

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (“เวิร์คพอยท์” หรือ “บริษัท”) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2532 โดย นายปัญญา นิรันดร์กุล และ นายประภาส ชลศรานนท์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์ผลงานบันเทิงทางโทรทัศน์และสื่อต่างๆ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 2 ล้านบาท โดยรายการโทรทัศน์รายการแรกของบริษัท คือ เวทีทอง ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูงและนับเป็นก้าวแรกของบริษัทในธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ โดยบริษัทได้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่างๆ มากมาย ต่อมาบริษัทได้จดทะเบียนแปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2547 ด้วยทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท โดย ณ เดือนธันวาคม 2562 บริษัทมีทุนจดทะเบียนเท่ากับ 452.09 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทได้ขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบัน บริษัทมีการประกอบธุรกิจหลักอันประกอบไปด้วย 4 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ 1) ธุรกิจรายการโทรทัศน์ 2) ธุรกิจการรับจ้างจัดงาน 3) ธุรกิจคอนเสิร์ตและละครเวที 4) ธุรกิจขายสินค้าและบริการ โดยบริษัทดำเนินการภายใต้ วิสัยทัศน์ (Vision) และ พันธกิจ (Mission) ตามที่คณะกรรมการได้มีการพิจารณาและทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายระยะยาวของบริษัทเป็นประจำสม่ำเสมอ ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision) : “เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมบันเทิงแห่งเอเชียอาคเนย์ ที่ขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรมแห่ง
การสร้างสรรคควบคู่คุณธรรม”

พันธกิจ (Mission) : “ผลิตผลงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างพัฒนา
องค์กรสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ให้บริการด้านบันเทิงและส่งเสริมการเรียนรู้แก่
สังคม พัฒนานุเคราะห์ด้วยวัฒนธรรมองค์กรที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความมุ่งมั่นและพลังความคิด
ริเริ่มสร้างสรรค์ที่ยึดมั่นในคุณธรรม”

เป้าหมายระยะยาว : เป็นบริษัทผลิตรายการชั้นนำของประเทศ ครอบคลุมการออกอากาศในทุกช่องทางและทุก
Platform

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัทดำเนินธุรกิจหลักคือธุรกิจรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศในช่องโทรทัศน์ของบริษัท ซึ่งได้แก่ ช่อง Workpoint โดยช่องโทรทัศน์ดังกล่าว ออกอากาศในระบบดิจิทัล ภายใต้ “ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ หมดหมดทั่วไปแบบความคมชัดปกติ” หรือ “ใบอนุญาตดิจิทัลทีวี” ซึ่งถือโดยบริษัทย่อย โดยบริษัทมีนโยบายที่เน้นการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่ให้ทั้งสาระความรู้และความบันเทิงแก่ผู้ชมรายการโทรทัศน์ โดยแต่ละรายการโทรทัศน์ของบริษัทนั้นล้วนแล้วแต่ประสบความสำเร็จ สามารถวัดได้จากรางวัลต่างๆ ที่ได้รับและยอดการขายโฆษณาที่สม่ำเสมอ ทำให้บริษัทได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และสถานีโทรทัศน์ระดับแนวหน้าของประเทศ

ไทย รางวัลต่างๆที่บริษัทได้รับจากสถาบันทั้งในและต่างประเทศยังเป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จของบริษัท และยืนยันคุณภาพของรายการโทรทัศน์ของบริษัทได้เป็นอย่างดี ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งนับเป็นความภาคภูมิใจอย่างยิ่ง นอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทแล้ว บริษัทยังได้ลงทุนผ่านทางบริษัทย่อยต่างๆ โดยรายละเอียดของบริษัทย่อยในเครือสามารถสรุปได้ดังนี้

☐ บริษัทย่อยในเครือที่บริษัทลงทุนเองในสัดส่วนร้อยละ 100 มีดังนี้

- บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด (“ไทย บรอดคาสติ้ง”) ดำเนินธุรกิจในการประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ภายใต้ชื่อ “ช่อง Workpoint” โดยได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ เริ่มออกอากาศอย่างเป็นทางการในไตรมาส 2 ปี 2557
- บริษัท เวิร์คพอยท์ พิกเจอร์ จำกัด (“เวิร์คพอยท์ พิกเจอร์”) ดำเนินธุรกิจผลิตภาพยนตร์ โดยที่ผ่านมา เวิร์คพอยท์ พิกเจอร์ ร่วมลงทุนผลิตภาพยนตร์ต่างๆ มากมาย เช่น หม่ำเดี่ยว หัวเหลี่ยมหัวแหลม เท่งโหน่งคนมาหาเสียสิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง ชักซ์ แคทอะเว็บบ์ แบบว่ารักอะ ไทยแลนด์ออนไลน์ เป็นต้น
- บริษัท กรุงเทพ เอ็กซิปปัน จำกัด (“กรุงเทพ เอ็กซิปปัน”) ดำเนินธุรกิจบริการจัด EVENT ต่างๆ เช่น งานนิทรรศการงานแถลงข่าว งานเปิดตัวสินค้า การประชุม, งานแสดงแสง สี เสียง และงานแฟชั่นโชว์ เป็นต้น
- บริษัท นาโนนิเซีย จำกัด (“นาโนนิเซีย”) (เดิมคือ บริษัท ชิกส์ ดิกรี โปรดักชั่น จำกัด) ก่อตั้ง ณ วันที่ 9 มีนาคม 2560 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายสินค้าของกลุ่มบริษัท อาทิเช่น สินค้าความงามและสุขภาพ และ TV Shopping เป็นต้น

☐ บริษัทย่อยในเครือ ที่บริษัทร่วมลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 98.29 (นับการถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม) มีดังนี้

- บริษัท สยามพิมเนส จำกัด (“สยามพิมเนส”) ดำเนินธุรกิจบริหารจัดการโรงละคร ซึ่งรวมถึงการจัดการแสดงในโรงละคร และให้บริการเช่าพื้นที่ โดยโรงละครดังกล่าวมีชื่อว่า “โรงละครเคแบงก์สยามพิมเนส” เปิดให้บริการครั้งแรกในเดือน เมษายน 2558

☐ บริษัทย่อยในเครือ ที่บริษัทร่วมลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 60 มีดังนี้

- บริษัท กราว จำกัด (“กราว”) ดำเนินธุรกิจบันทึกเสียงและผลิตผลงานเพลง บันทึกเสียงละคร บันทึกเสียงภาพยนตร์ และโฆษณา รวมถึงการบันทึกเสียงพากย์

☐ บริษัทย่อยในเครือของบริษัท ที่ร่วมลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50 มีดังนี้

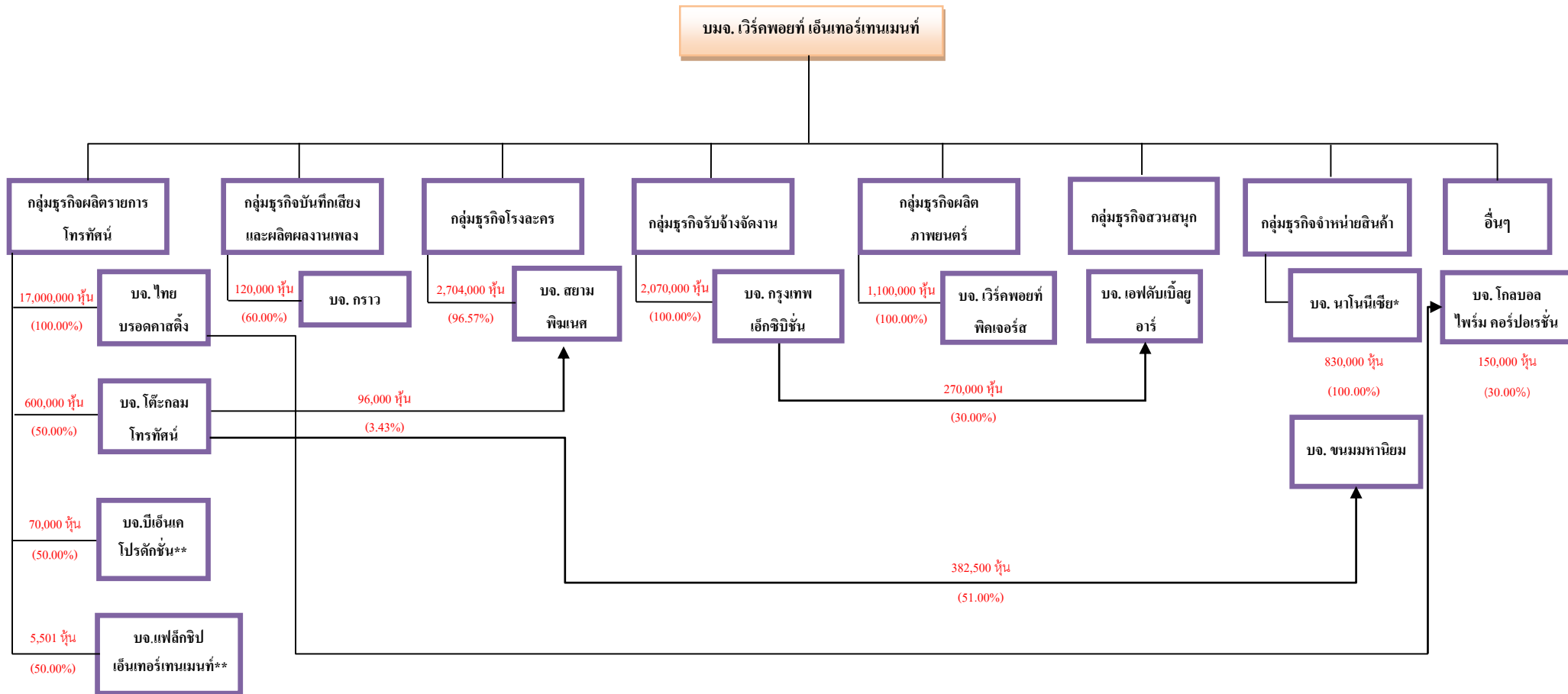
- บริษัท โต๊ะกลมโทรทัศน์ จำกัด (“โต๊ะกลมโทรทัศน์”) ดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ และรายการออนไลน์ต่างๆ

☐ บริษัทร่วมในเครือของบริษัท ที่ร่วมลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 30 มีดังนี้

- บริษัท โกลบอล ไพรม์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (“โกลบอล ไพรม์”) ดำเนินธุรกิจ Payment Gateway รับชำระเงินในระบบอิเล็กทรอนิกส์

ทั้งนี้ บริษัทได้ลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนการขยายธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยในเครือ โดยการลงทุนในบริษัทย่อยนั้นเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัทกับบุคลากรที่มีความสามารถและเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง ทั้งนี้บริษัทมีความมั่นใจว่าการลงทุนในบริษัทย่อยในเครือนั้นจะประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีและจะช่วยขยายฐานรายได้และกำไรของบริษัทให้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



หมายเหตุ สิทธิการออกเสียงของกลุ่มบริษัทเป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้น กล่าวคือ 1 หุ้น : 1 เสียง

โครงสร้าง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

*เดิมคือ บริษัท ชิกส์ ดีกรี โปรดักชั่น จำกัด

**อยู่ระหว่างชำระบัญชี

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทในเครือ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ธุรกิจหลัก คือ 1) ธุรกิจรายการโทรทัศน์ 2) ธุรกิจการรับจ้างจัดงาน 3) ธุรกิจละครเวทีและคอนเสิร์ต และ 4) ธุรกิจขายสินค้าและบริการ ซึ่งธุรกิจดังกล่าวข้างต้นเป็นธุรกิจที่ต่อเนื่องและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ รายละเอียดของแต่ละธุรกิจสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ธุรกิจรายการโทรทัศน์

ธุรกิจรายการโทรทัศน์ของบริษัท สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล
2. ธุรกิจรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่องทางออนไลน์
3. ธุรกิจการจำหน่ายลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์ (Licensing)

2.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

☐ ธุรกิจรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยผลิตรายการและซื้อลิขสิทธิ์รายการเพื่อนำมาออกอากาศในช่องโทรทัศน์ของบริษัท ซึ่งได้แก่ “ช่อง WORKPOINT” โดยมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณาและจากการโปรโมทสินค้าและบริการในช่วงเวลาต่างๆ ที่ออกอากาศ

