากธุรกิจให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำได้มีโอกาสดำเนินการแก่ Netflix แล้ว ธุรกิจให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำยังได้มีโอกาสดำเนินการแก่กองถ่ายทำภาพยนตร์ขนาดใหญ่จากต่างประเทศด้วยเช่นกัน ซึ่งบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นกองถ่ายภาพยนตร์ขนาดใหญ่ได้อย่างเต็มรูปแบบ และได้ผลตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้า ทั้งนี้จากสตูดิโอที่เทียบเท่ามาตรฐานสากล ตลอดจนการให้บริการที่ดีและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่จอดรถสำหรับกองถ่ายที่เพียงพอ ทีมงานบริการในส่วนต่างๆ การรักษาความปลอดภัยที่เข้มแข็ง ทำให้ The Studio Park ได้เข้าไปอยู่ใน Global production map ที่เป็นจุดสนใจของ Production ต่างชาติมากขึ้นและทำให้ประเทศไทยเป็นที่ดึงดูดกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศให้เข้ามาในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งได้ 2 ประเภท

- กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ได้แก่ กองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย ที่มีความต้องการถ่ายทำในสถานที่ต่างๆและในสตูดิโอ เช่น Production House and Agency , E Sport and Gaming Event
- กลุ่มลูกค้าในประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วยลูกค้าหลากหลายประเภทดังนี้
  - กลุ่มลูกค้าภาพยนตร์โฆษณา
  - กลุ่มลูกค้าที่ต้องการใช้สถานที่ในการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ต่างๆ เช่น Entertainment , Reality Show , เกมโชว์ , Sit Com, Drama, ซีรีส์ , การประกวดร้องเพลง , รายการข่าว , รายการกีฬา

- กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการใช้สถานที่สำหรับทำกิจกรรมต่างๆ เช่น จัดอีเวนท์ ทั้งภายในสตูดิโอและภายนอก เป็นต้น ทั้งนี้ภายในสตูดิโอและภายนอกสามารถดัดแปลงให้เหมาะกับกิจกรรมต่างๆได้และสามารถรองรับคนปริมาณมากได้
4. กลยุทธ์ในการแข่งขัน
- บริษัทมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าทั้งในตลาดในประเทศและในตลาดต่างประเทศ ตลอดจนการทำประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าหลักและเจาะตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยตรง ทั้งภายในและต่างประเทศ ตลอดจนการจัดเตรียมในด้านต่างๆ ให้เตรียมพร้อมสำหรับการรับงาน ซึ่งเป็นการเพิ่มจุดแข็งและศักยภาพ ดังเช่น
- Tailor made service การเข้าไปรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า และการหาพันธมิตรเข้าไปร่วมตอบโจทย์ของลูกค้า เพื่อให้การทำงานของลูกค้ายะลวยสบายยิ่งขึ้นและครบวงจรทีเดียวในประเทศไทย
  - Net Working พัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมืออาชีพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ
  - Guests speaker at film festivals to represent Thailand as a Production hub การเข้าร่วมรับเชิญในงานเทศกาลภาพยนตร์เพื่อเป็นตัวแทนประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการผลิต และเผยแพร่โครงการ The Studio Park ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
  - Participate in overseas fairs การให้ความร่วมมือกับภาครัฐ เพื่อที่จะนำเสนอประเทศไทยถึงความพร้อมในทุกๆด้าน ตลอดจนศักยภาพที่จะรองรับกองถ่ายทำจากต่างประเทศ
  - พัฒนาด้าน Facilities ตลอดจนพัฒนาทักษะการให้บริการในด้านต่างๆ ให้เทียบเท่ากับมาตรฐานของต่างประเทศ เพื่อเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดในการตัดสินใจของลูกค้า

## 2.3 ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์

### 2.3.1 ลักษณะการให้บริการ

กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ 2 รูปแบบได้แก่ 1) การเช่าเวลาจากสถานีโทรทัศน์ เพื่อออกอากาศรายการโทรทัศน์ของบริษัท 2) การรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ให้แก่สถานี (ผู้จ้าง) โดยรายได้จากธุรกิจดังกล่าวมาจากการขายเวลาโฆษณาหรือการโปรโมทสินค้าและ/หรือบริการในรายการโทรทัศน์ และจากการรับจ้างผลิตรายการ สำหรับรูปแบบรายการของกลุ่มบริษัทมีรูปแบบดังนี้

#### เกมโชว์

รายการที่ให้ผู้ร่วมรายการเล่นเกมเพื่อแข่งขันชิงเงินรางวัล โดยมุ่งเน้นให้ผู้ร่วมรายการและผู้ชมรายการได้รับทั้งสาระและความบันเทิง โดยสอดแทรก แง่คิดและความรู้ต่างๆ ผ่านความสามารถของผู้เล่นเกม หรือการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ ในปี 2561 กลุ่มบริษัทมีรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์ที่ออกอากาศจำนวน 1 รายการ ดังนี้

- รายการ “ ปลดหนี้ ” เป็นรายการเกมโชว์ประเภทสาระและบันเทิงเพื่อสังคม นำความสามารถพิเศษของผู้ร่วมรายการมาเล่นเกมเพื่อปลดหนี้ ถ้าทำสำเร็จทางรายการก็จะปลดหนี้ให้ โดยผู้ชมรายการได้รับทั้งสาระและความบันเทิง เน้นการช่วยเหลือคนในสังคมที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ มีการสอดแทรกเนื้อหา แง่คิดและความรู้ต่างๆ ไว้ในรายการผ่านความสามารถของผู้เล่นเกม

### 2.3.2 การตลาดและการแข่งขัน

#### 1. อุตสาหกรรม

##### • อุตสาหกรรมโฆษณา

ตารางเปรียบเทียบเม็ดเงินโฆษณา ปี 2560-2561

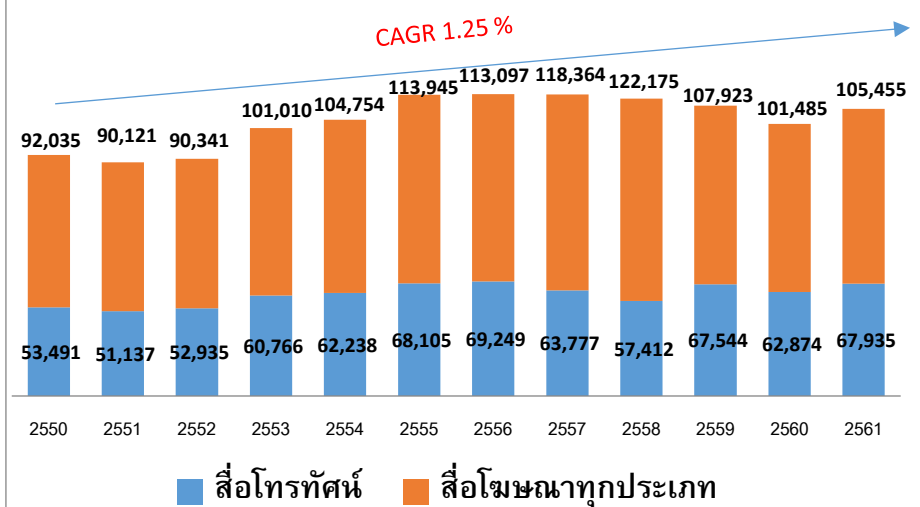
สื่อโฆษณาจำแนกตามประเภท	ปี 2560 (ล้านบาท)	ปี 2561 (ล้านบาท)	การเติบโต (%)
โทรทัศน์	62,874	67,935	8.05
เคเบิลทีวี / ทีวีดาวเทียม	2,913	2,434	(16.44)
หนังสือพิมพ์	7,706	6,100	(20.84)
โรงภาพยนตร์	6,816	7,312	7.28
วิทยุ	4,476	4,802	7.28
นิตยสาร	1,982	1,315	(33.65)
สื่อกลางแจ้ง	6,384	6,833	7.03
สื่อเคลื่อนที่ (Transit)	5,876	6,067	3.25
สื่อในห้าง (In-Store)	946	1,054	11.42
สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet)	1,513	1,605	6.08
ยอดรวม	101,485	105,455	3.91

