

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท แมงป่อง 1989 จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) เริ่มประกอบธุรกิจตั้งแต่ปี 2524 และเป็นที่รู้จักอย่างดีในฐานะร้านค้าปลีกสิ่งบันเทิงในนาม “แมงป่อง” ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกสินค้าโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ที่ซอฟแวร์ โดยมีสาขาแรกตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ราชประสงค์ ซึ่งต่อมาได้ขยายสาขา Shop แมงป่องเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านความบันเทิงภายในบ้าน (Home Entertainment) ได้อย่างทั่วถึง ปัจจุบันบริษัท ถือเป็นหนึ่งในผู้นำในธุรกิจสินค้าความบันเทิงภายในบ้าน โดยเป็นผู้ถือลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศ เพื่อผลิตสินค้าในรูปแบบบลูเรย์ ดีสก์ และดีวีดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั่วประเทศ รวมทั้งยังเป็นผู้ถือลิขสิทธิ์เพลงสากลต่างประเทศเพื่อจัดทำจำหน่ายเพลงในรูปแบบซีดี ภายใต้ตราสินค้า MAXX MUSIC และ HARMONIC รวมถึงเป็นผู้จำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์ภายใต้ตราสินค้าของคู่ค้ารายอื่นๆ ด้วย

สำหรับพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ ตั้งแต่ปี 2547 มีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

- |         |   |
|---------|---|
| ปี 2547 | - บริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2547  |
| ปี 2548 | - บริษัทฯ ย้ายสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ไปที่ถนนลาดพร้าว ปากซอยลาดพร้าว 90 ในเนื้อที่กว่า 9,500 ตารางเมตร และ   |
|         | - พัฒนาผลิตภัณฑ์ VCD ในระบบเสียง Dolby 5.1 Prologic II เป็นรายการแรกของประเทศไทย ซึ่งได้ทำให้ผลิตภัณฑ์ VCD มีระบบเสียงที่ใกล้เคียงกับ DVD มากขึ้น   |
| ปี 2549 | - เปิด Walk in Warehouse และ Megastore ในไตรมาสสองของปี 2549  |
|         | - เปลี่ยนชื่อบริษัทฯ จาก บริษัท แมงป่อง จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท ปองทรัพย์ จำกัด (มหาชน)   |
| ปี 2550 | - ปรับกลยุทธ์เน้นการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายโดยการปิดสาขาที่ไม่ทำกำไร ลดการจัดซื้อลิขสิทธิ์ที่ไม่สร้างกำไร เน้นการอบรมพนักงานขายให้มีทักษะในการให้บริการกับลูกค้า  |
|         | - ปลายปี 2550 ขยายตัวเข้าสู่หมวด Edutainment ด้วยการเป็นผู้ถือลิขสิทธิ์ผลิต จัดจำหน่าย ขายขาด และให้เช่า Content ในหมวดสาระความรู้จากบริษัทผู้ผลิตชั้นนำระดับโลกถึง 9 แปรนด์ อาทิ BBC, National Geographic, Discovery Channel ในรูปแบบ Edutainment Software แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย และปรับ Shop แมงป่องทุกสาขาในภาพลักษณ์ใหม่ ภายใต้แนวคิด Edutainment Hub |
| ปี 2551 | - ปรับโครงสร้างทุนโดยในเดือน พฤษภาคม บริษัทฯ ได้ทำการเพิ่มทุนอีก 28,284,792 หุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม และ 69,500,750 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ให้แก่นักลงทุนเฉพาะเจาะจง (บริษัท เจเนอรัล เรคคอร์ด อินเตอร์เนชั่นแนล อินดัสตรี จำกัด) จากนั้นในเดือนกันยายน ได้ทำการเพิ่มทุนอีก 23,200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ให้แก่นักลงทุนเฉพาะเจาะจง     |