ทั้งนี้ ช่อง WORKPOINT นั้นดำเนินการออกอากาศในระบบดิจิทัลภายใต้ใบอนุญาตใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ ซึ่งถือใบอนุญาตโดยบริษัทย่อย และออกอากาศอย่างเป็นทางการ เมื่อไตรมาส 2 ปี 2557 ซึ่งก่อนที่จะออกอากาศในระบบดิจิทัลนั้น ช่อง WORKPOINT ได้ออกอากาศมาแล้วภายใต้ใบอนุญาตโทรทัศน์ดาวเทียมตั้งแต่ปี 2555 นับได้ว่าช่อง WORKPOINT นั้นได้ดำเนินการออกอากาศอย่างต่อเนื่อง มากกว่า 5 ปี

รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในช่อง WORKPOINT สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทหลัก โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) รายการผลิตเอง (Local Content)

1.1) Light Entertainment เป็นรายการประเภท วาไรตี้ คิวโชว์ เกมโชว์ และเรียลลิตี้โชว์ เป็นรายการที่มุ่งเน้นให้ผู้ร่วมรายการและผู้ชมรายการได้รับทั้งความบันเทิงและสาระ โดยการสอดแทรกเนื้อหา แง่คิด และความรู้ต่างๆ ไว้ในรายการผ่านคำถามที่ถามผู้เล่นเกม หรือการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการหรือวิทยากรรับเชิญ โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์จะได้รับทั้งสาระและความบันเทิงผ่านการนำเสนอที่หลากหลาย สนุกสนาน ทั้งนี้ รายการ Light Entertainment ที่บริษัทผลิตเองนั้น แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.1.1 รายการที่พัฒนาเอง คือรายการที่บริษัทสร้างสรรค์และพัฒนา โดยผลิตรายการนั้นๆมาอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น แฟนพันธุ์แท้ Super Fan, เวทีทอง, ไมค์ทองคำ, ไมค์หมดหนี้, ปริศนาฟ้าแลบ, ซุปเปอร์หม่า,

ชิงร้อยชิงล้าน ว้าว้าวว้าว, คุณพระช่วย, จำอวดหน้าจอ, เท่งโหนดวิทยาคม, คนอวดผี, ร้านเด็ดประเทศไทย, นักร้องสองไมค์, The Rapper Season 1-2, เสียงซ่อนรูป, คู่เฟด คู่แฟน และ กล้องของขวัญ เป็นต้น

1.1.2 รายการ Format คือรายการที่บริษัทซื้อลิขสิทธิ์ Format รายการจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทในต่างประเทศเพื่อมาผลิตตามรูปแบบที่กำหนด แต่อาจจะปรับเปลี่ยนเนื้อหาในรายการให้เหมาะสมตามรสนิยมของผู้ชมรายการในประเทศไทย ตัวอย่างเช่น Let me in Thailand, I Can See Your Voice และ The Mask Singer เป็นต้น

- 1.2) **Sit Com** รายการประเภท Sit Com ของบริษัทนั้น จะมีลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นเอกลักษณ์ โดยจะเป็นแนวสนุกสนาน เลือกที่จะมองชีวิตมนุษย์ในแง่ขัน ล้อเลียน เอามาทำเป็นเรื่องตลกให้คนดูหัวเราะ โดยผูกเรื่อง สร้างสถานการณ์ให้เกิดอารมณ์ขันสนุกสนาน ตัวอย่างเช่น ระเบิดเถิดเทิง ขอย้ำใครอย่าแตะ, ขวัญใจไทยแลนด์, พ่อบ้านจอกดำ, ตลกหกลก 2018 และ หกฉากครึ่งจาร์ย เป็นต้น
- 1.3) **Drama** รายการประเภทละคร ของบริษัท นำเสนอเนื้อหาที่สนุกสนาน และแตกต่างจากคู่แข่ง โดยส่วนใหญ่เป็นละครชุดซีรีส์ เช่น เจ็ดวันจองเวร 1-2, เกมริษยา 1-2, ดอกไม้ลายพาดกลอน และ สาวน้อยร้อยหม้อ เป็นต้น
- 1.4) **News** เป็นรายการที่นำเสนอข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งข่าวอาชญากรรม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม บันเทิง รวมทั้งกีฬา ทั้งในและต่างประเทศ โดยบริษัทมีสตูดิโอข่าวอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อออกอากาศในทุกช่วงเวลา ตัวอย่างเช่น ข่าวเวิร์คพอยท์, บรรจงขงข่าว, ตลาดข่าว, ห้องข่าวบันเทิง และ อัจฉริยะสยอง เป็นต้น
- 1.5) **รายการกีฬา** เป็นรายการที่นำเสนอกีฬาประเภทต่างๆ ในรูปแบบรายการที่แปลกใหม่ด้วยการจัดโปรดัคชั่นที่ยิ่งใหญ่ ตัวอย่างเช่น ซูเปอร์มวยไทยไฟต์ถล่มโลก เป็นต้น
- 1.6) **รายการขายสินค้า** เป็นรายการที่นำเสนอสินค้าผ่านรายการแนะนำสินค้า โดยมีพิธีกร หรือผู้เชี่ยวชาญในสินค้าชนิดนั้น เป็นผู้ดำเนินรายการ ตัวอย่างเช่น Beauty See First และ Beautiholic สวยเข้าเส้น เป็นต้น

2) รายการลิขสิทธิ์

- 2.1) **ลิขสิทธิ์รายการพร้อมออกอากาศ (Finished Program)** เป็นการซื้อลิขสิทธิ์รายการที่หลากหลายรูปแบบจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งรายการอาหาร รายการสุขภาพ การ์ตูน เกมโชว์ และละครซีรีส์ เป็นต้น
- 2.2) **รายการลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสด** ได้แก่ รายการถ่ายทอดสดกีฬาและกิจกรรมสำคัญต่างๆ เช่น การถ่ายทอดสดการแข่งขัน ROV(เกมสโออนไลน์), มหกรรมมวยไทยนานาชาติ, WLF World Boxing Championship, คุณหลุนไฟต์, การแข่งขันวอลเลย์บอล Women's World Championship 2018 และเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 18 ปี 2018 เป็นต้น

3) รายการที่บุคคลภายนอกเข้าเวลาออกอากาศ

เป็นรายการที่บุคคลภายนอกทำการเข้าเวลาเพื่อออกอากาศทาง ช่อง WORKPOINT ตัวอย่างเช่น Super 10 , Super 100 , Make Awake คู่มีค่าคืน , อายุ่น้อยร้อยล้าน , Cooking Guru , Food Fighto สีกกริ้วเดียวกัน และ หนีเที่ยวกัน เป็นต้น

☐ ธุรกิจรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่องทางออนไลน์

แต่เดิมนั้น ธุรกิจรายการโทรทัศน์ของบริษัท มีรูปแบบการผลิตรายการและซื้อลิขสิทธิ์รายการ เพื่อนำมาออกอากาศทางช่อง WORKPOINT เท่านั้น อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นมา บริษัทเพิ่มช่องทางการออกอากาศรายการต่างๆทางช่องทางออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ ในทุกๆแพลตฟอร์ม อาทิเช่น Youtube , Facebook และ Website / Application ของบริษัท ควบคู่กับการออกอากาศทางช่อง WORKPOINT เพื่อรองรับความต้องการของผู้ชมที่ปรับเปลี่ยนไปตามกระแสหรือพฤติกรรม

ทั้งนี้ นับตั้งแต่บริษัทได้ออกอากาศคู่ขนาน ทั้งในช่อง WORKPOINT และ Online Platform บริษัทสามารถเพิ่มเรตติ้งของรายการ โทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่อง WORKPOINT ควบคู่ไปกับการเพิ่มขึ้นของผู้ติดตาม (Subscribers/Followers) ในทุกช่องทาง Online Platform

ช่องทางการออกอากาศทางออนไลน์ของรายการโทรทัศน์ สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทหลัก ดังนี้

1) ช่องทาง Youtube

เป็นวิดีโอแพลตฟอร์มชั้นนำของโลก ที่เปิดให้ผู้ใช้สามารถอัปโหลดคลิปวิดีโอ และถ่ายทอดสด (Live Streaming) เนื้อหารายการต่างๆได้ โดยบริษัทใช้ชื่อช่องของบริษัทบน Youtube ว่า “WorkpointOfficial” โดยบริษัทได้นำเสนอทั้งคลิปรายการย้อนหลัง คลิปที่เอาเนื้อหามาตัดต่อใหม่ และการถ่ายทอดสด (Live Streaming) รายการโทรทัศน์ในเวลาเดียวกันกับการออกอากาศทางช่อง WORKPOINT โดยบริษัทจะได้รับส่วนแบ่งรายได้จากการขายโฆษณาในวิดีโอคลิปต่างๆ ตามสัดส่วนที่ตกลงกันกับทาง Youtube

โดยที่ผ่านมา “WorkpointOfficial” บน Youtube มียอดผู้ติดตาม (Subscribers) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนได้รับรางวัลปุ่มเพชร (Diamond Play Button) จาก Youtube และ ณ วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 มียอดผู้ติดตามมากกว่า 27 ล้าน และมียอดรับชม (View) จากคลิปวิดีโอรายการ The Mask Singer season 2 สูงเป็นอันดับ 1 ของช่อง โดยมียอดรับชมมากกว่า 296 ล้านวิว เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2561 ที่มียอดรับชมเท่ากับ 68.5 ล้านวิว

ทั้งนี้ บริษัทมียอดผู้ติดตาม (Subscribers) ทางช่องทาง Youtube เป็นอันดับต้นๆของประเทศไทย และ ณ วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 ช่อง Youtube ของบริษัทเป็นอันดับ 1 ของ Thailand Top 100 Most Subscribe Channel List

เปรียบเทียบจำนวนผู้ติดตามทางช่องทาง Youtube (Subscribers) ในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน



Workpoint Official
 Subscribers : 27,700,000
 Uploads : 42,028
 Video Views : 23,837,843,436



One31
 Subscribers : 21,400,000
 Uploads : 83,745
 Video Views : 16,706,790,038



TV3 Official
 Subscribers : 21,600,000
 Uploads : 69,220
 Video Views : 16,234,647,387



GMM25 Thailand
 Subscribers : 8,980,000
 Uploads : 25,403
 Video Views : 5,956,033,813



ThaiCh8 : ช่อง 8
 Subscribers : 10,200,000
 Uploads : 51,503
 Video Views : 6,622,792,960



CH7
 Subscribers : 9,200,000
 Uploads : 22,728
 Video Views : 5,717,323,283



Thai PBS
 Subscribers : 8,150,000
 Uploads : 138,912
 Video Views : 5,405,659,132



Thai PBS
 Subscribers : 2,920,000
 Uploads : 63,336
 Video Views : 1,051,933,379



PPTV HD Thailand
 Subscribers : 2,910,000
 Uploads : 48,869
 Video Views : 1,004,410,459

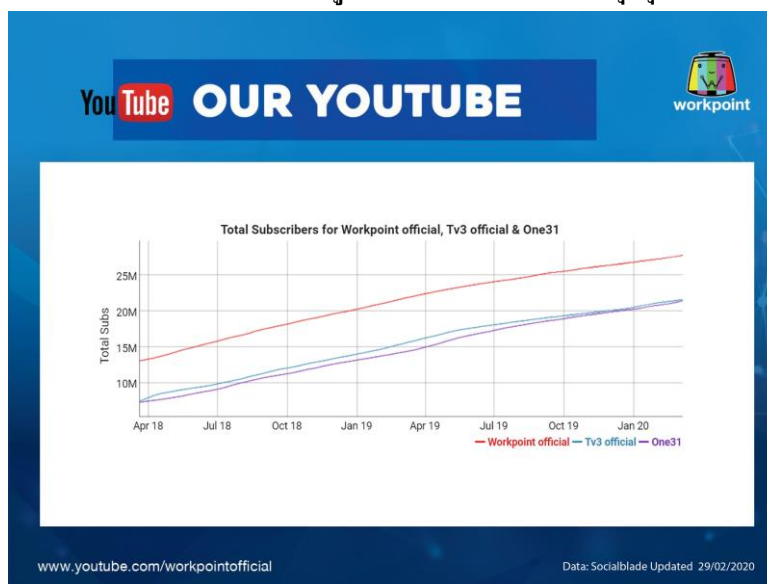
Thailand Top 100 Most Subscribe Channel List