ที่มา : Nielsen Media Research

จากรายงานข้อมูลงบการใช้เม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ของนิลเสน (ประเทศไทย) พบว่า ในปี 2561 มูลค่าการใช้เม็ดเงินโฆษณา 105,455 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 เป็นจำนวน 3,971 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 3.91 โดยการใช้โฆษณาผ่านสื่อ 3 ลำดับหลัก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อโรงภาพยนตร์ และสื่อกลางแจ้ง โดยสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อที่มีมูลค่ามากที่สุดถึง 67,935 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 64.42 ของสื่อทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 5,601 ล้านบาทหรือเติบโตขึ้นร้อยละ 8.05 รองลงมาคือสื่อในโรงภาพยนตร์ มีมูลค่าการใช้โฆษณา 7,312 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 7.28 และสื่อกลางแจ้ง มีมูลค่าการใช้โฆษณา 6,833 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.03 โดยแบรนด์ที่ใช้โฆษณาสูงยังคงเป็นแบรนด์เดิม ๆ ในกลุ่ม FMCG โตราคมเนคัม และรถยนต์ และแบรนด์ TV Direct เป็นแบรนด์ที่มามีการใช้เม็ดเงินโฆษณาที่เพิ่มขึ้นจากปี 2560 สูงสุด

แม้เม็ดเงินโฆษณาสื่อโทรทัศน์ยังครองอันดับหนึ่งด้วยส่วนแบ่งการตลาดมากกว่า 60 % หากพิจารณามูลค่าประมาณ 6-7 หมื่นล้านบาทต่อปี ซึ่งอยู่ในอัตราที่ตั้งแต่ฟรีทีวี อนาคตถึงยุคทีวีดิจิทัล สะท้อนให้เห็นว่า เม็ดเงินโฆษณาทีวีไม่เพิ่มขึ้นแต่จำนวนช่องเพิ่มขึ้น 4 เท่าตัว เท่ากับว่าทั้งผู้ชมและเม็ดเงินโฆษณากระจายตัวไปยังทีวีดิจิทัลช่องใหม่ แม้ช่องผู้นำยังครองอันดับเรตติ้งเหมือนเดิม แต่ทั้งผู้ชมและรายได้โฆษณาไม่เหมือนเดิม โดยเฉพาะการเติบโตของประชากรออนไลน์ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตกว่า 80 % ของคนไทย มีพฤติกรรมกรรมการใช้โซเชียลมีเดียมากขึ้น (อ้างอิง บทความจาก The Bangkok Insight วันที่ 31 ธ.ค.2561)

### มูลค่าการใช้จ่ายผ่านสื่อโฆษณาในประเทศไทย ปี 2550 - 2561 (ล้านบาท)



#### 2. ภาวะการแข่งขัน

ผู้ประกอบการรายการโทรทัศน์ ต้องพยายามมองหาคอนเทนต์รายการใหม่ๆ คอนเทนต์ที่แตกต่างหรือนำเข้าคอนเทนต์จากต่างประเทศ เพื่อที่จะดึงดูดผู้ชมให้เข้ามาชมรายการมากขึ้น เนื่องจากสถานีมีจำนวนมากขึ้น และขณะเดียวกันต้องบริหารจัดการต้นทุนการผลิต ตลอดจนการผลิตรายการที่ตอบสนองความพึงพอใจต่อลูกค้า

#### 3. ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มดังนี้

- บริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) บริษัทที่เป็นผู้วางแผนและซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับสินค้าหรือบริการให้กับเจ้าของสินค้า/บริการนั้นๆ โดยอาจจะวางแผนซื้อสื่อ เป็นระยะเวลา 1 เดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปีตามต้องการ
- บริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าหรือลูกค้าตรง (Direct Client) ได้แก่ บริษัทห้างร้านเอกชนทั่วไป ที่มีหน่วยการตลาดหรือมีความสามารถ กำหนดแนวทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เอง โดยติดต่อซื้อเวลาโฆษณากับกลุ่มบริษัท

#### 4. การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่ายและให้บริการ

บริษัทมีฝ่ายการตลาดทำหน้าที่ในการจำหน่ายเวลาโฆษณา โดยเจ้าหน้าที่ของบริษัทจะเข้าไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง เพื่อเสนอรูปแบบและแพ็คเกจโฆษณา โดยรูปแบบการจำหน่ายมีทั้งการขายเวลาโฆษณา (Air Time) ซึ่งจำนวนนาฬิกาโฆษณาต่อเวลาออกอากาศถูกกำหนดโดยกรมประชาสัมพันธ์ หรือการโปรโมทสินค้าและบริการในรายการโทรทัศน์

#### 5. นโยบายการกำหนดราคา

บริษัทมีนโยบายการกำหนดอัตราค่าโฆษณาให้มีความเป็นธรรมและคุ้มค่า เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวกับลูกค้า ซึ่งการกำหนดราคาจะพิจารณาจากความนิยมของรายการ คู่แข่ง สถานีโทรทัศน์และช่วงเวลาออกอากาศ

สำหรับการรับจ้างการผลิตรายการ บริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาโดยใช้วิธีต้นทุนบวกอัตรากำไรที่กลุ่มบริษัทต้องการและแข่งขันได้ โดยเป็นอัตราที่ให้ความเป็นธรรมและคุ้มค่าแก่ลูกค้า

## 6. กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทมุ่งเน้นพัฒนาปรับปรุงรายการอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านรูปแบบรายการ เนื้อหาสาระและความบันเทิง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น รายการ “ปลดหนี้” ได้มีการปรับปรุงแบบรายการในบางช่วง เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วมแข่งขันอีกรูปแบบ เป็นการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น และเป็นการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมรายการอย่างทั่วถึง

### 2.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

#### 1. การจัดหาเวลาเพื่อแพร่ภาพรายการ

การจัดหาสถานีโทรทัศน์และช่วงเวลาออกอากาศเพื่อแพร่ภาพรายการ บริษัทจะต้องยื่นเสนอรูปแบบรายการต่อสถานีเพื่อให้สถานีพิจารณาอนุมัติเพื่อเข้าช่องสัญญาณเป็นประจำทุกไตรมาส โดยสถานีจะพิจารณาองค์ประกอบ 2 ส่วนหลักคือรูปแบบรายการ และความสามารถในการชำระค่าเช่าเวลา ในการพิจารณารูปแบบรายการสำหรับรายการใหม่ โดยทั่วไปจะพิจารณาความเหมาะสมของลักษณะรายการกับช่วงเวลาออกอากาศและประสบการณ์ของผู้จัดรายการ สำหรับรายการที่ออกอากาศปัจจุบันจะพิจารณาความนิยมของรายการและกระแสตอบรับของประชาชนและสื่อมวลชนเป็นหลัก สำหรับการพิจารณาความสามารถในการชำระค่าเช่าเวลาทางสถานีจะพิจารณาความสามารถในการชำระเงินในอดีตหรือฐานะทางการเงินของบริษัท

#### 2. การจัดหารายการโทรทัศน์เพื่อผลิต

การจัดหารายการโทรทัศน์เพื่อผลิตครอบคลุมตั้งแต่การคิดรูปแบบ การนำเสนอและการผลิตรายการ