- (นายจักรพงษ์ สุธิธนาพร) รวมเป็นทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น 413,985,042 บาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 413,985,042 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
- ให้ความสำคัญกับการขยายตัวเข้าสู่หมวด Edutainment อย่างต่อเนื่องจากปลายปี 2550 ซึ่งเป็นการนำร่องสู่การจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นในหมวดเดียวกัน ซึ่งได้แก่ หนังสือ และแมกกาซีน และเนื่องจากการที่จำนวน Content ในกลุ่ม Entertainment โดยรวมมีจำนวนลดน้อยลง ดังนั้น ในช่วงไตรมาสที่ 4/2551 บริษัทฯ จึงได้ทยอยปรับพื้นที่ Shop แมงป่องบางสาขาที่มีขนาดพื้นที่เหมาะสมและมีความต้องการของลูกค้าให้เป็นส่วนของ “แมงป่องบุ๊กส์” เพื่อจำหน่ายหนังสือ นิตยสาร พ็อกเก็ตบุ๊คส์ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในตัวสินค้า และเป็นการสร้างลูกค้ากลุ่มใหม่
- ปี 2552
- บริษัทฯ มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการจำหน่ายของบริษัทฯ ที่มีอยู่ทั่วประเทศให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยการเฝ้าติดตามยอดขายและความสามารถในการสร้างผลกำไรของแต่ละสาขาอย่างใกล้ชิด ลดขนาดพื้นที่ในบางสาขาให้เหมาะสมกับความสามารถในการสร้างยอดขายและทำเล รวมถึงปรับปรุงการจัดผังพื้นที่ การจัดวางสินค้า และตกแต่งให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดให้เกิดการสัญจรเข้ามาภายในร้านมากขึ้น
  - ให้ความสำคัญกับการบริหารลิขสิทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยการนำสินค้าบางรายการที่จะมีคุณค่ามากขึ้นหากมีอายุมากขึ้น มาทำการสื่อสารทางการตลาด ให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับคุณค่า หรือรางวัลต่างๆ ที่เคยได้รับ รวมถึงทำการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณค่าและสวยงามมากขึ้น
- ปี 2553
- บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด และให้ความสำคัญกับการบริหารลิขสิทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
  - จัดซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ประเภท Second Price เพื่อผลิตและจำหน่ายภายในจุดจำหน่ายของบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ สามารถสร้างสรรคัลรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามโดดเด่นแตกต่างจากที่วางจำหน่ายในท้องตลาดทั่วไป และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง
  - เพิ่มความหลากหลายในผลิตภัณฑ์เพลง โดยการจัดซื้อลิขสิทธิ์เพลงสากลที่ขับร้องโดยศิลปินต้นฉบับ และเป็นเพลงที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องมาผลิตและจำหน่ายในรูปแบบซีดีภายใต้ตราสินค้า HARMONIC
  - เสร็จปรับปรุงโครงสร้างหนี้กับเจ้าหนี้สถาบันทางการเงิน และเจ้าหนี้ธนาคารพาณิชย์ได้เป็นผลสำเร็จ ทำให้มีกำไรจากการปรับโครงสร้างหนี้ 183 ล้านบาท และนอกจากเหตุผลดังกล่าวแล้ว การที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องกับการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ จึงทำให้บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิหลังหักภาษีเงินได้เท่ากับ (56.04) ซึ่งลดลงจากปีก่อนถึง 130.26 ล้านบาท และหนี้สินรวมของบริษัทฯ ลดลงจากปีก่อนถึง 137.22 ล้านบาท
- ปี 2554
- บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการและการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยการร่วมกับคู่ค้าพันธมิตรในการจัดตกแต่งมุม 3D เพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองชมภาพยนตร์ใน

ระบบ 3 มิติภายใน Shop และการนำอุปกรณ์ใหม่ๆ เช่น iPad2 มาใช้เพื่อให้ลูกค้าสามารถทดลองฟังเพลงและเข้าชม Application ของบริษัทฯ (Application : mangpong) ได้

- รุกธุรกิจออนไลน์อย่างเต็มตัว โดยการปรับปรุงรูปแบบเว็บไซต์ [www.mangpong.co.th](http://www.mangpong.co.th) ใหม่ให้มีความทันสมัย สวยงาม น่าติดตามมากขึ้น และตอบสนองการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้จัดทำ Application ของบริษัทฯ (Application : mangpong) โดย Application ดังกล่าวยังสามารถเข้าสู่ Website [www.mangpong.co.th](http://www.mangpong.co.th) ซึ่งมีข้อมูล Catalog สินค้า และข่าวสารประชาสัมพันธ์โปรโมชัน ตลอดจนแนะนำสินค้าใหม่ๆ ให้ลูกค้าค้นหาข้อมูลสินค้า และสั่งซื้อสินค้าได้