	Channel Info	Category	Subscribers	Avg.view	NoxScore
1	WorkpointOfficial	Entertainment	27.8M ↑ 0.4%	33.8K ↓ 9.5%	★★★★★
2	Ch3Thailand	Entertainment	21.6M ↑ 0.5%	63.23K ↑ 125.2%	★★★★★
3	one31	Entertainment	21.5M ↑ 0.9%	13.97K ↑ 72.1%	★★★★★
4	GMM GRAMMY OFFICIAL	Music	17.8M -	10.72K ↓ 21.1%	★★★★★
5	RsiamMusic : อาร์สยาม	Music	14.9M -	346.55K ↓ 18.2%	★★★★★
6	Kaykai Salaider	Entertainment	12.4M ↑ 0.8%	3.78M ↑ 1.0%	★★★★★
7	GRAMMY GOLD OFFICIAL	Music	12.2M ↑ 0.8%	216.96K ↑ 88.4%	★★★★★
8	Genierock	Music	11.6M -	1.81M ↓ 1.8%	★★★★★
9	Bie The Ska	Entertainment	10.7M -	1.66M ↑ 3.6%	★★★★★
10	zbing z.	Gaming	10.5M -	710.56K ↑ 13.9%	★★★★★

Source : www.noxinfluencer.com

ที่มา : www.noxinfluencer.com

เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของยอดผู้ติดตาม (Subscribers) ในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน

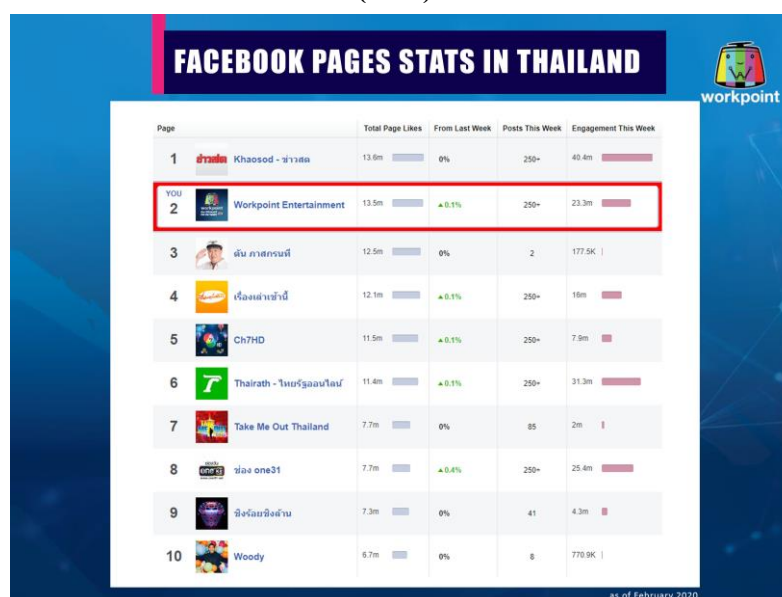


2) ช่องทาง Facebook













เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ชั้นนำของโลก โดย Page ของบริษัท บน Facebook ใช้ชื่อว่า “Workpoint Entertainment” โดยบริษัทจะนำเสนอคลิปวิดีโอ ข่าวสารประชาสัมพันธ์จากบริษัท บนหน้า feed ของ Facebook รวมทั้งถ่ายทอดสด (Live Streaming) รายการโทรทัศน์ของบริษัทในเวลาเดียวกันกับการออกอากาศทางช่อง WORKPOINT ทั้งนี้รูปแบบรายได้ของบริษัทจาก Facebook นั้น จะมีทั้งรูปแบบการขายพื้นที่ feed ต่างๆ ให้แก่ลูกค้าโดยตรง และรูปแบบการรับส่วนแบ่งรายได้ตามอัตราที่ตกลงกันกับทาง Facebook โดยจะขึ้นอยู่กับประเภทของวิดีโอต่างๆที่บริษัทเป็นคนกำหนด

ทั้งนี้ Facebook Page ของบริษัท ได้รับกระแสความนิยมไม่น้อยไปกว่าช่องทางอื่นๆ จน ณ ปัจจุบันมีผู้กดติดตามจำนวนมากกว่า 16 ล้านไลค์ และมียอดผู้ติดตามสูงเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศไทย

สถิติยอดไลค์ (Likes) ของ Facebook



เปรียบเทียบจำนวนผู้ติดตามทางช่องทาง Facebook ในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน

 Workpoint Entertainment 16,520,823 Follows 13,482,338 Likes	 Thairath TV 11,936,206 Follows 11,408,066 Likes
 BBTV Channel 7 12,603,336 Follows 11,455,742 Likes	 Mono 29 4,853,402 Follows 4,486,903 Likes
 one 31 9,953,164 Follows 7,673,964 Likes	 VOICE TV 21 2,778,755 Follows 2,264,197 Likes
 Thai PBS 6,057,169 Follows 4,954,110 Likes	 true4U 2,904,117 Follows 2,459,800 Likes
 GMM25 Thailand 8,673,945 Follows 6,217,003 Likes	 MCYT 1,396,020 Follows 1,366,033 Likes
 Nation TV 22 2,992,817 Follows 2,920,494 Likes	 PPTV Thailand 3,605,982 Follows 2,738,718 Likes

3) ช่องทาง Website/Application ของบริษัท

นอกเหนือจากช่องทาง Youtube และ Facebook แล้วนั้น บริษัทยังออกอากาศรายการของบริษัทบน Website และ Application ของบริษัท ควบคู่กันไปด้วย เพื่อเพิ่มช่องทางการรับชมให้แก่ผู้ชมในกลุ่มต่างๆ โดย ณ ปัจจุบัน Application ของบริษัท มีผู้ดาวน์โหลดไปแล้วมากกว่า 3 ล้านครั้ง

นอกจากนี้ บริษัทได้ผลิตรายการเพื่อออกอากาศทาง Online Platform ร่วมกับ Partner ซึ่งเป็นเจ้าของ Social Online Platform เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น The Social Icon , Infinite Challenge ซุปตาร์ท้าแข่ง และ Sitcom โซะ แฟมิลี เป็นต้น



☐ **ธุรกิจการจำหน่ายลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์ (Licensing)**

นอกจากการดำเนินธุรกิจโดยการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศทางช่อง WORKPOINT และออกอากาศทางช่องทางออนไลน์ เพื่อขายเวลาโฆษณาและโปรโมชั่นในรายการแล้วนั้น บริษัทยังดำเนินธุรกิจการจำหน่ายลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์ของบริษัท (Licensing) ให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วย โดยตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา บริษัทจำหน่ายลิขสิทธิ์รายการไปแล้วกว่า 30 รายการ ใน 16 ประเทศ ได้แก่ ประเทศอินเดีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเวียดนาม ประเทศกัมพูชา ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น



โดยมีรายละเอียดรูปแบบการจำหน่าย ดังนี้

1) การจำหน่ายรูปแบบรายการ Format

บริษัทจำหน่ายลิขสิทธิ์รูปแบบรายการ (Format) ให้แก่ลูกค้าต่างประเทศเพื่อนำไปผลิตเอง โดยบริษัทให้คำแนะนำในการผลิตรายการนั้นๆ ควบคู่ไปด้วย ตัวอย่างเช่น รายการชิงร้อยชิงล้าน ว้าว ว้าว ว้าว , ดลก 6 นาที , ราชรถมาเกย์ , ไมค์หมดหนี้ , แฟนพันธุ์แท้ , คดีสีชมพู , คนอวดผี , ปริศนาฟ้าแลบเด็ก , ปริศนาฟ้าแลบ และ กล้องของขวัญ เป็นต้น

2) การจำหน่ายรายการ Finished Program

บริษัทจำหน่ายรายการ (Finished Program) โดยเป็นการจำหน่ายรายการให้แก่ลูกค้า เพื่อนำไปออกอากาศ โดยผู้ซื้อสามารถนำไปพากย์เสียงของแต่ละประเทศได้ ตัวอย่างเช่น ซิทคอม “ระเบิดเถิดเทิงสิงโตทอง” , ซิทคอม “ระเบิดเถิดเทิงแดนเซอร์ทะลวงไส้” , ละคร “นางแก้ว” , ละคร “เกมริษยา” , ดลกหกนาที , ละคร “หน้ากากนางเอก” และ Sweet Chef Thailand เป็นต้น

2.1.2 การตลาดและการแข่งขัน

1) นโยบายการแข่งขัน

☐ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

รายได้ของธุรกิจรายการโทรทัศน์ทั้งช่อง WORKPOINT และช่องทางออนไลน์ มาจากการขายโฆษณาเป็นหลัก ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือกลุ่มตัวแทนโฆษณา และกลุ่มบริษัทที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือลูกค้าโดยตรงซึ่งมาจากหลายอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มอุปโภคบริโภค เครื่องดื่ม รถยนต์ ธนาคาร ประกันชีวิต และเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้าที่ซื้อเวลาโฆษณาและโปรโมทกับบริษัท สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) คือ บริษัทตัวแทนโฆษณาที่ให้บริการวางแผนการโฆษณาและจัดสรรเวลาโฆษณาให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะซื้อเวลาโฆษณาและโปรโมทกับบริษัทโดยตรง และ/หรือผ่านตัวแทนขายในแต่ละ Online Platform เป็นแพ็คเกจ (Package) โดยเป็นการซื้อล่วงหน้าและมีระยะเวลาทั้งแบบรายเดือนหรือรายปี เพื่อจัดสรรให้แก่การโฆษณาสินค้าและบริการแต่ละรายการตามแผนโฆษณาที่วางให้กับลูกค้า ซึ่งได้แก่ บริษัทขนาดใหญ่ องค์กรของรัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ ที่มีการวางแผนการตลาดและกำหนดงบประมาณการตลาดอย่างชัดเจนและมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยให้บริษัทตัวแทนโฆษณาเป็นผู้วางแผนโฆษณาให้

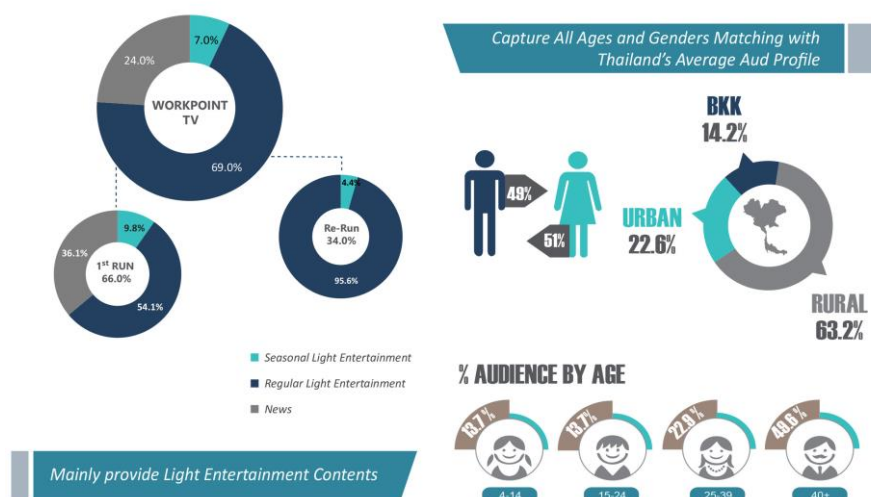
2. กลุ่มบริษัทที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือลูกค้าโดยตรง (Direct Customer) ได้แก่ บริษัทห้างร้านเอกชนทั่วไปที่สามารถกำหนดแนวทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เองโดยติดต่อซื้อเวลาโฆษณา กับบริษัทโดยตรง ทั้งในช่อง WORKPOINT และ Online Platform ของบริษัท ซึ่งส่วนมากลูกค้ากลุ่มนี้จะมีขนาดเล็กกว่ากลุ่มที่ติดต่อผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณาและมีงบประมาณในการโฆษณาน้อยกว่า

นอกเหนือจากลูกค้าเป้าหมายในการขายโฆษณาและโปรโมทสินค้าแล้วนั้น สำหรับธุรกิจการจำหน่ายลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์นั้น ลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ของบริษัทจะเป็นสถานีโทรทัศน์ในต่างประเทศ โดยบริษัทจะเข้าร่วมงานจัดแสดงในต่างประเทศเป็นประจำ เพื่อนำเสนอรายการโทรทัศน์ของบริษัทให้แก่ลูกค้าในกลุ่มดังกล่าว