##### ● การคิดรูปแบบ

กลุ่มบริษัทมีทีมงานสร้างสรรค์ เพื่อคิดรูปแบบรายการใหม่และรูปแบบรายการของแต่ละเทป สำหรับรายการในปัจจุบัน โดยการระดมความคิดสร้างสรรค์ของทีมงาน สรรหาแนวทางนำเสนอใหม่ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวคิด ข้อสรุปเนื้อหา สาระ และรูปแบบรายการที่ต้องการนำเสนอให้ทันสมัยและตรงกับความต้องการของผู้ชมรายการ

##### ● การวิเคราะห์ต้นทุนและนำเสนอ

ทีมงานสร้างสรรค์จะนำเสนอรูปแบบรายการแก่ผู้บริหารเพื่ออนุมัติดำเนินการผลิต โดยเมื่อได้รับอนุมัติแล้ว ทีมงานสร้างสรรค์จะจัดทำเป็น Story Board เพื่อส่งให้ทีมผลิตรายการต่อไป ทั้งนี้ ในการพิจารณาอนุมัติดำเนินการผลิต ฝ่ายการเงินและฝ่ายการตลาดจะเข้าร่วมพิจารณาด้านทุนการดำเนินงาน และความเป็นไปได้ของรายการด้วย เพื่อให้แน่ใจว่า รูปแบบรายการนั้นๆจะเป็นที่สนใจของผู้ชมและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและคุ้มทุนภายในระยะเวลาที่กำหนด

##### ● การผลิตรายการ

ทีมผลิตรายการจะวางแผนการดำเนินงาน กำหนดวันบันทึกเทปนัดหมายผู้ร่วมรายการ และกระจายงานไปยังส่วนงานต่างๆ เพื่อเตรียมงานก่อนการถ่ายทำนอกเหนือจากการผลิตในแต่ละเทปแล้ว ทีมงานเตรียมการผลิตของแต่ละรายการมีหน้าที่เตรียมงานและวางแผนล่วงหน้าทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อกำหนดรูปแบบหรือทิศทางในการดำเนินรายการและรักษาความนิยมของรายการ

#### 3. การจัดหารายการโทรทัศน์เพื่อรับจ้างผลิต

การจัดหารายการโทรทัศน์เพื่อรับจ้างผลิตแตกต่างกับรายการที่ผลิตเอง ตรงที่ผู้ว่าจ้างอาจเป็นผู้กำหนดรูปแบบและการนำเสนอมาเรียบร้อยแล้ว และบริษัทเป็นเพียงผู้ผลิตรายการตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ทั้งนี้ รายละเอียดและเงื่อนไขขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างบริษัทและผู้ว่าจ้างเป็นสำคัญ

4. การจัดหาพิธีกร และบุคลากรฝ่ายการผลิต  
บริษัทจะคัดเลือกและว่าจ้าง พิธีกรหรือนักแสดงที่มีบุคลิกภาพเหมาะสมกับรายการนั้นๆ และคัดเลือกบุคลากรฝ่ายการผลิตที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ในการทำงาน
5. การจัดหาสถานที่ใช้ในการถ่ายทำและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต  
บริษัทมีการถ่ายทำรายการทั้งในและนอกสถานที่ โดยพิจารณาสถานที่ให้เหมาะสมกับรูปแบบรายการ และเนื้อหาที่จะนำเสนอ หรือความต้องการของผู้ชมรายการ ซึ่งสถานที่ใช้ในการถ่ายทำบางครั้งเกิดจากการแนะนำของผู้ชมที่ส่งจดหมายมาทางรายการ

## 2.4 ธุรกิจ Post Production

### 2.4.1 ลักษณะการให้บริการ

กลุ่มบริษัทให้บริการเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภาพยนตร์เรื่องยาวและภาพยนตร์โฆษณาในขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (Post Production) การผลิตภาพยนตร์เรื่องยาวโฆษณามีกระบวนการแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

1. การเตรียมงานสร้าง ( Pre-Production)
2. การถ่ายทำ ( Production)
3. ขบวนการผลิตหลังการถ่ายทำ (Post Production)

โพสต์โปรดักชัน ( Post Production) คือ ขั้นตอนสุดท้ายของการผลิตภาพยนตร์หลังการถ่ายทำเสร็จสิ้นลง ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์เรื่องยาว หรือภาพยนตร์โฆษณาที่ออกอากาศทางทีวี ขบวนการผลิตประกอบด้วย การตัดต่อ (Editing) การปรับแก้สีภาพ (Color Grading) การทำเทคนิคต่างๆ ด้านภาพ (Visual Effects , Computer Graphics) และการทำเสียง (Sound Mixing) เพื่อให้ Master ที่สมบูรณ์ก่อนที่จะนำไปฉายตามสื่อต่างๆ

### 2.4.2 การตลาดและการแข่งขัน

1. อุตสาหกรรม
  - อุตสาหกรรมผู้ผลิตภาพยนตร์เรื่องยาวและภาพยนตร์โฆษณา (Post Production House)  
ปัจจุบันอุตสาหกรรมผู้ผลิตภาพยนตร์เรื่องยาวและภาพยนตร์โฆษณาในขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (Post Production House) รายใหญ่เริ่มลดลง บางรายปิดตัว เนื่องจากปัจจุบันลูกค้าใช้เงินน้อยลง เป็นผลให้ Post Production House ขนาดกลางและขนาดเล็กถูกรายใหญ่ปรับราคาลงมาแย่งส่วนแบ่งตลาด จึงจำเป็นต้องปรับตัว
2. ภาวะการแข่งขัน  
จากปีที่ผ่านมาการแข่งขันกันมากขึ้น เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการเพราะมีผู้ผลิตขนาดเล็กรายใหม่เกิดขึ้นหลายราย ด้วยราคาเครื่องมือที่ให้บริการถูกลงมากสามารถรับงานถูกเพื่อตัดราคา ทำให้ผู้ผลิตรายเก่าต้องปรับลดรายจ่าย ลดต้นทุนเพื่อที่จะแข่งขันกับรายใหม่ เป็นสาเหตุที่ทำให้รายได้ลดน้อยลง
3. ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้
  1. บริษัทผลิตภาพยนตร์โฆษณา (Production House)
  2. บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency)
  3. บริษัทผลิตภาพยนตร์เรื่องยาวหรือเรียกว่าค่ายหนัง ( Film Studio) ทั้งในและต่างประเทศ
4. การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่ายและให้บริการ  
กลุ่มบริษัทได้รับงานผ่าน 3 ช่องทางดังนี้



- ผ่านการนำเสนอผลงานแก่ลูกค้า จากการเข้าไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง โดยฝ่ายการตลาดของกลุ่มบริษัทนำข้อมูลที่ได้รับมาทางงบประมาณตามวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าต้องการและนำเสนอ หากได้รับคัดเลือกกลุ่มบริษัทจะประสานงานกับลูกค้าเพื่อดำเนินงานขั้นต่อไป
- ผ่านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า กลุ่มบริษัทมีมาตรฐานในการผลิตผลงานให้อยู่ในระดับสากล ซึ่งเป็นส่วนสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้กับลูกค้า ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง
- ผ่านการแนะนำของลูกค้า ผลงานคุณภาพซึ่งอยู่ในระดับมาตรฐานสากล ซึ่งเกิดจากการใช้เครื่องมือที่มีมาตรฐานระดับสูง และประสบการณ์ที่ยาวนานของบุคลากร ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมีการแนะนำลูกค้าอื่นมาใช้บริการของบริษัท