ปี 2555

- บริษัทฯ เริ่มจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ อาทิเช่น กล้องรับสัญญาณทีวีดาวเทียม แผ่นเกมส์ อุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ด้วย
- เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2556 ให้เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จำนวน 2,897,895,294 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 413,985,042 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่ 3,311,880,336 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 3,311,880,336 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยการออกหุ้นใหม่เป็นหุ้นสามัญ จำนวน 2,897,895,294 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท

ปี 2556

- ทำการเพิ่มทุนในช่วงปลายเดือน มกราคม 2556 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 3,311,880,336 บาท และทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 877,751,185 บาท นอกจากนี้ปลายเดือนมกราคม 2556 บริษัทฯ ได้ชำระคืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินตามสัญญาปรับโครงสร้างหนี้ ทำให้บริษัทฯ บรรลุข้อตกลงตามสัญญาปรับโครงสร้างหนี้ และธนาคารเจ้าหนี้ได้ปลดภาระและคืนหลักประกันแก่บริษัทฯ รวมถึงยกหนี้ให้ จำนวน 66,114,520.02 บาท โดยบริษัทฯ จะรับรู้กำไรจากการยกหนี้จำนวนดังกล่าวในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2556 ส่งผลให้บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นกลับมาเป็นบวกเท่ากับ 193,532,986.91 บาท
- เปลี่ยนชื่อบริษัทฯ จาก บริษัท ปองทรัพย์ จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท แมงปอง 1989 จำกัด (มหาชน)
- ปลายไตรมาสที่ 4 บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์เข้าสู่ยุคดิจิทัล โดยได้เปิดแบรนด์ “Gizman” (กิซแมน) ในรูปแบบของ “ไลฟ์สไตล์โชว์รูม” ร้านค้าปลีกแนวใหม่แห่งแรกในประเทศไทย ที่จะทำหน้าที่คัดสรรสินค้าไลฟ์สไตล์เพื่อให้ผู้บริโภคได้เพลิดเพลินกับการเลือกซื้อสินค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัท แมงปอง 1989 จำกัด (มหาชน) มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 877,751,185 บาท ดำเนินธุรกิจครอบคลุมสิ่งบันเทิงภายในบ้านทั้งในด้านภาพและเสียง

## เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายหลักในการเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกสินค้าเพื่อความบันเทิงภายในบ้าน (Home Entertainment) ที่มีคุณภาพและทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาด โดยเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทุกเพศทุกวัย และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว บริษัทฯ มีนโยบายที่จะเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทั้งภาพยนตร์และเพลงโดยการจัดหาลิขสิทธิ์ที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของลูกค้าทุกๆ กลุ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับคามนิยมของตลาด และจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศโดยใช้สาขาของบริษัทฯ เป็นช่องทางหลักในการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค และมีนโยบายที่จะพัฒนาคุณภาพของพนักงานขายให้มีความรอบรู้สามารถให้ข้อมูลและแนะนำสินค้าได้อย่างถูกต้องและตรงความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการธุรกิจภายใต้การดำเนินงานของบริษัทฯ โดยมีโครงสร้างธุรกิจ ดังนี้

#### 2.1) การถือครองลิขสิทธิ์ผลิตและจำหน่ายภาพยนตร์

ในปีที่ผ่านมาการจัดซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ของบริษัทฯ เป็นการจัดซื้อลิขสิทธิ์ประเภท Second Run เพื่อนำมาผลิตในรูปแบบบลูเรย์ ดีสก์ และดีวีดี ภายใต้ตราสินค้า “แมงป่อง” เพื่อจำหน่ายเฉพาะที่ Shop แมงป่อง 40 สาขา เนื่องจากภาพยนตร์ดังกล่าวยังมีความต้องการซื้อจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และบริษัทฯ ยังสามารถสามารถสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามโดดเด่น แตกต่างจากที่วางจำหน่ายในท้องตลาดทั่วไป อีกด้วย

- บริษัทฯ ถือครองลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เพื่อผลิตและจำหน่ายภายใน Shop แมงป่อง โดยจัดหาจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศ ได้แก่ ภาพยนตร์ของค่ายสหมงคลฟิล์ม, มงคลเมเจอร์, เอ็ม พิคเจอร์ส เป็นต้น

- เป็นผู้จำหน่ายสินค้าเพื่อความบันเทิงภายในบ้านโดยการขายปลีกผ่านสาขาของบริษัทฯ ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ 40 สาขา ทั้งสินค้าที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เองและสินค้าลิขสิทธิ์ของคู่ค้า เพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้าและสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างครบถ้วน