□ **กลุ่มผู้ชมรายการเป้าหมาย**

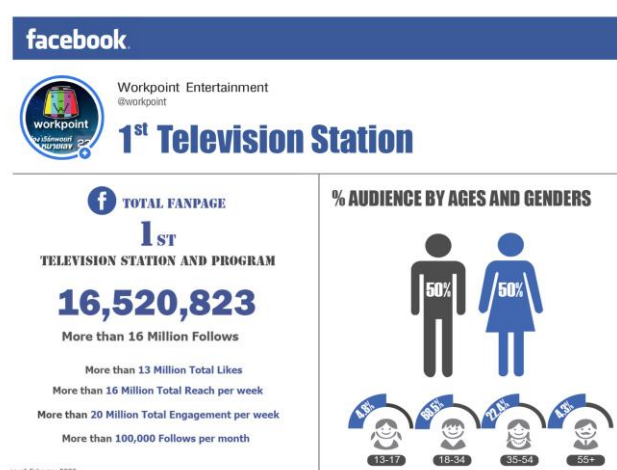
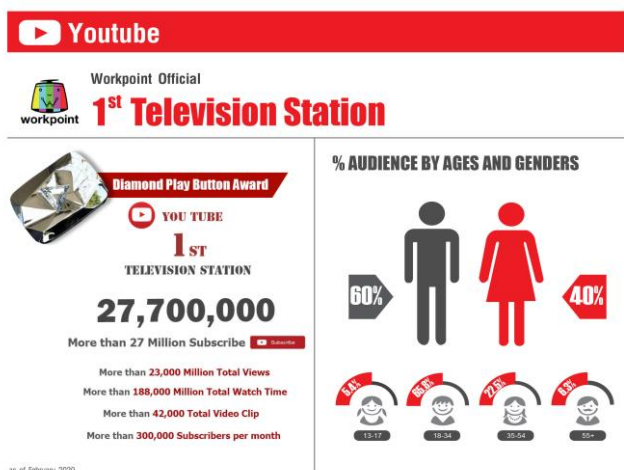
สำหรับกลุ่มผู้ชมรายการเป้าหมายนั้น บริษัทมุ่งเน้นการผลิตรายการที่ให้ผู้คนทุกกลุ่มทุกสาขาอาชีพสามารถชมได้และได้รับสาระและความบันเทิง โดยวางแผนให้กลุ่มผู้ชมหลักของแต่ละรายการเป็นตามลักษณะเฉพาะของแต่ละรายการโทรทัศน์ ส่วนใหญ่รายการที่บริษัทผลิตเป็นรายการที่สามารถรับชมได้ทั้งครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย โดยกลุ่มผู้ชมในช่อง WORKPOINT นั้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ชมที่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ทั้งเพศและพื้นที่การรับชม

กลุ่มผู้ชมรายการทางช่อง WORKPOINT



อย่างไรก็ดี หากเป็นกลุ่มผู้ชมเป้าหมายในช่องทางออนไลน์นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 18 – 34 ปี โดยมีสัดส่วนชายและหญิงใกล้เคียงกัน

กลุ่มผู้ชมรายการทางช่องทางออนไลน์



2) ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

(1) การตลาด

(1.1) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรายการโทรทัศน์สามารถสรุปได้ดังนี้

☐ การสร้างสรรค์และพัฒนารายการ

รายการต่างๆ ของบริษัทจะเน้นการสร้างสรรค์ ทั้งในด้านของรูปแบบรายการ เนื้อหาสาระ และความบันเทิง ซึ่งทางบริษัทมีทีมงานที่มีประสบการณ์ คุณภาพที่จะสร้างสรรค์ ออกแบบ และคัดเลือกรายการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้รับชม

☐ การควบคุมคุณภาพ
รายการที่บริษัทผลิตเอง

บริษัทมีทีมงานที่มีประสิทธิภาพและมีประสบการณ์ มีการวางแผนการผลิตรายการเพื่อนำมาออกอากาศโดยรายการต่างๆ ล้วนมีการควบคุมต้นทุนการผลิตได้เป็นอย่างดี เพราะทางบริษัทมีความพร้อมของสตูดิโอถ่ายทำ จึงสามารถควบคุมต้นทุนและคุณภาพของรายการก่อนออกสู่สายตาของประชาชนได้โดยง่าย

รายการลิขสิทธิ์

การคัดเลือกรายการลิขสิทธิ์นั้น ทางทีมงานจะคัดเลือกรายการลิขสิทธิ์ ไม่ว่าจะเป็น ซีรีส์, เกมโชว์ และการ์ตูน เป็นต้น โดยคัดเลือกจากความนิยมของรายการและความเหมาะสมของผังรายการ

รายการที่บุคคลภายนอกเช่าเวลาออกอากาศ

บริษัทตรวจสอบประเภท และเนื้อหาของรายการที่เช่าเวลาออกอากาศ โดยทีมงานของบริษัท เพื่อให้แน่ใจว่ารายการดังกล่าวมีความเหมาะสม สามารถออกอากาศได้อย่างไม่ผิดกฎหมาย

☐ **การจำหน่ายและส่งเสริมการจำหน่าย**

ธุรกิจรายการที่ออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

การขายเวลาโฆษณาของบริษัท มีรูปแบบการขายจัดเป็นแพ็คเกจ (Package) ทั้งแบบเหมาทุกช่วงเวลา และแบบเจาะจงช่วงเวลา โดยปรับเปลี่ยนสัญญาการขายทั้งระยะสั้นรายเดือนและรายปี เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกลงโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้หลายรูปแบบ โดยลูกค้าสามารถเลือกซื้อเวลาโฆษณาและเป็นผู้สนับสนุนรายการเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการได้ตามความเหมาะสม

ธุรกิจรายการที่ออกอากาศทางช่องทางออนไลน์

การขายโฆษณาของบริษัท มีทั้งรูปแบบของการขายเองโดยบริษัท และการขายโฆษณาค่านทางทีมขายของแต่ละ Online Platform โดยในกรณีที่เป็นการติดต่อซื้อโฆษณาโดยตรงกับบริษัท โดยปกติจะเป็นการซื้อแพ็คเกจ (Package) โฆษณาในรูปแบบ Product Placement ในช่วงพักโฆษณาของการถ่ายทอดสด (Live Streaming) หรือการซื้อพื้นที่โฆษณาบนหน้า feed ของ Facebook ของบริษัท ในกรณีที่เป็นการซื้อโฆษณาผ่านตัวแทนขายของแต่ละ Online Platform โดยปกติจะเป็นการซื้อแพ็คเกจ (Package) โฆษณาแบบคลิปวิดีโอที่แทรกไปในเนื้อหารายการต่างๆ ของบริษัทบนแต่ละ Online Platform ในกรณีนี้บริษัทจะได้รับค่าตอบแทนเป็นส่วนแบ่งรายได้ตามที่ตกลงกันกับแต่ละ Online Platform

ธุรกิจจำหน่ายลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์ (Licensing)

การจำหน่ายลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์ของบริษัท โดยปกติจะเป็นการจำหน่ายโดยตรงจากบริษัทเองโดยไม่ผ่านตัวแทน โดยบริษัทจะนำทีมงานและรายการโทรทัศน์ของบริษัทไปประชาสัมพันธ์ตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ในต่างประเทศ เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าที่สนใจสามารถสอบถามและเลือกซื้อทั้งรูปแบบรายการ (Format) และรายการ (Finished Program)

☐ **การกำหนดราคา**

การกำหนดราคาค่าโฆษณาของทางบริษัท ทั้งในช่อง WORKPOINT และช่องทางออนไลน์นั้น บริษัทจะกำหนดราคาค่าโฆษณาให้มีความยุติธรรมและคุ้มค่าที่สุดเพื่อรักษาฐานของลูกค้าไว้ให้ได้ ซึ่งการกำหนดราคานี้จะพิจารณาจากเรตติ้งของช่วงเวลาตามแต่ละแพ็คเกจการขายและความต้องการของลูกค้าโฆษณาแต่ละราย สำหรับการขายโฆษณาที่ผ่านทางทีมขายของแต่ละ Online Platform นั้น บริษัทจะมีทีมงานที่ทำงานร่วมกับแต่ละ Online Platform ต่างๆ อย่างใกล้ชิด

(1.2) การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการขายโฆษณา)

บริษัทมีการจัดตั้งฝ่ายขายเป็นของบริษัทเองในการจำหน่ายเวลาโฆษณา ซึ่งในการจัดจำหน่าย ทางบริษัท จะมีทั้งเข้าไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง และผ่านทางตัวแทนโฆษณา โดยมีรายละเอียดลักษณะการจำหน่ายจะมีทั้งแบบการขายเวลาโฆษณา (Air Time) และการ โปรโมทสินค้าและบริการในรายการ

(2) ภาพรวมอุตสาหกรรมและภาวะการแข่งขัน

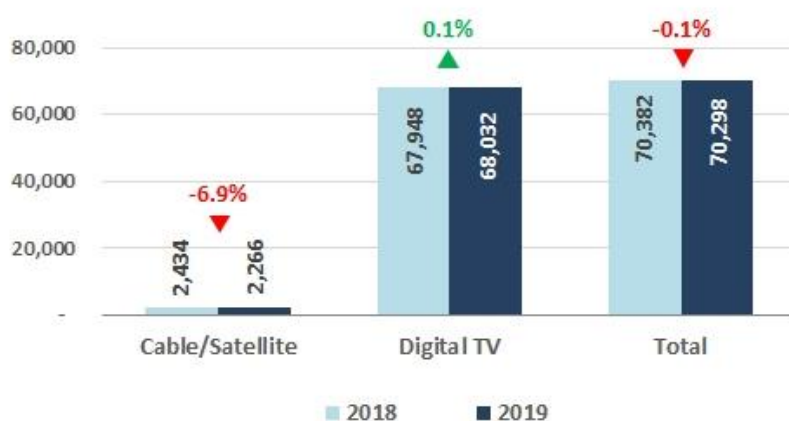
ในปี 2562 ที่ผ่านมา จากข้อมูลของ AGB Nielsen Media Research พบว่าอุตสาหกรรมโฆษณาในช่องทางโทรทัศน์ลดลงร้อยละ 0.12 จากปี 2561 โดยมีมูลค่าโฆษณาช่องทางโทรทัศน์ในปี 2562 เท่ากับ 70,298

ล้านบาท โดยโฆษณาในสื่อโทรทัศน์เคเบิลทีวี และ ทีวีดาวเทียมลดลงกว่าร้อยละ 6.90 จากปี 2561 และสื่อโฆษณาในโทรทัศน์ที่ออกอากาศในระบบดิจิทัลมีเม็ดเงินสื่อโฆษณาที่เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.12 จากปี 2561

อย่างไรก็ดี จากข้อมูลของ AGB Nielsen Media Research พบว่า การโฆษณาทางโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดยเฉพาะการโฆษณาในโทรทัศน์ที่ออกอากาศในระบบดิจิทัล โดยการโฆษณาทางโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 64.38 ของเม็ดเงินอุตสาหกรรมโฆษณาโดยรวม

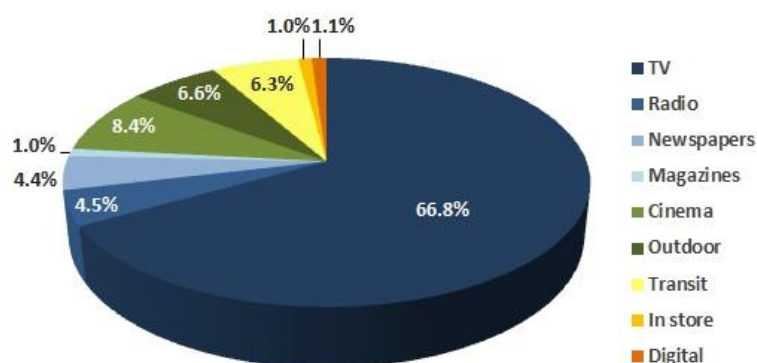
มูลค่าเม็ดเงินโฆษณาในสื่อโทรทัศน์

หน่วย : ล้านบาท



ที่มา : AGB Nielsen Media Research

สัดส่วนโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์



ที่มา : AGB Nielsen Media Research

ภาพการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์ที่ผ่านมามีการแข่งขันสูงอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าในช่วงปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการหลายรายนั้นได้มีการยุติการออกอากาศลง เนื่องจากกระแสความนิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันด้านการนำเสนอรายการที่มี Content และคุณภาพ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่เพิ่มมากขึ้นมาโดยตลอด ส่งผลให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงรายการให้เหมาะสมและเป็นที่นิยมเพื่อตอบสนองความต้องการได้ในทุกกลุ่มผู้บริโภค