#### 5. กลยุทธ์การแข่งขัน

สำหรับภาพยนตร์โฆษณา เนื่องจาก Post Production House ที่มีอยู่แต่ละแห่งจะมีการให้บริการเฉพาะบางขั้นตอนของการผลิตเท่านั้น บางแห่งให้บริการเฉพาะการตัดต่อภาพ บางแห่งเฉพาะการแก้สีภาพ บางแห่งเฉพาะเทคนิคพิเศษ เป็นต้น ทำให้ลูกค้าต้องเปลี่ยนสถานที่หลายครั้งกว่าจะจบกระบวนการทุกขั้นตอน กลุ่มบริษัทจึงมีนโยบายในการให้บริการในลักษณะครบวงจร (One Stop Service) โดยที่ลูกค้าสามารถมาใช้บริการ Post Services ตั้งแต่ต้นจนจบ โดยไม่ต้องเปลี่ยนสถานที่เป็นการลดต้นทุน สร้างความสะดวกสบาย และลดเวลาในการทำงานให้กับลูกค้า ขณะเดียวกันการที่ลูกค้าใช้บริการแบบครบวงจรทำให้เราได้เปรียบในเรื่องของราคาสามารถเสนอราคาแบบเหมาจ่ายให้กับลูกค้าได้ จึงเป็นจุดขายที่สร้างความแตกต่างในด้านบริการตลอดจนการบริการดูแลลูกค้าอย่างดี

#### 2.4.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

งานโพสต์โปรดักชัน (Post Production) คือ ขั้นตอนสุดท้ายของการผลิตภาพยนตร์หลังการถ่ายทำเสร็จสิ้นลง มีกระบวนการตามขั้นตอนคือ

1. การตัดต่อภาพ (Editing)
2. การปรับแก้สีภาพ (Color Grading)
3. การทำเทคนิคต่างๆ ทั้งด้านภาพ เรียกว่า ออนไลน์ (Online Finishing) คือให้บริการสำหรับทำภาพให้สมบูรณ์ เช่น การตกแต่งภาพ (Retouching) การประกอบภาพหรือซ้อนภาพต่างๆให้อยู่ในภาพเดียวกัน (Compositing) ทำเทคนิคพิเศษ (Visual Effects) การสร้างภาพต่างๆ ที่ไม่มีจริงหรือไม่สามารถถ่ายทำได้ (Computer Graphics)
4. การบันทึกเสียงและมิกซ์เสียง (Sound Recording and Sound Mixing)
5. การทำต้นฉบับ (Digital Mastering) และการทำสื่อ เพื่อส่งไปฉายในโรงภาพยนตร์หรือตามสื่อโทรทัศน์ รวมถึงสื่อ Online ต่างๆ

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### 3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัท คือธุรกิจให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายทำ ธุรกิจให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำ ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ และธุรกิจ Post Production ซึ่งมีความเสี่ยงที่แตกต่างกันตามประเภทธุรกิจ ดังนี้

##### 3.1.1 ธุรกิจให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำ

##### 3.1.1.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและความล้าสมัยของอุปกรณ์ถ่ายทำ

กลุ่มบริษัทประกอบธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องยาว ภาพยนตร์โฆษณา รายการโทรทัศน์ และงานละคร ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ซึ่งลูกค้ามักจะเลือกใช้บริการจากบริษัทที่มีอุปกรณ์ใหม่ๆ ตามที่คุ้นเคย อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทมีการลงทุนในอุปกรณ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรจนสามารถประดิษฐ์อุปกรณ์บางชนิดที่เป็นเทคนิคพิเศษออกมารองรับการให้บริการแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี ตลอดจนกลุ่มบริษัทจัดให้มีการเทรนนิ่งบุคลากรเพื่อเพิ่มทักษะความชำนาญความรู้ในการใช้อุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

##### 3.1.1.2 ความเสี่ยงจากการลงทุนในอุปกรณ์

ธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำต้องมีการลงทุนซื้ออุปกรณ์มาเพื่อประกอบธุรกิจ ต้องใช้เงินลงทุนสูงและต้องลงทุนอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการลงทุนหากอุปกรณ์ดังกล่าวไม่ได้รับความนิยมและไม่สามารถคืนทุนได้ อย่างไรก็ตามในการลงทุนด้านอุปกรณ์แต่ละครั้ง กลุ่มบริษัทจะมีการพิจารณาถึงความต้องการของลูกค้าโดยอาจมีการสอบถามลูกค้าในเบื้องต้น พร้อมกันนี้ยังได้มีการวิเคราะห์ถึงความสามารถในการทำกำไรของสินทรัพย์ดังกล่าวก่อนตัดสินใจลงทุน และโครงการ The studio Park ซึ่งเป็นธุรกิจให้บริการและให้เช่าสตูดิโอที่มีมาตรฐานระดับสากล ซึ่งภายในโครงการมีอาคารจัดเก็บอุปกรณ์ในการถ่ายทำ (Ware House) ของธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำตั้งอยู่ภายในบริเวณของโครงการด้วย เป็นการให้บริการแก่ลูกค้าได้ครบวงจร สะดวก รวดเร็ว และเป็นการลดต้นทุนค่าขนส่งให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วในการเรียกใช้บริการอุปกรณ์ต่างๆ เพิ่มได้ตลอดเวลา

##### 3.1.2 ธุรกิจให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำ

##### 3.1.2.1 ความเสี่ยงจากการไม่สามารถหาผู้เช่าได้ตามเป้าหมาย

ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอาจส่งผลให้โครงการ The Studio Park ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หรือผลตอบแทนที่ดีแก่บริษัทได้ อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีแนวทางการบรรเทาความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และด้วยประสบการณ์ในอุตสาหกรรมสื่อภาพยนตร์และโทรทัศน์ ทำให้บริษัทเล็งเห็นถึงความต้องการใช้งานสตูดิโอที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้บริษัทเป็นผู้ประกอบการรายแรกในธุรกิจที่ให้บริการสตูดิโอให้เช่าตามระดับมาตรฐาน NC 25 และมีอุปกรณ์ให้เช่าที่ทันสมัยสำหรับการถ่ายทำ ซึ่งเป็นจุดแข็งผนวกกับฟังก์ชันต่างๆ ที่จะอำนวยความสะดวกสบายที่จะตอบโจทย์ให้แก่ลูกค้าได้อย่างครบครัน ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลที่จูงใจให้ผู้ผลิตภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาใช้อุปกรณ์รวมถึงสถานที่ในประเทศเป็นสถานที่ถ่ายทำ รวมถึงเพื่อรองรับการแข่งขันในธุรกิจที่วีดิทัศน์ที่เพิ่มขึ้น โดยจากผลงานในปีแรกที่มีโอกาสให้บริการแก่กองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศขนาดใหญ่ ยิ่งทำให้บริษัทมีความมั่นใจได้ว่าโครงการ The Studio Park สามารถตอบโจทย์และ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าขนาดใหญ่ได้เป็นอย่างดี เป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพที่จะดึงดูดลูกค้าต่างประเทศให้มาสนใจใช้บริการได้เป็นอย่างดี