#### 2.2) การถือครองลิขสิทธิ์ผลิตและจำหน่ายเพลงสากล

บริษัทฯ จัดซื้อลิขสิทธิ์เพลงสากลจากผู้ผลิตชั้นนำในต่างประเทศอย่างต่อเนื่องมานานมากกว่า 10 ปี มีลิขสิทธิ์เพลงที่ถือครองอยู่กว่า 10,000 เพลง และจัดซื้อเพิ่ม 200-250 เพลงต่อปี เพื่อนำมาผลิตเป็นอัลบั้มเพลงในรูปแบบ ซีดี และวางจำหน่ายเพื่อรองรับเทศกาลต่างๆ อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ภายใต้แบรนด์ MAXX MUSIC และจัดซื้อลิขสิทธิ์เพลงสากลที่นำเพลงที่ได้รับความนิยมมาทำดนตรีแนวใหม่ และบันทึกเสียงคุณภาพระดับ 24-Bit มาผลิตและจำหน่ายในรูปแบบซีดีแผ่นทอง ภายใต้แบรนด์ HARMONIC ซึ่งก็ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

## โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ในช่วงที่ผ่านมาสามารถจำแนกได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

	2556		2555		2554	
	จำนวน (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	จำนวน (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	จำนวน (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
ขายสินค้า	463.05	84.99%	525.74	96.61%	529.05	97.30%
- ขายส่ง	5.35	0.98%	1.34	0.24%	4.51	0.83%
- ขายปลีก	457.70	84.01%	524.40	96.37%	524.54	96.47%
รายได้ค่าเช่าและบัตรสมาชิก	12.29	2.26%	15.89	2.92%	11.67	2.15%
อื่นๆ	69.49	12.75%	2.55	0.47%	3.01	0.55%
รวม	544.83	100.00%	544.18	100.00%	543.73	100.00%

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจถือลิขสิทธิ์ และจำหน่ายสินค้าเพื่อความบันเทิงภายในบ้านภายใต้ตราสินค้า "แมงป่อง" รวมถึงเป็นผู้จำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์ภายใต้ตราสินค้าของคู่ค้ารายอื่นๆ ซึ่งรายได้จากการดำเนินธุรกิจดังกล่าว ในปี 2556 และ ปี 2555 เท่ากับ 463.05 ล้านบาท และ 525.74 ล้านบาท หรือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 84.99 และ 96.61 ของรายได้รวม ตามลำดับ

### 2.1 การถือครองลิขสิทธิ์ผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์

#### 2.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทฯ คือ ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เพื่อนำมาผลิต และจัดจำหน่ายในรูปแบบแผ่นบลูเรย์ ดิสก์ แผ่นดีวีดี ("แผ่นภาพยนตร์") รวมถึงสินค้าเพื่อความบันเทิงในรูปแบบแผ่นภาพยนตร์ ภายใต้ตราสินค้าของคู่ค้ารายอื่นๆ

#### 2.1.2 การจัดหาผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่บริษัทฯ จำหน่าย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

##### 1) สินค้าลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ

1.1 ขั้นตอนการจัดหาลิขสิทธิ์ บริษัทฯ จะเลือกซื้อลิขสิทธิ์ที่เป็น Second Run เพื่อนำมาผลิตและจำหน่ายเฉพาะภายใน Shop แมงป่องจากตัวแทนจำหน่ายลิขสิทธิ์ในประเทศ

1.2 ขั้นตอนการผลิตสินค้า เมื่อบริษัทฯ ได้ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์แล้ว จะนำมากำหนดจำนวนการผลิตในรูปแบบต่างๆ ซึ่งได้แก่ บลูเรย์ ดิสก์ และดีวีดี โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการจ้างผู้ผลิตภายนอก เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุนในเรื่องเทคโนโลยีของอุปกรณ์และการว่าจ้างบุคลากร ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ มีพันธมิตรทางการค้าที่เป็นผู้ผลิตบลูเรย์ ดิสก์ และดีวีดี ให้แก่บริษัทฯ ที่สำคัญ 4-5 แห่ง ซึ่งบริษัทฯ มีการตรวจสอบประวัติและความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตแต่ละรายล่วงหน้าเพื่อการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและป้องกันการลักลอบการละเมิดลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ

## 2) สินค้าลิขสิทธิ์ภายใต้ตราสินค้าของคู่ค้ารายอื่น ๆ

เพื่อให้ Shop แมงป่อง มีสินค้าที่มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน บริษัทฯ จึงมีการจัดซื้อสินค้าที่ไม่ใช่ตราสินค้าแมงป่อง (Non-Mangpong) ที่เป็นภาพยนตร์ในรูปแบบ บลูเรย์ ดิสก์ และดีวีดี จากผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้า ทั้งนี้ที่ผ่านมามีบริษัท เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทภาพยนตร์ให้กับ บริษัท แคททาลิสท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (Catalyst) บริษัท แฮปปี้ โฮม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (Happy Home) บริษัท เอ็ม วี ดี จำกัด (MVD) United Home Entertainment เป็นต้น

### การบริหารลิขสิทธิ์และสินค้าคงคลัง

บริษัทฯ มีนโยบายในการบริหารลิขสิทธิ์โดยมุ่งเน้นการจัดซื้อลิขสิทธิ์ที่มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และคัดเลือกลิขสิทธิ์ที่บริษัทฯ ถืออยู่เพื่อผลิตสินค้าในรูปแบบต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม โดยตรวจสอบความนิยมของลิขสิทธิ์ และแนวโน้มความต้องการสินค้าก่อนการผลิต นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีนโยบายการบริหารสินค้าคงคลัง ด้วยการติดตามยอดขายสินค้า โดยแต่ละสาขาจะส่งข้อมูลการขายสินค้าให้สำนักงานใหญ่ทุกสิ้นวันทำการ เพื่อให้บริษัทฯ มีข้อมูลในการบริหารสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ และจัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบจากสำนักงานใหญ่เพื่อเข้าสู่ตรวจสอบสินค้าคงเหลือทุกสาขา อย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยสาขาละประมาณ 8 ครั้งตลอดปี

### 2.1.3 การตลาดและสภาวะการแข่งขัน

#### 1) การตลาด

บริษัทฯ มีการปรับตัวทางด้านการตลาดอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองได้ตรงความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อผลประกอบการของบริษัทฯ โดยการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ดังต่อไปนี้

- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายเป็นของตนเองในนาม Shop แมงป่อง (Retail Outlets) ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศในศูนย์การค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ต ที่มีศักยภาพ ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายในการเปิดสาขาใหม่ และศูนย์การค้าที่มีศักยภาพที่กำลังซื้อ เพื่อสามารถเข้าถึงลูกค้า รวมถึงเป็นการขยายฐานลูกค้า และสร้างความภักดีในตราสินค้า “แมงป่อง”

จำนวนสาขาและจุดขายของบริษัทฯ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

	2556	2555	2554
จำนวนสาขาและจุดขาย	37	40	41

นอกจากนี้ บริษัทฯ เพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าโดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านทาง E-Shop หรือเว็บไซต์ของบริษัทฯ ([www.mangpong.co.th](http://www.mangpong.co.th)) และมี Application ชื่อ “mangpong” ใน App Store ของ Apple และ Play Store ของ Android เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ใช้ Smartphone ในทุก Platform ทั้ง iphone, ipad รวมถึง smartphone และ tablet รุ่นต่างๆ เพื่อให้สามารถเลือกซื้อสินค้าผ่าน Catalog และติดตามข่าวสารประชาสัมพันธ์โปรโมชั่น ตลอดจนแนะนำสินค้าใหม่ๆ ให้ลูกค้า ค้นหาข้อมูลสินค้า และสั่งซื้อสินค้าได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเพิ่มช่องทางอื่นๆ ทาง internet เพื่อให้ความสะดวกสบายในการประชาสัมพันธ์และติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น facebook ([www.facebook.com/mangpongshop](http://www.facebook.com/mangpongshop)) และ twitter (<https://twitter.com/mangpongshop>) อีกด้วย

- กลยุทธ์การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ

เนื่องจากปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อความบันเทิง คือคุณภาพสินค้า ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีการคัดเลือกลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ที่มีคุณภาพและได้รับความนิยม เลือกใช้ระบบและเทคโนโลยีการผลิตของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าที่มีความทันสมัย เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพสูง ระบบภาพและเสียงคมชัด

- กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

บริษัทฯ มีการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าโดยใช้บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่มีความโดดเด่น, การให้บริการหลังการขาย โดยรับประกันคุณภาพสินค้าที่เกิดจากความผิดพลาดในการผลิต (Warranty) ลูกค้าสามารถนำสินค้ามาเปลี่ยนได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดหากพบว่าสินค้ามีข้อผิดพลาดจากการผลิต, พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลและให้บริการได้เป็นอย่างดี

- กลยุทธ์ในด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ได้จัดหาลิขสิทธิ์จากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ มีความหลากหลายสูง และเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าของบริษัทฯ ทั้งในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งบลูเรย์ ดิสก์ ดีวีดี และในด้านประเภทสินค้าที่มีทั้งภาพยนตร์ไทย ภาพยนตร์ฮอลลีวูด ภาพยนตร์ฮ่องกง ญี่ปุ่น เกาหลี และได้หวัน เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีสินค้าบันเทิงประเภทคอนเสิร์ต สารคดี การ์ตูน และโชว์ต่างๆ

- กลยุทธ์การกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดราคาสินค้าให้สามารถแข่งขันได้ และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่บริษัทฯ

- กลยุทธ์ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับคือ

- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย จากการที่บริษัทฯ มีจุดเด่นในเรื่องการมี Shop เป็นของตนเองจำนวนมาก บริษัทฯ จึงมีข้อได้เปรียบในการการโฆษณาในรูปแบบการตกแต่งหน้าร้าน (Display), การจัดเรียงสินค้าให้โดดเด่น (Merchandising), สื่อโฆษณา ณ จุดจำหน่าย (Point of Purchase : POP), การจัดกิจกรรม (Event) ภายใน Shop สาขาต่างๆ ซึ่งถือเป็นการโฆษณาและสร้างการจดจำตราสินค้า “แมงป่อง” รวมถึงสามารถกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี

- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อภายนอก บริษัทฯ มีการส่งจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิก “Mangpong Privilege Card” และสมาชิก E-shop รวมถึงมีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และ ลงโฆษณาในนิตยสารต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ของบริษัทฯ ให้ลูกค้าและผู้บริโภคทั่วไปได้รับทราบในวงกว้างแพร่หลายยิ่งขึ้น

- กลยุทธ์การปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

บริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าตามสมัยนิยมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปจากวีดีโอ มาเป็น วีซีดี และเป็น ดีวีดี และล่าสุดในรูปแบบ บลูเรย์ ดิสก์ ซึ่งเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้บริษัทฯ จะมีการปรับเปลี่ยนสัดส่วนสินค้าเหล่านั้นตามความเหมาะสมกับสถานที่ตั้งของร้าน โดยพิจารณาจากข้อมูลประวัติการซื้อและพฤติกรรมกรซื้อของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในแต่ละสาขาเป็นหลัก เพื่อให้สามารถจัดวางสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ให้มากที่สุด

## 2) ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ แบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้



กลุ่มที่ 1 ผู้บริโภคโดยตรง (End User) คือ บุคคลทั่วไปที่ซื้อสินค้าจาก Shop แมงป่อง ลูกคากลุ่มนี้นิยมชมภาพยนตร์และฟังเพลงที่บ้านหรือนิยมซื้อผลงานภาพยนตร์และเพลงเพื่อเก็บสะสม โดยรวมถึงสมาชิกของบริษัทฯ (Mangpong Privilege Card) ประมาณ 200,000 ราย ลูกคากลุ่ม EShop ซึ่งเป็นลูกคากลุ่มใหม่ที่บริษัทฯ ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายจำนวนกว่า 20,000 รายและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และลูกค้าในกลุ่ม Social Media อาทิ Facebook Twitter ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าและบริการที่ได้รับจากร้านค้าและสินค้าของบริษัทฯ และมี Brand Loyalty ต่อตราสินค้าสินค้า “แมงป่อง”

กลุ่มที่ 2 ผู้จัดการจำหน่าย ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะทยอยลดลงเนื่องจากลิขสิทธิ์ที่บริษัทฯ ถือครองแบบจัดจำหน่ายขายส่งได้ทั่วประเทศกำลังจะหมดสัญญาลง โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีลูกค้าที่เป็นผู้จัดการจำหน่ายและตัวแทนจำหน่ายประมาณ 3-4 ราย