โดยช่อง WORKPOINT ได้เริ่มดำเนินการออกอากาศอย่างเป็นทางการในไตรมาส 2 ปี 2557 เป็นต้นมา ภายใต้ใบอนุญาตช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล หมดหมดทั่วไปแบบความคมชัดปกติ ถือใบอนุญาตโดยวิทยุกระจายเสียง ภายหลังจากการออกอากาศในระยะเวลาเพียงไม่นาน ช่อง WORKPOINT ก็เข้ามาเป็นสถานีโทรทัศน์อันดับต้นของประเทศ จากข้อมูลของ AGB Nielsen Media Research พบว่า ช่อง WORKPOINT มีเรตติ้งเป็น 5 อันดับแรกของประเทศ โดยรายการที่ได้รับความนิยมสูง ได้แก่ The Mask Singer , I Can See Your Voice , ไมค์ทองคำเด็ก , ไมค์ทองคำ , ไมค์หมดหนี้ และ ซูเปอร์ฮีโร่ เป็นต้น

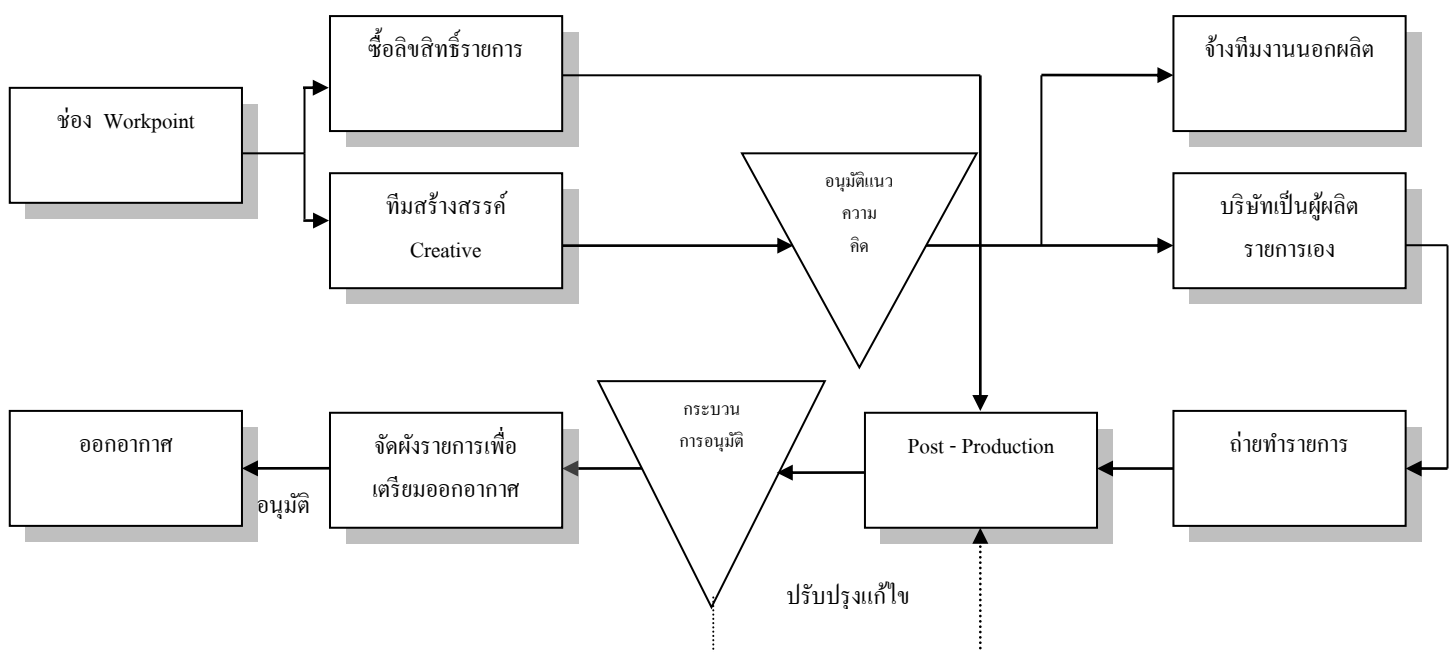
2.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ธุรกิจรายการโทรทัศน์ของบริษัท สามารถจำแนกการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะธุรกิจ ดังนี้

□ ธุรกิจรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

ธุรกิจรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลนั้น เนื่องจาก บริษัทเป็นเจ้าของช่องโทรทัศน์จึงสามารถบริหารจัดการเวลาการออกอากาศต่างๆ ได้เอง อย่างไรก็ดี เพื่อให้รายการที่นำมาออกอากาศมีความหลากหลาย การผลิตหรือคัดสรรรายการเพื่อนำมาออกอากาศถือเป็นกระบวนการสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ขั้นตอนของการผลิตรายการและจัดหารายการมาออกอากาศสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

แผนภาพขั้นตอนการผลิต



☐ **ขั้นตอนเตรียมการผลิต**

สำหรับรายการที่บริษัทผลิตเองนั้น การผลิตรายการนั้นจะเริ่มด้วยฝ่ายผลิตโดยทีมงานสร้างสรรค์ (Creative Group) วางแผนและผลิตรายการที่จะนำมาออกอากาศในช่อง WORKPOINT โดยการประชุมเพื่อให้ สมาชิกระดมความคิด และสรุปเนื้อหาเพื่อนำส่งทีมผลิตรายการเพื่อวางแผนการดำเนินงาน กำหนดวันบันทึกเทป นักมายครา นักแสดง ผู้ร่วมรายการ และกระจายงานไปยังส่วนต่างๆเพื่อเตรียมงานก่อนการถ่ายทำโดยมีผู้บริหารให้ข้อเสนอแนะรวมถึงข้อคิดเห็นในการผลิตรายการ นอกจากนั้นแล้ว ทีมงานที่เตรียมการผลิตของแต่ละรายการมีหน้าที่เตรียมงานและวางแผนล่วงหน้าทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อกำหนดรูปแบบและทิศทางในการดำเนินรายการโทรทัศน์

นอกจากรายการที่ทางบริษัทผลิตเพื่อออกอากาศช่อง WORKPOINT เองแล้ว ยังมีรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์ โดยการเลือกรายการลิขสิทธิ์ ทางบริษัทจะคัดสรรรายการที่มีคุณภาพและเป็นที่น่าสนใจ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผู้ชม

☐ **ขั้นตอนการถ่ายทำรายการ / บันทึกเทป (Production)**

การถ่ายทำรายการของช่อง WORKPOINT ทางทีมงานจะมีการเตรียมงานล่วงหน้าประมาณ 2 สัปดาห์ ก่อนที่จะบันทึกรายการ โดยสำหรับรายการที่ออกอากาศสด ทางรายการจะบันทึกการเดือนละ 4 ครั้ง ส่วนรายการที่สามารถบันทึกเทปไว้ได้ จะบันทึกการเดือนละหนึ่งครั้งเพื่อออกอากาศสำหรับ 4 สัปดาห์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนในการผลิตรายการอีกทั้งเพื่อที่ทีมงานผลิตมีเวลาเพียงพอที่จะสามารถสรรหาเนื้อหาที่จะมาบันทึกการครั้งต่อไปให้มีประโยชน์และมีสาระเพื่องานที่มีประสิทธิภาพ

☐ **ขั้นตอนภายหลังการถ่ายทำรายการ (Post-production)**

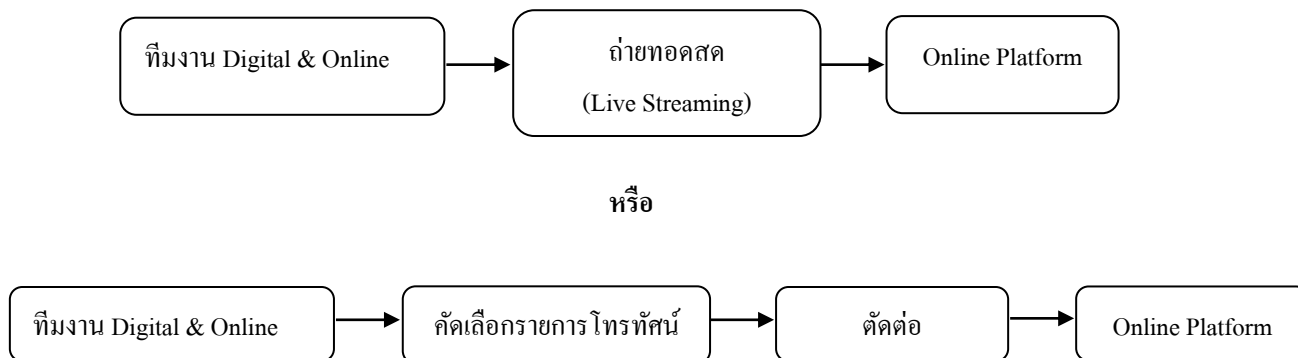
กระบวนการหลังจากถ่ายทำรายการ (Post-production) เป็นกระบวนการตัดต่อเทปเนื้อหาของรายการ รวมถึงการเพิ่มภาพประกอบ การเพิ่มเสียง หรือเทคนิคต่างๆ เพื่อให้รายการมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ซึ่งทางบริษัทมีทีมงานเพื่อตรวจสอบเนื้อรายการอีกครั้งหนึ่งก่อนที่จะส่งรายการไปออกอากาศ โดยรายการที่บริษัทผลิตเองหรือรายการที่ซื้อลิขสิทธ์นั้น จะสามารถส่งแล้วไปยังสัญญาณเพื่อออกอากาศได้เลยภายใน 1 วัน

☐ **การจัดผังรายการเพื่อนำออกอากาศ**

การจัดผังรายการเพื่อนำออกอากาศของทางช่อง WORKPOINT นั้นทางบริษัทจะจัดผังรายการให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชม ประเภทของรายการ และกฎระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยรายการยอดนิยมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรายการที่ผลิตเอง และรายการลิขสิทธ์ ที่เป็นที่น่าสนใจจะอยู่ในช่วงเวลาที่ดีที่สุด (PRIMETIME)

☐ **ธุรกิจรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่องทางออนไลน์**

สำหรับธุรกิจรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่องทางออนไลน์นั้น บริษัทจะนำรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นรายการที่บริษัทผลิตเอง ซื้อลิขสิทธ์ และบุคคลภายนอกมาเข้าเวลาออกอากาศทางช่องทางออนไลน์ โดยมีรูปแบบ ดังนี้



ขั้นตอนการดำเนินการ

บริษัท โดยทีมงาน Digital & Online จะวางแผนและเตรียมความพร้อมในการดำเนินการถ่ายทอดสด (Live Streaming) หรือการคัดเลือกรายการโทรทัศน์ ด้วยความเหมาะสมและให้ครอบคลุมรายการโทรทัศน์ของบริษัทให้ได้มากที่สุด รวมทั้งควบคุมกระบวนการออกอากาศ และออกอากาศทางช่องทางออนไลน์ที่บริษัทมีอยู่ในทุกช่องทาง หลังจากนั้นจะรวบรวม Feedback จากผู้รับชมทางช่องทางออนไลน์ เพื่อดำเนินการให้ตรงต่อความต้องการของผู้รับชมต่อไป