### 3.1.3 ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์

#### 3.1.3.1 ความเสี่ยงจากการปรับผังรายการของสถานีหรือการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสัญญา

ในการดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ กลุ่มบริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการปรับผังรายการของสถานีเพื่อการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดหรือรักษาเรตติ้ง หรือการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสัญญา เช่น การขึ้นค่าเช่าเวลา หรือ การลดสัดส่วนรายได้หรือเวลาโฆษณาของบริษัท เป็นต้น ซึ่งอาจกระทบต่อความต่อเนื่องของการออกอากาศของรายการโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงดังกล่าว และพยายามลดโอกาสที่รายการของกลุ่มบริษัทจะไม่ได้รับการต่อสัญญาหรือต่อสัญญาด้วยเงื่อนไขที่ด้อยลง กลุ่มบริษัทจึงได้มีการพัฒนารายการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนผู้ชมรายการ กระแสนิยม (เพิ่มเรตติ้งรายการ) และเพิ่มผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักสำหรับทางสถานีโทรทัศน์ที่ใช้ตัดสินใจ โดยการติดตามผลระดับความนิยมและกระแสตอบรับของผู้ชมอย่างต่อเนื่องและพัฒนารูปแบบรายการ (Content) ของแต่ละรายการให้ได้รับกระแสตอบรับมากยิ่งขึ้น

#### 3.1.3.2 ความเสี่ยงจากการกระจายการใช้เม็ดเงินโฆษณาไปสู่สื่อรูปแบบใหม่ ๆ แทนสื่อโทรทัศน์

แนวโน้มการใช้สื่อโฆษณากำลังอยู่ในระยะเปลี่ยนผ่าน จากการใช้งบประมาณผ่านสื่อโทรทัศน์อนาล็อก(ฟรีทีวี) กระจายงบประมาณไปยังสื่อโฆษณาต่าง ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อทีวีดิจิทัล สื่อโฆษณาออนไลน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อกลางแจ้ง สื่อเคลื่อนที่ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลกล่าวได้ว่าทั้งสื่ออนาล็อกและสื่อดิจิทัลยังคงเป็นสื่อโทรทัศน์ที่มีผู้ลงทุนซื้อสื่อสูง และครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก (Mass Market) และจากการแข่งขันการใช้สื่อโฆษณาโทรทัศน์ส่งผลต่อเนื่องให้เกิดการแข่งขันเชิงคุณภาพของเนื้อหาหรือรายการโทรทัศน์ (Content) ด้วย ซึ่งกลุ่มบริษัทตระหนักถึงความสำคัญ จึงได้พัฒนารูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการให้มีความหลากหลาย ให้มีคุณภาพสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งรูปแบบรายการเดิมและรายการใหม่ ๆ

#### 3.1.3.3 ความเสี่ยงจากการจำกัดการใช้งบประมาณโฆษณาของผู้ประกอบการ

จากสภาพเศรษฐกิจตลอดจนปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค ส่งผลต่อเนื่องมายังการใช้งบประมาณโฆษณาของผู้ประกอบการ ซึ่งมีแนวโน้มใช้งบประมาณอย่างระมัดระวังด้วยการจำกัดงบประมาณ รวมถึงการปรับจัดสรรและปรับพฤติกรรมจากเดิมที่เคยวางแผนซื้อสื่อโฆษณาระยะยาวทั้งปีมาสู่รูปแบบซื้อสื่อโฆษณาในระยะสั้นมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามจากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงประกอบกับการที่มีสื่อโฆษณาต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย ยังคงสามารถดึงดูดให้ผู้ประกอบการใช้งบประมาณโฆษณาในการนำเสนอสินค้าหรือบริหารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนดึงดูดผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ให้เข้ามาใช้จ่ายงบประมาณโฆษณา อีกทั้งในภาครัฐน่าจะมีโครงการใหม่ ๆ ที่ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มากขึ้น และหากเศรษฐกิจเติบโตขึ้นผู้ประกอบการจะมีความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายงบประมาณมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้คาดว่าเม็ดเงินโฆษณายังคงเติบโตได้

### 3.1.4 ธุรกิจ Post Production

#### 3.1.4.1 ความเสี่ยงจากการแข่งขัน

จากอดีตขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องยาวหรือโฆษณา (Post Production) เป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ประกอบการที่เป็นรายใหญ่จำนวนเพียงไม่กี่รายเนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนสูง แต่ในปัจจุบันจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีส่งผลให้ราคาของอุปกรณ์ตลอดจนซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการอุตสาหกรรม Post Production ปรับตัวลดลง และจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้มีการแข่งขันสูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม จำนวนผู้ประกอบการ Post Production House ที่เพิ่มขึ้น มิได้ตอบโจทย์ลูกค้าได้ครบตามความต้องการ เนื่องจากบางแห่งให้บริการได้เฉพาะด้านเท่านั้น เช่น ให้บริการเฉพาะการตัดต่อภาพ หรือเฉพาะการแก้ไขภาพ เป็นต้น แต่บริษัทให้บริการในลักษณะครบวงจร (One Stop Service) ตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งสร้างความสะดวกสบายแก่ลูกค้า ตลอดจนลดเวลาในการทำงานและลดต้นทุนในการเปลี่ยนสถานที่ที่จะต้องทำให้ครบทุกขั้นตอน

#### 3.1.4.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาทรัพยากรบุคคล

ธุรกิจ Post Production เป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์เป็นพิเศษที่สร้างชื่อเสียงและความเชื่อถือกับลูกค้า ดังนั้นบริษัทจึงมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและอุปกรณ์ที่ทันสมัย โดยบริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานและเติบโตไปพร้อมกับความสำเร็จของบริษัท ตลอดจนบุคลากรหลักของธุรกิจนี้เป็นผู้ถือหุ้นรายหนึ่งในธุรกิจ Post Production ซึ่งพร้อมที่จะผลักดันและพัฒนาธุรกิจให้สร้างผลงานอย่างมีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

### 3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

#### 3.2.1 ความเสี่ยงจากการที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน

ณ วันที่ 11 มีนาคม 2562 บริษัท บีบีทีวี โปรดักชั่นส์ จำกัด เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท ถือหุ้นร้อยละ 70.51 ของทุนชำระแล้วทั้งหมด ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าว ส่งผลให้บริษัท บีบีทีวี โปรดักชั่นส์ จำกัด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและกำหนดนโยบายการบริหารงานระดับหนึ่ง นอกจากนี้การถือหุ้นในลักษณะกระจุกตัว ยังทำให้โอกาสที่บริษัทจะถูกครอบงำกิจการ (takeover) โดยบุคคลอื่นไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยปราศจากการยินยอมของบริษัท บีบีทีวี โปรดักชั่นส์ จำกัด แม้ว่าผู้ถือหุ้นกลุ่มอื่นจะเห็นโอกาสที่จะทำให้มูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามก็ตีบริษัทได้ตระหนักถึงในเรื่องนี้ จึงมีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างเคร่งครัด ตลอดจนการที่บริษัทมีคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นกรรมการอิสระ 3 ท่านจากกรรมการบริษัททั้งหมด 9 ท่าน เป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการบริหารจัดการ มีการถ่วงดุลอำนาจของคณะกรรมการและเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นรายย่อยในการตรวจสอบการบริหารจัดการของคณะผู้บริหาร นอกจากนี้หากมีวาระดำเนินการเรื่องใดที่นับสำคัญตามกฎหมาย บริษัทจะต้องได้รับมติอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นก่อนจึงจะดำเนินการได้ ปัจจัยต่างๆ ตามที่ได้กล่าวข้างต้นเป็นหลักประกันความเสี่ยงในด้านการบริหารและการจัดการได้เป็นอย่างดี