2.2 ธุรกิจรับจ้างจัดงาน

2.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจรับจ้างจัดงานเป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านการจัดงานกิจกรรมแบบครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการและจุดมุ่งหมายของลูกค้า โดยที่ผ่านมามีบริษัทได้รับความไว้วางใจให้จัดงานสำคัญๆ ต่างๆ มากมายให้แก่ทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิเช่น World Expo 2015 ณ ประเทศอิตาลี , โครงการอาชีวะสู่นาคตซึ่งจัดให้แก่สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, งานมหกรรมเล่านิทาน อ่านและเล่นกับลูกซึ่งจัดให้แก่กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, งานประชาสัมพันธ์งานราชพฤกษ์ รวมใจภักดิ์ รักพ่อหลวงซึ่งจัดให้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, งาน Money Me Show ซึ่งจัดให้แก่ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), งานประเพณีวิ่งควาย ชลบุรี ซึ่งจัดให้แก่กระทรวงวัฒนธรรม โดยในปี 2562 บริษัทได้จัดงานสำคัญๆ หลากหลายงาน อาทิเช่น โครงการวิ่งกระตุกหัวใจ ปี 2562 , เทศกาลตรุษจีนประเทศไทย ประจำปี 2562 , งานสุพรรณหงส์ ประจำปี 2562 , มหกรรมโขน ประจำปี 2562 , งานรวมศิลป์แผ่นดินสยาม ปี 2562 , งานสงกรานต์ผ้าขาวม้า ICONSIAM , งานสงกรานต์ผ้าขาวม้า ชกสยาม , งานประชุมสุดยอดอาเซียน , งานศิลปินแห่งชาติ ประจำปี 2562 , งาน ธ คู่ฟ้า โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ และ งานกาชาด ประจำปี 2562 เป็นต้น



นอกเหนือจากงานกิจกรรมที่บริษัทได้รับการว่าจ้างจากลูกค้าแล้วนั้น บริษัทยังจัดกิจกรรมต่างๆด้วยบริษัทเอง โดยรูปแบบธุรกิจจะเป็นการจัดหาสปอนเซอร์ ผู้สนใจสนับสนุนงานกิจกรรมต่างๆอีกด้วย โดยกิจกรรมบางส่วนจะเป็นการต่อ ยอดจากรายการโทรทัศน์ของบริษัท โดยพัฒนา และผสมผสาน เพื่อให้เกิดงานกิจกรรมต่างๆ ที่ผ่านมายังได้รับผล

ตอบรับที่ดีจากการจัดกิจกรรมด้วยบริษัทเอง อาทิเช่น งาน ร้านเด็ดแฟร์ ครั้งที่ 2-3 , งาน ไมค์มันขึ้น และ งาน Thailand Siam Street Fest 2019 เป็นต้น



2.2.2 การตลาด และการแข่งขัน

1) นโยบายการแข่งขัน

☐ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้

- 1) กลุ่มธุรกิจเอกชน ทั้งนี้กลุ่มลูกค้าเอกชนนั้นจะมีความต้องการหลักที่จะเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ดังนั้น บริการหลักที่บริษัทให้บริการคือกิจกรรมทางการตลาด และการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า อาทิ การเปิดตัวสินค้าหรือบริการ การส่งเสริมการขาย เป็นต้น
- 2) หน่วยงานของรัฐ เป้าหมายหลักของลูกค้าภาครัฐคือต้องการจัดกิจกรรมเพื่อสื่อสารกับประชาชน ซึ่งอาจจะเป็นการจัดกิจกรรมในรูปแบบของงานนิทรรศการหรือกิจกรรมพิเศษต่างๆ หรือเป็นกิจกรรมการประชุม สัมมนาในระดับนานาชาติ การประชาสัมพันธ์งานให้เข้าถึงประชาชน เป็นต้น
- 3) กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณาและลูกค้าตรง ที่สนใจเป็นผู้สนับสนุนงานกิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้นเอง โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะซื้อสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในงานกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทจัดขึ้น

2) ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

(1) ช่องทางการให้บริการ

สำหรับงานรับจ้างจัดงานที่บริษัทได้รับการว่าจ้าง บริษัทมีช่องทางการให้บริการ ผ่าน 2 ช่องทางดังต่อไปนี้

(1.1) ผ่านการนำเสนอแผนงาน (Pitch)

โดยลูกค้าจะเชิญบริษัทเข้าร่วมเสนอแผนงาน (Pitch) โดยจะแข่งขันร่วมกับผู้รับจัดกิจกรรมรายอื่นๆ ในส่วนของลูกค้ารายเดิม ทีมงานมีหน้าที่ในการรักษาความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง เพื่อให้ทราบถึงแผนงานการจัดกิจกรรมด้านการตลาด และเสนอแนวคิดในการจัดกิจกรรมใหม่ๆ แก่ลูกค้าต่อไป

(1.2) ผ่านทางสายสัมพันธ์ (Strategic Partner)

นอกจากการเข้าเสนองานโดยตรงแล้วนั้น งานที่ได้รับนั้นอาจจะมาจากสายสัมพันธ์ทางธุรกิจด้วยเช่นกัน โดยส่วนใหญ่จะมาจากกลุ่มลูกค้าที่เคยดำเนินธุรกิจร่วมกัน และเห็นศักยภาพของบริษัทในการดำเนินการจัดกิจกรรมต่างๆ

นอกจากนี้ ในกรณีที่เป็นการงานกิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้นเอง บริษัทจะติดต่อขายสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทางทีมขายของบริษัทเอง โดยบริษัทจะติดต่อทั้งกับลูกค้าโดยตรงและตัวแทนโฆษณา (Agency)

(2) ภาพรวมอุตสาหกรรมและภาวะการแข่งขัน

อุตสาหกรรมการจัดกิจกรรมการตลาดมีทิศทางที่ดีขึ้นจากปี 2560 เนื่องจากสถานการณ์บ้านเมืองต่างๆ และอารมณ์ ความรู้สึกของผู้บริโภคเริ่มคลี่คลาย ส่งผลให้ Activity Event และ Entertainment Event มีการจัดงานมากขึ้น โดยกลุ่มรัฐบาล รถยนต์ และ Mobile Operator เป็น 3 กลุ่มที่ใช้งบในการจัดกิจกรรมการตลาดสูงสุด ส่วน Private Event ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานไปตามสถานการณ์ที่เหมาะสม เช่นเดียวกับ Sport Event ที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น แบดมินตัน ฟุตบอล วอลเลย์บอล และวิ่งมาราธอน นอกจากนี้ กลุ่มผู้ค้าปลีกรายย่อยที่มีร้านค้าบน Online Platform หันมาสนใจการจัดกิจกรรมการตลาดมากขึ้น และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าในปี 2562 ภาพรวมอุตสาหกรรมยังคงมีสถานะทรงตัว

อย่างไรก็ดี ในปี 2562 การรับจ้างจัดงานของบริษัท ได้รับความไว้วางใจให้จัดงานใหญ่ๆ หลายงาน ซึ่งได้รับผลตอบแทนเป็นอย่างดี

2.3 ธุรกิจคอนเสิร์ตและละครเวที

2.3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทดำเนินธุรกิจจัดการแสดงทั้งในรูปแบบคอนเสิร์ตและละครเวที โดยรูปแบบคอนเสิร์ตและละครเวทีของบริษัทที่ผ่านมาจะมีลักษณะเป็นการแสดงโดยนักร้องนักแสดงที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยม และมีเสียงร้องที่เป็นเอกลักษณ์ ประกอบ จาก แสง สี เสียง และ ทีมนักเต้นมืออาชีพ ที่ผ่านมาจะเข้าสถานที่จัดงานแสดงต่างๆ จากบุคคลภายนอกเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ในปี 2558 บริษัท สยามพิมเนส จำกัด (“สยามพิมเนส”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ดำเนินธุรกิจบริหารจัดการโรงละคร โดยโรงละครดังกล่าวมีชื่อว่า “โรงละครเคแบงก์สยามพิมเนส” เปิดให้บริการครั้งแรกในเดือน เมษายน 2558 ทั้งนี้ ในปี 2562 สยามพิมเนส ได้จัดคอนเสิร์ตและละครเวที ภายใต้การบริหารจัดการของสยามพิมเนสเอง จำนวน 10 โชว์ ได้แก่ คอนเสิร์ต Vienna Boys Choir live in Bangkok 2019 , สัมมนา ผ่านแนวคิด พรการเมือง อนาคตสุขภาพคนไทย , ละครเวที Play Around เล่น(รอบ)ตัว , ละครเวที ชายกลาง เดอะมิวสิคัล , สัมมนา Seminar on Stage (SOS) by Digital Tips , คอนเสิร์ต นักร้อง ปั่น-แสดมปี มั่นคงเป็นความรักนิรันดร์ , การแสดง Yoo Seonho Fan meeting , การแสดง Kim DongHan Fan meeting , คอนเสิร์ต The Rapper 2 All Star และคอนเสิร์ต คุณพระช่วยสำแดงสด ๘ รัตนโกสินทร์เรืองรอง นอกเหนือจากการจัดแสดงคอนเสิร์ตและละครเวทีที่สยามพิมเนสจัดแสดงขึ้นเองแล้วนั้น สยามพิมเนส เปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้าสถานที่เพื่อจัดแสดงคอนเสิร์ตและละครเวทีอีกด้วย อาทิเช่น กิจกรรม Moonshot x Lisa Fan meeting in BKK 2019 , การแสดง Baby Mime Show , คอนเสิร์ต Jern Jern The Aura Butterfly , งานประกาศรางวัล Joox Thailand Music Awards 2019 , งานประกาศรางวัล Thailand Zocial Awards 2019 , คอนเสิร์ต AF8 , งานแถลงข่าว Mr.Star Thailand 2019 และคอนเสิร์ต ไม้เมือง เป็นต้น

2.3.2 การตลาด และการแข่งขัน

ที่ผ่านมา คอนเสิร์ตและละครเวทีนับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ความบันเทิงกับประชาชน โดยปี 2562 ที่ผ่านมา มีคอนเสิร์ตและละครเวทีขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศจัดขึ้นในประเทศไทย อาทิเช่น คอนเสิร์ตลูกกรุง , คอนเสิร์ต Born to Ben show , คอนเสิร์ต Tor Saksit Today Live , คอนเสิร์ต J Adrenaline 360 , คอนเสิร์ต Love is Homecoming ,

คอนเสิร์ต Exo Planet #5 in Bangkok และคอนเสิร์ต BTS World Tour love yourself Bangkok ส่วนละครเวทีได้แก่ บัลลังก์เมฆ เดอะมิวสิคัล, สี่แผ่นดิน เดอะมิวสิคัล, แม่นาค เดอะมิวสิคัล และการแสดง The Lion King The World #1 เป็นต้น และด้วยกระแสนิยมและการขยายตัวของผู้บริโภคที่ชื่นชอบศิลปินที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ ที่ผ่านมามีบริษัท ได้รับผลตอบแทนที่ดีในการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศ อย่าง คอนเสิร์ต Wanna One World Tour One : The World in Bangkok และ Yoo Seonho Fan Meeting in Bangkok โดยในปี 2562 บริษัทยังได้รับโอกาสในการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศและได้รับผลตอบแทนที่ดีอีกครั้ง เช่น การแสดง Kim DongHan Fan meeting เป็นต้น



2.4 ธุรกิจขายสินค้าและบริการ

2.4.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทดำเนินธุรกิจขายสินค้าและบริการอื่น ภายใต้บริษัท นาโนนิเซีย จำกัด (เดิมคือบริษัท ชิกส์ ดีกรี จำกัด) โดยแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. ธุรกิจขายสินค้า สินค้าภายใต้แบรนด์ที่บริษัทเป็นเจ้าของสิทธิ์และสินค้าฝากขาย โดยครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัว ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องประดับ

สินค้าที่อยู่ภายใต้แบรนด์ที่บริษัทเป็นเจ้าของ ได้แก่

- ☐ Let Me In Beauty กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเพื่อผิวขาวกระจ่างใส อ่อนกว่าวัย เริ่มเปิดตัวเมื่อเดือนกันยายน 2560 โดยเป็นการต่อยอดธุรกิจจากรายการ Let Me In Thailand ที่บริษัทผลิตและออกอากาศทางช่อง Workpoint จากความสำเร็จของรายการ และความชำนาญจากการคลุกคลีในวงการดังกล่าว ทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับความงามเป็นอย่างดี โดยได้ศึกษาคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สารสกัดจากประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งใช้นวัตกรรมระดับสากลและผ่านกระบวนการจากสถาบันและผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการไว้วางใจจากต่างประเทศ โดยปัจจุบันกลุ่มผลิตภัณฑ์ Let Me In Beauty มีจำนวน 7 ผลิตภัณฑ์
 - Absolute Renewal and Hydrating Serum (เซรั่มบำรุงผิว)
 - Absolute Renewal and Radiance Cream (ครีมบำรุงผิว)
 - Absolute Purifying Foaming Cleanser (มูสโฟมล้างหน้า)
 - Absolute Sunscreen Serum SPF 50+ PA++++ (ครีมกันแดด)
 - Ultimate Brightening Body Serum (โลชั่นบำรุงผิวกาย)

- Serum Mask Sheet สูตร Age Fighter และสูตร Glowing Lover (แผ่นมาสก์หน้า)
- Pollublock Facial Mist (สเปรย์น้ำพุแร่)

- Me กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยมีผลิตภัณฑ์แรกในชื่อ “Me Vio” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่รวมผลไม้สีม่วงที่ดีที่สุดใน 7 ชนิด เพื่อดีท็อกซ์ล้างพิษระดับเซลล์ เริ่มเปิดตัวเมื่อเดือนพฤษภาคม 2561

โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 24 – 35 ปี อาศัยในกรุงเทพมหานครและหัวเมืองใหญ่ในจังหวัดต่างๆ มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป มีความเชื่อมั่นในสินค้าเกาหลี และได้ติดตามรายการ Let Me In

สำหรับสินค้าในกลุ่มฝากขายนั้น บริษัทได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 14 ธันวาคม 2561 เป็นต้นมา โดยสินค้าที่บริษัทรับฝากขายนั้น จะออกอากาศเพื่อประชาสัมพันธ์ทางรายการ “1346 Hello Shops” ในช่อง WORKPOINT โดยช่วงเวลาการออกอากาศต่างๆ นั้น จะหมุนเวียนสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์ และจำหน่ายแตกต่างกันไป โดยบริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อตลอด 24 ชั่วโมง และจัดส่งฟรีถึงบ้าน



ช่องทางการจัดจำหน่าย

- Modern Trade ได้แก่ Watsons , Eve and Boy , 7-Eleven และ The Mall เป็นต้น
- ตัวแทนจำหน่าย
- Call Center โดยประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ของบริษัท
- Online ได้แก่ Facebook , Instagram และ Website

2. ธุรกิจให้บริการอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ธุรกิจการให้บริการสถานที่ ซึ่งได้แก่ พื้นที่ของโรงละครเคแบงก์สยามพิฆเนศ เป็นหลัก โดยพื้นที่ของโรงละครสามารถจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการได้เป็น ดังนี้

- The Theatre โรงละครขนาด 1,069 ที่นั่ง
- The Playhouse ห้องขนาด 200 ที่นั่ง (สามารถจัดเวทีการแสดง หรือทำการสัมมนาได้)
- The Studio ห้องขนาด 40 ที่นั่ง (สามารถใช้สำหรับทำการแสดงละครเวทีโรงเล็กได้)

ทั้งนี้ “โรงละครเคแบงก์สยามพิฆเนศ” ถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้กับผู้ชมการแสดงและผู้ประกอบการที่สนใจจัดการแสดง เนื่องจากมีขนาดและจำนวนที่นั่งอยู่ในลำดับต้นๆ ของประเทศ รวมถึงรูปแบบการใช้งานสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามลักษณะของการแสดงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นคอนเสิร์ตหรือละครเวทีก็ตาม อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่เหมาะสมใจกลางเมือง การคมนาคมสะดวก อีกด้วย

2.4.2 การตลาด และการแข่งขัน

ด้วยกระแสการใส่ใจสุขภาพและความงาม ทั้งผู้ชายและผู้หญิงในปัจจุบัน ส่งผลให้ธุรกิจสุขภาพและความงามได้รับความนิยมอย่างดี ในปี 2562 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมความงามและสุขภาพ มีอัตราการเติบโตสูง เช่นเดียวกับการแข่งขันที่สูงขึ้นเรื่อยๆ โดยมีมูลค่าตลาดรวมทั้งในประเทศและส่งออกอยู่ที่ประมาณ 3 แสนล้านบาท ซึ่งทรงตัวเท่ากับปี 2561 โดยกระแสการใส่ใจสุขภาพและความงามของผู้สูงอายุ มีความต้องการมากขึ้น อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมความงามและสุขภาพในประเทศไทยมีศักยภาพสูง และเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียน คาดว่ามีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ด้วยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ จากทั้งผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดกระจายไปอย่างหลากหลาย อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญในการประกอบธุรกิจดังกล่าว คือ การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ ควบคู่กับการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย โดยผู้ประกอบการนั้นต้องดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่เหมาะสมให้ได้มากที่สุด จากปัจจัยในการแข่งขันดังกล่าว บริษัทเชื่อมั่นในศักยภาพและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกลยุทธ์การดำเนินงาน โดยอาศัยการมีสื่อหลักเป็นของตนเองในการกำหนดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งประสบการณ์จากพันธมิตร จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของบริษัทสามารถแข่งขันได้อย่างเทียบเท่าผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรมได้เป็นอย่างดี

โครงสร้างรายได้ บริษัทมีรายได้ของกลุ่มธุรกิจ ในปี 2561 - 2562 แบ่งได้ดังต่อไปนี้

หน่วย : พันบาท

ธุรกิจ	ดำเนินการโดย	% การ ถือหุ้น ของบริษัท	2561	สัดส่วน	2562	สัดส่วน
1. ธุรกิจรายการโทรทัศน์	บจก.ไทย บรอดคาสต์ดิ้ง บจก.โด้ะกลมโทรทัศน์ บจก.กราว	100% 50% 60%	2,968,243	81.50%	2,193,100	77.30%
2. ธุรกิจคอนเสิร์ตและละครเวที	บจก.กรุงเทพ เอ็กซิปปัน บจก.ไทย บรอดคาสต์ดิ้ง บจก.สยามพินเนส	100% 100% 98.29%	266,801	7.30%	117,623	4.10%
3. ธุรกิจการรับจ้างจัดงาน	บจก.ไทย บรอดคาสต์ดิ้ง บจก. กรุงเทพ เอ็กซิปปัน	100% 100%	188,351	5.20%	243,050	8.60%
4. ธุรกิจการขายสินค้าและบริการอื่น	บมจ.เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ บจก.ไทย บรอดคาสต์ดิ้ง บจก.นาโนนี่เซีย* บจก.สยามพินเนส บจก.กราว	- 100% 100% 98.29% 60%	169,846	4.70%	216,624	7.60%
รายได้จากภาพยนตร์			-	-	1,000	0.04%
รายได้จากธุรกิจอื่น			47,122	1.30%	64,189	2.30%
รายได้รวม			3,640,363	100%	2,835,586	100%

หมายเหตุ *เดิมคือ บริษัท ชิกส์ ดีกรี โปรดักชั่น

3. ปัจจัยเสี่ยง

บริษัทได้ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้นโยบายบริหารความเสี่ยง รวมทั้งมีการวางแผนบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและสนับสนุนให้มีระบบการบริหารความเสี่ยง ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและมีความเสี่ยงน้อยที่สุด ตลอดจนมีการรายงานและติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ

3.1 การแข่งขันในธุรกิจดิจิทัลทีวี

การแข่งขันในธุรกิจดิจิทัลทีวี ยังต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันสูงเพื่อรักษาส่วนแบ่งการรับชม ซึ่งคาดว่าจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าในช่วงปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการหลายรายได้ขึ้นช่องก่อนสิ้นสุดใบอนุญาต และได้ยุติการออกอากาศไปแล้ว แต่ไม่ได้ทำให้การแข่งขันในธุรกิจดิจิทัลทีวีลดน้อยลง เนื่องจากผู้ประกอบการดิจิทัลทีวีต่างต้องรักษาระดับความนิยมของช่องและรายการ หรือ Rating ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการชี้วัดรายได้จากการขายโฆษณา ยิ่งรายการมีผู้ชมจำนวนมากเท่ากับว่ามี Rating มาก ส่งผลให้รายได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งระดับความนิยม (Rating) ยังเป็นตัวกำหนดอัตราโฆษณาและการตัดสินใจลงโฆษณาของลูกค้า (Agency) อีกด้วย

อย่างไรก็ดี ด้วยศักยภาพในการผลิตรายการมาเป็นเวลามากกว่า 29 ปี มีความพร้อมในด้านบุคลากร และเครื่องมือ อุปกรณ์การผลิตที่มีประสิทธิภาพครบวงจร บริษัทได้ดำเนินการบริหารจัดการรายการต่างๆ สร้างสรรค์และนำเสนอ Content ใหม่ ๆ อยู่เสมอ โดยคัดเลือก Content จากทั้งในและต่างประเทศ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมและแตกต่างจากผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลรายอื่นๆ ส่งผลให้ผลงานรายการโทรทัศน์ของบริษัท ได้รับความนิยม ได้รับรางวัลจากสถาบันต่างๆ เสมอ และมีเรตติ้งอยู่ในอันดับต้นๆ ของประเทศ โดยบริษัทเชื่อมั่นว่าบริษัทจะยังคงพัฒนารายการให้มี Content ที่แข็งแรง และปรับตัวให้ทันทุกสถานการณ์เพื่อรองรับการแข่งขันในธุรกิจนี้ นอกจากนี้ เพื่อควบคุมความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทขยายช่องทางการรับชมผ่านทางออนไลน์มากขึ้น ทั้ง Youtube และ Facebook ในการแข่งขันและรักษฐานผู้ชมใน Online Platform ต่างๆ นอกเหนือจากฐานผู้ชมบนช่องทางโทรทัศน์ด้วย

3.2 การที่รายการโทรทัศน์เสื่อมความนิยม หรือกระแสดความนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง

พฤติกรรมผู้บริโภคแปรผันตามกระแสความนิยมอยู่ตลอดเวลา ระดับความนิยมของรายการโทรทัศน์นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญและส่งผลโดยตรงต่อรายได้ธุรกิจโทรทัศน์ ทั้งนี้การตัดสินใจของบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agen-cy) และเจ้าของสินค้าหรือบริการ จะพิจารณาเลือกลงโฆษณาหรือโปรโมทสินค้าหรือบริการกับรายการโทรทัศน์โดยใช้ระดับความนิยมเป็นตัวชี้วัด และความคุ้มค่าต้องประมาณค่าใช้จ่ายโฆษณาที่ใช้ไปให้คุ้มค่าต่อจำนวนผู้ชมรายการ ดังนั้น การสร้างสรรค์รายการเพื่อให้เป็นที่นิยมของผู้บริโภค และการรักษาระดับความนิยมของรายการโทรทัศน์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทที่อาจเติบโตขึ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทคำนึงถึงความเสี่ยงดังกล่าวมาโดยตลอด ในฐานะที่บริษัทเป็น Content Provider จึงคัดเลือกรายการโทรทัศน์และ Content ที่หลากหลายนำมาผลิตและออกอากาศ ทั้งนี้บริษัทได้มีกระบวนการพิจารณาก่อนการทดลองถ่ายทำรายการเสมือนจริง (Pilot test) ก่อนการตัดสินใจผลิตแต่ละรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศ และยังคงควบคุมขั้นตอนการผลิต ตรวจสอบคุณภาพก่อนการออกอากาศทุกครั้ง รวมทั้งบริษัทติดตามผลการตอบรับ ระดับความนิยม และเก็บข้อมูลรายการโทรทัศน์ของบริษัทและคู่แข่ง เพื่อนำมาศึกษาและนำมาปรับปรุง พัฒนา และรักษาระดับความนิยมของรายการโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้บริษัทยังคัดเลือก

Content จากต่างประเทศที่ไม่เคยมีในประเทศไทยมาออกอากาศ สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งได้รับผลตอบรับและความนิยมจากผู้บริโภคตลอดมา

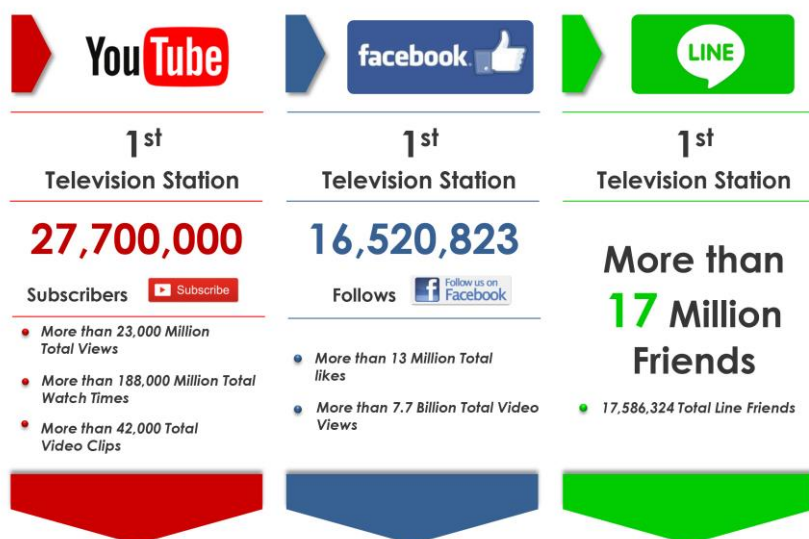
3.3 การขยายตัวของสื่อโฆษณาอื่นและสื่อโฆษณาใหม่