#### 3.2.2 ความเสี่ยงจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์และมีกิจการที่อาจแข่งขันกัน

บีบีทีวี ผู้ถือหุ้นใหญ่ทางอ้อมของบริษัท (เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท บีบีทีวี โปรดักชั่นส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท) เป็นผู้ถือหุ้นทางอ้อมทั้งหมดของบริษัท มีเดีย สตูดิโอ จำกัด ("มีเดีย สตูดิโอ") ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์เช่นเดียวกับบริษัท โดยมีเดีย สตูดิโอ ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและบันเทิงทั่วไปเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 เพียงสถานีเดียว จึงอาจพิจารณาได้ว่าการแข่งขันทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ทั้ง 2 บริษัทมีความเกี่ยวข้องโดยมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่เป็นกลุ่มเดียวกัน แต่ในด้านการ

ผลิต บุคลากรและทีมงานของบริษัทและมีเดีย สตูดิโอ ไม่ได้เป็นบุคคลเดียวกัน นอกจากนี้ แม้ทั้งสองบริษัทจะดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์เช่นเดียวกัน แต่ก็มี ความแตกต่างในรูปแบบและประเภท รายการ รวมถึงการดำเนินธุรกิจอื่นที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์เป็นเพียงหนึ่งในหลาย ธุรกิจของบริษัท และจากแผนงานบริษัทให้ความสำคัญและมุ่งเน้นที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจให้เข้าสตูดิโอ สถานที่ ถ่ายทำและธุรกิจให้เข้าอุปกรณ์ โดยเน้นรองรับทุกกลุ่มลูกค้า

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 สินทรัพย์ถาวรหลัก

##### 4.1.1 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์-สุทธิ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทมีอาคารและอุปกรณ์สุทธิจำนวน 1,251.45 ล้านบาท มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทสินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1.ที่ดิน	เป็นเจ้าของ	491.65	ติดจำนองบางส่วน
2.อาคาร / โรงถ่าย และส่วนปรับปรุง	เป็นเจ้าของ	715.90	ไม่มี
3.เครื่องตกแต่ง อุปกรณ์สำนักงานและยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	37.54	ไม่มี
4.งานระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ	6.36	ไม่มี
ยอดรวม		1,251.45	

##### 4.1.2 สินทรัพย์ที่มีไว้เพื่อให้เช่า-สุทธิ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์ที่มีไว้เพื่อให้เช่าสุทธิจำนวน 281.63 ล้านบาท มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทสินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. อุปกรณ์กองถ่าย	เป็นเจ้าของ	217.82	ไม่มี
2. วัสดุกองถ่าย	เป็นเจ้าของ	-	ไม่มี
3. ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	57.73	ไม่มี
4. งานระหว่างทำ	เป็นเจ้าของ	6.08	ไม่มี
รวม		281.63	

สินทรัพย์ที่มีไว้เพื่อให้เช่าได้แก่ อุปกรณ์ของเกียร์เฮดสำหรับให้เช่าเป็นแต่ละครั้งของการใช้สินทรัพย์และไม่ได้ผูกพันด้วยสัญญาเช่าระยะยาว

##### 4.2 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน-สุทธิ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทย่อยมีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนจำนวน 10.25 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยที่ดินที่ไม่ใช้ในการดำเนินงานซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท เกียร์เฮด จำกัด ที่ตั้งอยู่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2561 ได้จำหน่ายที่ดินแปลงนี้ออกไป

หมายเหตุ นอกจากนี้ บริษัทยังมีที่ดินอีก 1 แปลงซึ่งตั้งอยู่ที่ ต.ด่านแม่แฉลบ อ.ศรีสวัสดิ์ จ.กาญจนบุรี มูลค่า 1.96 ล้านบาท ตามเอกสาร ประกอบการครอบครองที่ดินเป็นภาษีบำรุงท้องที่ (ภ.บ.ท.5) แต่อย่างไรก็ตามบริษัทได้ตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าที่ดินดังกล่าวแล้วทั้งจำนวน

##### 4.3 โปรแกรมคอมพิวเตอร์และค่าลิขสิทธิ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ประเภทโปรแกรมคอมพิวเตอร์และค่าลิขสิทธิ์จำนวน 3.65 ล้านบาทมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทสินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
โปรแกรมคอมพิวเตอร์และลิขสิทธิ์	เป็นเจ้าของ	3.65	ไม่มี

#### 4.4 เครื่องหมายการค้าและลิขสิทธิ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทมีเครื่องหมายการค้าจำนวน 8 เครื่องหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### เครื่องหมายการค้า/บริการ

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า/ บริการ	ชื่อสินค้าหรือบริการ	ประเภท
1		รายการคบเด็กสร้างบ้าน	บริการผลิตรายการโทรทัศน์
2		รายการปลดหนี้	บริการจัดรายการโทรทัศน์
3		รายการอ้อมหมีพื้มัน	จัดทำรายการโทรทัศน์และวิทยุ
4		TIME LAPSE	การตัดต่อภาพยนตร์และวิดีโอ
5		NICE Kitchen ครีวคนสวย	จัดทำรายการโทรทัศน์
6		GEARHEAD	ให้เช่ารถยนต์
7		GEARHEAD	ให้เช่ากล้องถ่ายภาพ ให้เช่ากล้องถ่ายวิดีโอ ให้เช่าเครื่องบันทึกวีดีโอ ให้เช่าเครื่องบันทึกเสียง ให้เช่าวัสดุบันทึกเสียงและภาพ ให้เช่าเครื่องเสียง ให้เช่าเครื่องรับวิทยุและโทรทัศน์
8		HANDY GEAR	ให้เช่ารถยนต์ ให้เช่ากล้องถ่ายภาพ ให้เช่ากล้องถ่ายวิดีโอ ให้เช่าเครื่องบันทึกวีดีโอ ให้เช่าเครื่องบันทึกเสียง ให้เช่าวัสดุบันทึกเสียงและภาพ ให้เช่าเครื่องเสียง ให้เช่าเครื่องรับวิทยุและโทรทัศน์



## 4.5 นโยบายการลงทุน

### 4.5.1 นโยบายการลงทุนและการควบคุมบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย ดังนี้

- สัดส่วนการลงทุนร้อยละ 99.99 คือ 1) บริษัท เกียร์เฮด จำกัด 2) บริษัท เดอะ สตูดิโอ พาร์ค (ประเทศไทย) จำกัด 3) บริษัท ทีเอสพี โปรดักชั่นส์ เซอร์วิส จำกัด
- สัดส่วนการลงทุนร้อยละ 96.75 คือ บริษัท ไทม์แลปส์ จำกัด

มูลค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อยตามวิธีราคาทุนมีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 974.83 ล้านบาท โดยสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยคิดเป็นจำนวนร้อยละ 62.07 ของสินทรัพย์รวม

โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### ปี 2559

- ในระหว่างปี บริษัท แมทซิ่ง บรอดคาสท์ จำกัด ได้เรียกชำระค่าหุ้นเพิ่มเติมจากหุ้นสามัญ 7,700,000 หุ้น จำนวนหุ้นละ 25 บาท รวมเป็นเงิน 192,500,000 บาท
- เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2559 บริษัทรับคืนทุนจากบริษัท แมทซิ่ง สตูดิโอ พาร์ค จำกัด เนื่องจากการลดทุนจดทะเบียนจำนวน 200,000 หุ้น ซึ่งมีมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยได้รับชำระคืนเงินทุนรวม 20,000,000 บาท
- เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2559 ผู้ถือหุ้นของบริษัท แมทซิ่ง เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มีมติอนุมัติให้เลิกกิจการบริษัทย่อยดังกล่าวได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2559 และขณะนี้อยู่ระหว่างการชำระบัญชี
- เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2559 ผู้ถือหุ้นของบริษัท ไทม์แลปส์ จำกัด มีมติอนุมัติให้บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจากหุ้นสามัญจำนวน 200,000 หุ้น ซึ่งมีมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 400,000 หุ้น ซึ่งมีมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยบริษัทเป็นผู้ลงทุนในหุ้นที่ออกใหม่ทั้งหมดรวมเป็นเงินจำนวน 20,000,000 บาท
- เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2559 ผู้ถือหุ้นของบริษัท แมทซิ่ง สตูดิโอ พาร์ค จำกัด มีมติอนุมัติให้เลิกกิจการบริษัทย่อยดังกล่าวได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2559 และขณะนี้อยู่ระหว่างการชำระบัญชี