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สื่อโฆษณาอื่นๆ ขยายตัว เกิดเป็นสื่อใหม่ที่หลากหลาย และส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณาเปลี่ยนแปลง การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ถือเป็นอีกสื่อที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้เม็ดเงินโฆษณาสื่อออนไลน์เติบโต สวนทางกับเม็ดเงินโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ที่ลดลง ถึงแม้ว่าสื่อโทรทัศน์จะยังเป็นแหล่งรายได้ที่ใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรม แต่การเติบโตของสื่อออนไลน์มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสื่อดังกล่าวสามารถรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็ว เข้าถึงข้อมูลได้ด้วยตนเอง ส่งผลให้สื่อออนไลน์ขยายตัวอย่างรวดเร็ว พร้อมๆ กับการเติบโตของ Online Platform อาทิเช่น Facebook และ Youtube สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น ขณะที่ใช้เวลาดูโทรทัศน์ลดลง โดยบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) และเจ้าของสินค้าหรือบริการ หันมาให้ความสนใจในการใช้ช่องทางออนไลน์ในการสื่อสาร และโฆษณาสินค้า เพื่อเป็นช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค รวมทั้งการใช้ Influencer และ Key Opinion Leader (KOL) การรีวิวและนำเสนอสินค้ากำลังได้รับความนิยม

บริษัทพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง และความเสี่ยง ด้วยความระมัดระวัง โดยที่ผ่านมามีบริษัทได้ถ่ายทอดสดและนำ Content ที่มีอยู่ไปออกอากาศใน Online Platform ภายใต้อาณาเขต “Workpoint Official” เป็นช่องแรกๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกันแล้ว และได้มีการพัฒนา ปรับปรุงให้ Content มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการขยายตัวของสื่อออนไลน์อยู่ตลอดเวลา บริษัทได้ออกอากาศรายการของบริษัททั้งสื่อหลักอย่างสื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ในทุก Digital Platform ควบคู่กัน เพื่อรองรับความต้องการของบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) และเจ้าของสินค้าหรือบริการ ในการเลือกซื้อสื่อโฆษณา และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมในทุกรูปแบบ ทั้งนี้ ณ ปัจจุบัน บริษัทมีผู้ติดตามบน Facebook มากกว่า 16 ล้านคน และบน Youtube มากกว่า 27 ล้านคน

สถิติการรับชมช่อง “ช่อง WORKPOINT” ผ่าน Social Media ณ วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563






COVER LARGE GROUP OF AUDIENCE ON ALL MAJOR ONLINE PLATFORMS



Updated 29/02/2020

1

โดย 5 รายการของบริษัทที่มียอดรับชมออนไลน์สูงสุด ณ เดือนธันวาคม 2562 ดังนี้

Top 5 Video	Views
	296,038,290
	59,038,235
	41,761,037
	31,738,262
	31,101,866

3.4 การพึ่งพิงความสามารถพิเศษเฉพาะบุคคล

ความสำเร็จของบริษัท ซึ่งประกอบธุรกิจหลักในการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยอาศัยบุคลากรและทีมงานที่มีประสบการณ์ในการดำเนินงานทั้งการผลิตเบื้องหน้าและเบื้องหลังอย่างมีคุณภาพ นับได้ว่าบุคลากรเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ หากขาดบุคลากรที่มีศักยภาพไป อาจส่งผลกระทบต่อการผลิตรายการอย่างมีคุณภาพ และยังส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์อีกด้วย

บริษัทลดความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาความสามารถอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดการอบรมหลักสูตร เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพขึ้นมาทดแทนได้ อีกทั้งยังปลูกฝังให้บุคลากรทำงานร่วมกัน มีความผูกพัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของบริษัท บริษัทตระหนักถึงการรักษามูลค่าของบุคลากรเป็นสำคัญ โดยคำนึงถึงการให้รางวัล ผลตอบแทน และสวัสดิการต่างๆ นอกจากนี้บริษัทยังพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับความต้องการของบุคลากรอย่างเพียงพออีกด้วย

3.5 การพึ่งพิงผู้ผลิตสินค้า

ตามที่บริษัทได้เริ่มดำเนินธุรกิจการขายสินค้าและบริการ โดย ณ ปัจจุบัน กลุ่มสินค้าแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ซึ่งได้แก่ สินค้าในหมวดผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม ภายใต้แบรนด์ “Let Me In Beauty” และ “Me” และสินค้าในหมวดผลิตภัณฑ์ TV Shopping ขายผ่านช่อง WORKPOINT ในรายการ “Hello Shops” ส่งผลให้บริษัทต้อง

พึงพิจารณาจัดหาสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายผ่านทางช่องทางต่างๆ โดยในการคัดเลือกสินค้านั้น บริษัทเน้นนโยบายในการจัดหาสินค้าจากผู้ผลิตที่ได้มาตรฐาน จึงส่งผลให้ในบางครั้ง สินค้าบางประเภทอาจมีผู้ผลิตให้เลือกจำนวนน้อยราย

อย่างไรก็ดี เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้กำหนดนโยบายในการบริหารจัดการขั้นตอนการจัดหาผู้ผลิต และการวางแผนการส่งสินค้าอย่างรัดกุม โดยสินค้าต่างๆ ในกรณีที่บริษัทเป็นผู้ผลิตเอง บริษัทจะกำหนดนโยบายจัดหาผู้ผลิตมากกว่า 1 ราย และหรือวางแผนการส่งการผลิตล่วงหน้า เพื่อป้องกันสินค้าขาดตลาด นอกจากนี้ หากเป็นสินค้าที่ผลิตผ่านพันธมิตร ซึ่งร่วมลงทุนทางธุรกิจ หรือสินค้าฝากขาย บริษัทจะกำหนดนโยบายในการคัดเลือกคุณสมบัติของคู่ค้า เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าต่างๆ จะสามารถจัดหาเพื่อจำหน่ายได้ตามแผนธุรกิจที่กำหนดไว้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยประกอบด้วยที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ถาวร รายละเอียดดังนี้

ที่ดิน

รายละเอียด/ที่ตั้ง	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี ณ สิ้นปี 2562 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
99 ม.2 ตำบลบางพูน อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	บริษัท	129.91	จำนองกับธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
22 ตำบลบางพูน อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	บริษัทย่อย	26.50	ไม่มี

อาคาร สำนักงาน

รายละเอียด/ที่ตั้ง	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี ณ สิ้นปี 2562 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
99 ม.2 ตำบลบางพูน อำเภอเมือง จ.ปทุมธานี	บริษัท	562.82	จำนองกับธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ : มูลค่าตามบัญชีรวมระบบไฟฟ้า ระบบสาธารณูปโภค และเครื่องปรับอากาศ ณ สิ้นปี 2562

เครื่องมือ อุปกรณ์ และสินทรัพย์ถาวรอื่น

รายการ	มูลค่าตามบัญชี ณ สิ้นปี 2562 (ล้านบาท)
เครื่องมือและอุปกรณ์	299.99
ยานพาหนะ	20.66
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน	24.12
เครื่องตกแต่งและติดตั้ง	25.15
งานระหว่างก่อสร้าง	2.31
รวม	372.23

หมายเหตุ : เครื่องมือและอุปกรณ์ ได้แก่ สินทรัพย์ที่ใช้ในการผลิต เช่น กล้อง อุปกรณ์ที่ใช้ในการตัดต่อ เครื่องเสียง เครื่องบันทึกเสียงและโทรทัศน์

4.2 ลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้า

บริษัทเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า Workpoint Entertainment ซึ่งได้จดทะเบียนไว้ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2537 โดยเครื่องหมายการค้าดังกล่าวมีอายุ 10 ปี แต่วันที่จดทะเบียนและสามารถต่ออายุได้คราวละ 10 ปี ซึ่งบริษัทได้ต่ออายุครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2557 และ บริษัทมีการจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการของรายการโทรทัศน์ต่างๆ ทุกรายการ เพื่อเป็นทรัพย์สินของบริษัท ในการบริหารจัดการในอนาคต นอกจากนี้บริษัทยังเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์ทุกรายการของบริษัท ซึ่งมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะจัดการเกี่ยวกับงานที่สร้างสรรค์ขึ้น ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 กำหนดให้งานแพร่เสียงหรือแพร่ภาพทางวิทยุโทรทัศน์จะได้รับการคุ้มครองลิขสิทธิ์เป็นระยะเวลา 50 ปี นับแต่นำงานออกสู่สาธารณชน

4.3 ลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์

บริษัทมีลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์ จำนวน 43 รายการ ซึ่งสามารถนำมาใช้ออกอากาศได้ในสถานีโทรทัศน์ของบริษัท โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีมูลค่าทางบัญชีสุทธิ เท่ากับ 228,394,724.03 บาท

4.4 ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ

บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2557 โดยมีระยะเวลา 15 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2557 ถึงวันที่ 24 เมษายน 2572 จากการเป็นผู้ชนะการประมูลในราคาประมูลรวมจำนวนเงิน 2,355 ล้านบาท และวางหนังสือค้ำประกันจากสถาบันการเงินเพื่อค้ำประกันการชำระเงินให้กับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (“กสทช.”) เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2557 ต่อมา วันที่ 27 กันยายน 2562 บริษัทได้รับคืนเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่งวดที่ห้า จำนวน 395,000,000 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) เนื่องจากเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2561 บริษัทได้ชำระเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่งวดที่ห้า จำนวนร้อยละ 20 ของเงินในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ เป็นเงินทั้งสิ้น 395,000,000 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยการคืนเงินดังกล่าวเป็นไปตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 4/2562 เรื่อง มาตรการแก้ไขปัญหาการประกอบกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ลงวันที่ 11 เมษายน 2562 ข้อ 12 (1) (1.1) (ข) และข้อ 15 โดยยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สองงวดสุดท้าย (งวดที่ห้า และงวดที่หก) ตามประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ.2556 สำหรับผู้รับใบอนุญาตที่ได้ชำระค่าธรรมเนียมเกินไปจากงวดที่ได้รับการยกเว้นให้สำนักงาน กสทช. จ่ายเงินค่าธรรมเนียมดังกล่าวคืน

4.5 นโยบายลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยที่มีศักยภาพทั้งในด้านการสนับสนุนธุรกิจของกลุ่มและมีความสามารถในการทำกำไรเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มบริษัทในการขยายธุรกิจต่อไป โดยบริษัทมีนโยบายที่จะเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่เว้นแต่ในกรณีที่จำเป็น บริษัทอาจลดส่วนการถือหุ้นลง แต่บริษัทยังคงมีนโยบายที่จะรักษาสัดส่วนการถือหุ้นใหญ่ไว้เพื่อให้บริษัทสามารถกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	: บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศและขายโฆษณาในสถานีโทรทัศน์ของบริษัท ซึ่งออกอากาศในระบบดิจิทัล
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 99 หมู่ที่ 2 ตำบลบางพลู อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 12000
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107547000125
ทุนเรือนหุ้น	: ทุนจดทะเบียน 452,094,295 บาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 แบ่งเป็นหุ้นสามัญเรียกชำระแล้ว จำนวน 441,560,485 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
Homepage	: http://www.workpoint.co.th
โทรศัพท์	: 02-833-2000
โทรสาร	: 02-833-2999

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

นายทะเบียน	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย)
ที่ตั้งสำนักงาน	: อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ข้างสถานีรถไฟ) เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์	: 02-009-9999 , 02-009-9382
โทรสาร	: 02-009-9476
ผู้สอบบัญชี	: บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	: ชั้น 48 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ 1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์	: 02-677-2000
โทรสาร	: 02-677-2222