#### ปี 2560

- เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2560 ของบริษัท แมทซิ่ง บรอดคาสท์ จำกัด มีมติอนุมัติให้แก้ไขเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัทเป็นบริษัท เดอะ สตูดิโอ พาร์ค (ประเทศไทย) จำกัด โดยได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2560
- เมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2560 บริษัทรับคืนทุนจากบริษัท แมทซิ่ง สตูดิโอ พาร์ค จำกัด เนื่องจากการลดทุนจดทะเบียนจำนวน 44,500 หุ้น ซึ่งมีมูลค่าตราไว้ 100 บาท โดยได้รับชำระคืนเงินทุนรวม 4.45 ล้านบาท
- เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 ผู้ถือหุ้นของบริษัท คนทำหนังสือ จำกัด มีมติอนุมัติให้บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจากหุ้นสามัญจำนวน 20,000 หุ้น ซึ่งมีมูลค่าตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 70,000 หุ้น ซึ่งมีมูลค่าตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่ม 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท บริษัทเป็นผู้ลงทุนในหุ้นที่ออกใหม่ทั้งหมดรวมเป็นจำนวนเงิน 5 ล้านบาท

- เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2560 บริษัทรับคืนทุนจากบริษัท แมทซิ่ง เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เนื่องจากการลดทุนจดทะเบียนจำนวน 40,000 หุ้น ซึ่งมีมูลค่าตราไว้ 100 บาท โดยได้รับชำระคืนทุนรวม 4 ล้านบาท

ปี 2561

- เมื่อวันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2561 บริษัทรับคืนทุนจากบริษัท แมทซิ่ง เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เนื่องจากการลดทุนจดทะเบียนจำนวน 10,000 หุ้น ซึ่งมีมูลค่าตราไว้ 100 บาท โดยได้รับชำระคืนทุนรวม 1 ล้านบาท
- เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2561 บริษัทรับคืนทุนจากบริษัท คนทำหนังสือ จำกัด เนื่องจากการลดทุนจดทะเบียนจำนวน 20,000 หุ้น ซึ่งมีมูลค่าตราไว้ 100 บาท โดยได้รับชำระคืนทุนรวม 2 ล้านบาท และกลับรายการค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ล้านบาท
- บริษัท แมทซิ่ง เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2559 และได้ชำระบัญชีเสร็จสิ้น ในวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2561 บริษัทได้รับเงินคืนจากบริษัทแมทซิ่ง สตูดิโอ พลัส จำกัด จำนวน 271,404 บาท และกลับรายการค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนที่เกี่ยวข้องจำนวน 133.55 ล้านบาท
- เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 คณะกรรมการบริษัท มีมติอนุมัติจัดตั้ง บริษัท ทีเอสพี โปรดักชั่น เซอร์วิส จำกัด เป็นบริษัทย่อยแห่งใหม่ มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท โดยบริษัทลงทุนในหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.97

ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยโดยการดำรงสัดส่วนการถือหุ้นเพื่อให้บริษัทสามารถบริหารและควบคุมบริษัทย่อยหรือมีส่วนกำหนดทิศทางการบริหารและควบคุมบริษัทร่วมได้ โดยบริษัทจะให้ผู้บริหารของบริษัทเข้าเป็นผู้บริหารและ/หรือกรรมการตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทดังกล่าว

#### 4.5.2 นโยบายการลงทุนในกิจการร่วมค้า

ในเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2557 บริษัท แมทซิ่ง สตูดิโอ พลัส จำกัด ลงทุนในบริษัท ทรานส์ฟอเมชั่น ฟิล์ม จำกัด เป็นเงิน 25,000,000 บาท คิดเป็น 250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.29 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว โดยร่วมกับนิติบุคคลอื่นอีก 3 ฝ่าย บริษัทใช้วิธีส่วนได้เสียในการบันทึกเงินลงทุนในกิจการร่วมค้า

เมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2560 บริษัทซื้อหุ้นของบริษัท ทรานส์ฟอเมชั่น ฟิล์ม จำกัด จากบริษัท แมทซิ่ง สตูดิโอ พลัส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยจำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท ในราคา 5.20 ล้านบาท พร้อมใช้วิธีราคาทุนในการบันทึกเงินลงทุนในกิจการร่วมค้าในงบการเงินเฉพาะกิจการ

เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 บริษัท ทรานส์ฟอเมชั่น ฟิล์ม จำกัด มีการเพิ่มทุนจำนวน 70 ล้านบาท โดยบริษัทไม่ได้ลงทุนเพิ่ม ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นลดลงจากร้อยละ 14.29 เป็นร้อยละ 10.20

#### 4.5.3 นโยบายการลงทุนในหลักทรัพย์

บริษัทไม่มีนโยบายในการลงทุนในหลักทรัพย์ นอกจากการลงทุนอันเกี่ยวเนื่องกับการดำเนินงานหลักของบริษัท

#### 4.6 สัญญาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน

##### 4.6.1 สัญญาเช่าที่ดินระยะยาว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัททำสัญญาเช่าอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นสถานที่ประกอบการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่า : สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ผู้เช่า : บริษัท แมทซิ่ง แม็กซิมัซ โซลูชั่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	เช่าที่ดินและอาคารวังวาริชเวสม์ เพื่อใช้เป็นเรือนรับรองลูกค้า
สถานที่เช่า	ถนนสุขุทัย แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ
อายุสัญญา	30 ปี ตั้งแต่ 15 มีนาคม 2548 ถึง 15 มีนาคม 2578
เงื่อนไข	1) ในระหว่างอายุสัญญาเช่านี้ หากทางราชการเวนคืน เพื่อประโยชน์ของทางราชการใดๆ ผู้เช่าต้องส่งมอบสถานที่เช่าคืนภายในกำหนดหนึ่งเดือนนับแต่วันที่ผู้เช่าแจ้งให้ทราบ ในกรณีเช่นนี้ผู้ให้เช่าจะจ่ายค่าชดเชยให้แก่ผู้เช่าสำหรับการปรับปรุงสถานที่เช่าที่ได้ทำไปแล้วอย่างเป็นธรรม 2) เมื่อสัญญาเช่านี้เลิกกันไม่ว่ากรณีใดๆ ผู้เช่าจะต้องย้ายทรัพย์สินออกจากสถานที่เช่าและส่งมอบสถานที่เช่าคืนให้แก่ผู้เช่าในสภาพที่เรียบร้อยภายในหนึ่งเดือน นับตั้งแต่วันที่สัญญาเช่าสิ้นสุดลง
ขนาดของพื้นที่	1 ไร่ 282.37 ตารางวา

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่า : คุณสำรวย ชื่นคำ ผู้เช่า : บริษัท แมทซิ่ง แม็กซิมัซ โซลูชั่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	เช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างโฉนดที่ดิน 37027-37028 เพื่อใช้เป็นสตูดิโอสำหรับถ่ายทำภาพยนตร์และกิจกรรมอื่นๆ
สถานที่เช่า	ซอยเพชรเกษม 112 ต.หนองค้างพลู อ.หนองแขม กรุงเทพฯ
อายุสัญญา	8 ปี ตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ 2555 ถึง 31 มกราคม 2563
เงื่อนไข	เมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดลง ผู้เช่าจะต้องย้ายทรัพย์สินออกจากสถานที่เช่าและส่งมอบสถานที่เช่าคืนให้แก่ผู้เช่าในสภาพที่เรียบร้อยภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่สัญญาเช่าสิ้นสุดลง
ขนาดของพื้นที่	3 ไร่ 28 ตารางวา

#### 4.6.2 สัญญาเช่าเวลาแพร่ภาพออกอากาศทางโทรทัศน์

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่าเวลา : บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ผู้เช่าเวลา : บริษัท แมทซิ่ง แม็กซิมัซ โซลูชั่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	เพื่อเช่าเวลาแพร่ภาพออกอากาศรายการประจำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และสถานีเครือข่ายทุกแห่ง
รายละเอียดการออกอากาศ	ชื่อรายการ : ปลดหนี้ มหาชน การออกอากาศ : เทปโทรทัศน์ กำหนดวันและเวลาแพร่ภาพ : ทุกวันอาทิตย์ เวลาประมาณ 16.30 น. – 17.00 น. (เริ่มตั้งแต่วันที่ 20 มกราคม – วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2562) : ทุกวันเสาร์ เวลาประมาณ 16.00 น. – 16.30 น. (เริ่มตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2562 – วันที่ 30 มีนาคม 2562)
อายุสัญญา	3 เดือน และสามารถต่ออายุใหม่ได้ทุกๆ ไตรมาส หากมิได้มีการบอกเลิกสัญญา

**5. ข้อพิพาททางกฎหมาย**

กลุ่มบริษัทไม่มีข้อพิพาทในคดีที่มีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของ ส่วนของผู้ถือหุ้นตามงบการเงินรวม ณ วันสิ้นปีบัญชี 2561

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

#### 6.1.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท	: บริษัท แมทชิง แม็กซิมิซ โซลูชั่น จำกัด (มหาชน)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ผลิตรายการโทรทัศน์และมีธุรกิจของบริษัทย่อยดังนี้ ธุรกิจให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายทำ ธุรกิจให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำ และธุรกิจ Post Production
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 305/12 ซอยสุขโขทัย 6 ถนนสุขโขทัย แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์	: 0-2669-4200-9
โทรสาร	: 0-2243-4124 , 0-2243-1494
Homepage	: <a href="http://www.matchinggroup.com">www.matchinggroup.com</a>
ทุนจดทะเบียน	: 781,629,851 บาท
ทุนชำระแล้ว	: 781,628,733 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 781,628,733 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

#### 6.1.2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	: บริษัท เกียร์เฮด จำกัด
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ให้บริการและให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 173/13-14 ซอยพหลโยธิน 44 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10220
โทรศัพท์	: 0-2940-0787-90
โทรสาร	: 0-2940-0318
สาขา	: เลขที่ 999 หมู่ 2 ตำบลบางป่อ อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10560
โทรศัพท์	: 0-2039-3999
Homepage	: <a href="http://www.gearheadthailand.com">www.gearheadthailand.com</a>
ทุนจดทะเบียน	: 175,500,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	: 175,500,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 1,755,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

ชื่อบริษัท	: บริษัท เดอะ สตูดิโอ พาร์ค (ประเทศไทย) จำกัด
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ให้บริการและให้เช่าสถานที่ถ่ายทำ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 305/12 ซอยสุขโขทัย 6 ถนนสุขโขทัย แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์	: 0-2669-4200-9
โทรสาร	: 0-2243-4124 , 0-2243-1494
สาขา	: เลขที่ 999 หมู่ 2 ตำบลบางป่อ อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10560
โทรศัพท์	: 0-2034-5999-9
Homepage	: <a href="http://www.thestudioparkthailand.com">www.thestudioparkthailand.com</a>
ทุนจดทะเบียน	: 780,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	: 780,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 7,800,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

<b>ชื่อบริษัท</b>	: บริษัท ไทม์แลปส์ จำกัด
<b>ลักษณะการประกอบธุรกิจ</b>	: ผลิต รับจ้าง ตัดต่อ ทำเทคนิคพิเศษทางภาพ บันทึกเสียง ซึ่งภาพยนตร์
<b>ที่ตั้งสำนักงานใหญ่</b>	: เลขที่ 305/12 ซอยสุขโขทัย 6 ถนนสุขโขทัย แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
<b>โทรศัพท์</b>	: 0-2669-4200-9
<b>โทรสาร</b>	: 0-2243-4124 , 0-2243-1494
<b>สาขา</b>	: 1679/8 ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญจมิตร) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ
<b>โทรศัพท์</b>	: 0-2157-0040
<b>ทุนจดทะเบียน</b>	: 40,000,000 บาท
<b>ทุนชำระแล้ว</b>	: 40,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 400,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

<b>ชื่อบริษัท</b>	: บริษัท ทีเอสพี โปรดักชั่น เซอร์วิส จำกัด
<b>ลักษณะการประกอบธุรกิจ</b>	: เป็นผู้ประสานงานการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย / ร่วมทุน ร่วมลงทุน ในการสร้าง หรือดำเนินการเป็นผู้ประสานงานภาพยนตร์กับบุคคล หรือนิติบุคคล หรือองค์กรในต่างประเทศในการผลิตภาพยนตร์ รวมถึงกิจกรรมเสริมอันเกี่ยวกับกิจการดังกล่าว
<b>ที่ตั้งสำนักงานใหญ่</b>	: เลขที่ 999/9 หมู่ที่ 2 ตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10560
<b>โทรศัพท์</b>	: 0-2034-5999
<b>สาขา</b>	: เลขที่ 379 ซอยนราธิวาสราชนครินทร์ 24 ถนนสาธุประดิษฐ์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ
<b>โทรศัพท์</b>	: 0-2674-8090
<b>ทุนจดทะเบียน</b>	: 2,000,000 บาท ( ณ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2562 )
<b>ทุนชำระแล้ว</b>	: 2,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

#### 6.1.2 ข้อมูลนายทะเบียนหลักทรัพย์

<b>นายทะเบียนหลักทรัพย์</b>	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์(ประเทศไทย) จำกัด
<b>ที่ตั้งสำนักงาน</b>	: 93 ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
<b>โทรศัพท์</b>	: 0-2009-9000
<b>โทรสาร</b>	: 0-2009-9991
<b>Homepage</b>	: <a href="http://www.set.or.th/tsd">www.set.or.th/tsd</a>

#### 6.1.3 ข้อมูลผู้สอบบัญชี

<b>ชื่อบริษัท</b>	: บริษัท ไพร์วอเดอ์เฮาส์คูเปอร์ส เอพีเอส จำกัด
<b>ที่ตั้งสำนักงาน</b>	: ชั้น 15 อาคารบางกอกซิตี้ เลขที่ 179/74-80 ถนนสารใต้ ทุ่งมหาเมฆ สาทร กรุงเทพฯ 10120
<b>โทรศัพท์</b>	: 0-2286-9999
<b>โทรสาร</b>	: 0-2286-5050
<b>Homepage</b>	: <a href="http://www.pwc.com">www.pwc.com</a>



#### 6.1.4 ข้อมูลที่ปรึกษากฎหมาย

ชื่อบริษัท	: บริษัท สำนักงานกฎหมาย สยามพรีเมียร์ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	: ชั้น 26 เซ็นทรัลเวิลด์ เลขที่ 999/9 ถนนพระราม 1 ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์	: 02-646-1888
โทรสาร	: 02-646-1919
Homepage	: <a href="http://www.siampremier.co.th">www.siampremier.co.th</a>

---

#### 6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-