### 3) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่าย 2 ช่องทางดังนี้

3.1 Shop แมงป่อง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มี Shop แมงป่อง ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกที่บริษัทฯ เป็นผู้บริหารเอง รวมทั้งสิ้น 37 สาขา โดยสาขาเหล่านี้จะมีพนักงานขายของบริษัทฯ (Edutainment Provider) คอยให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการซื้อสินค้าของบริษัทฯ ทำเลที่ตั้งของ Shop จะอยู่ในศูนย์การค้าชั้นนำต่างๆ ทั่วประเทศเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง และอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการซื้อสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งสามารถแบ่งตามทำเลที่ตั้ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ได้ดังนี้

	กทม.	ต่างจังหวัด	รวม
จำนวนสาขา	30	7	37

3.2 ผู้จัดการจำหน่ายและตัวแทนจำหน่าย (Wholesale) เป็นการขายส่งสินค้า ให้กับผู้จัดการจำหน่ายและตัวแทนต่างๆ ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งผู้จัดการจำหน่ายและตัวแทนจำหน่ายดังกล่าวจะกระจายสินค้าของบริษัทฯ ไปยังร้านค้าปลีกต่างๆ ทั่วประเทศเพื่อจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ให้กับลูกค้า (End User) ทั่วไป

รายได้และสัดส่วนการจัดจำหน่ายผ่านแต่ละช่องทาง

หน่วย: ล้านบาท

ช่องทางการจัดจำหน่าย	2556		2555		2554	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
Shop แมงป่อง	457.70	98.84%	524.40	99.75%	524.54	99.15%
ผู้จัดการจำหน่ายและตัวแทนจำหน่าย (ขายส่ง)	5.35	1.16%	1.34	0.25%	4.51	0.85%
<b>รวม</b>	<b>463.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>525.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>529.05</b>	<b>100.00%</b>

### 4) สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สินค้าประเภทแผ่นภาพยนตร์ยังคงเป็นที่ต้องการของลูกค้า และยังสามารถสร้างยอดขายได้ เนื่องจาก

- มีการปรับปรุงรูปแบบซอฟต์แวร์ที่ให้คุณภาพที่ดีขึ้นทั้งทางด้านภาพและเสียง จากแผ่นวีซีดี เป็น แผ่นดีวีดี และล่าสุดเป็นบลูเรย์ ดิสก์
- ลูกค้ามีความต้องการซื้อเพื่อการสะสม หรือเป็นของที่ระลึกเพื่อมอบให้แก่นัก โดยเฉพาะภาพยนตร์คุณภาพ ภาพยนตร์ที่ได้รางวัลจากการประกวดต่างๆ

- ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้านสะดวกซื้อ และซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้นและหาซื้อได้สะดวกขึ้น

- ราคาของสินค้ามีการปรับตัวลดลง จากการที่ผู้ประกอบการหันมาใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเพื่อแก้ปัญหาสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์

- เครื่องเล่นแผ่นภาพยนตร์ มีแนวโน้มราคาลดลงและมีใช้ในเกือบทุกครัวเรือน และในหลายครัวเรือนมีเครื่องเล่นมากกว่า 1 เครื่อง

ทั้งนี้ ข้อมูลสนับสนุนปัจจัยเรื่องเครื่องเล่นแผ่นดีวีดี และแผ่นบลูเรย์ ว่า ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าดังกล่าว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะเครื่องเล่นแผ่นบลูเรย์ มีการเติบโตสูงขึ้น และคาดว่าจะยังคงเติบโตต่อเนื่องในปี 2557

ตารางแสดงจำนวนเครื่องเล่นแผ่นดีวีดี และเครื่องเล่นแผ่นบลูเรย์ ตั้งแต่ปี 2554-2557 (ประมาณการ)

ประเภทผลิตภัณฑ์ (Product Category )	จำนวนเครื่อง (Total market in Units)			
	2554 (2011)	2555 (2012)	2556 (2013)	2557e (2014e)
เครื่องเล่นดีวีดี (DVD Player)	2,900,000	2,440,000	1,978,000	1,600,000
เครื่องเล่น บลูเรย์ (Blu-ray Player)	71,500	101,000	122,000	140,000
<b>รวม (Total)</b>	<b>2,971,500</b>	<b>2,541,000</b>	<b>2,100,000</b>	<b>1,740,000</b>

แหล่งที่มา: Suengamontpissit, Tanawat (GfK Retail and Technology Thailand)

#### สภาวะการแข่งขัน ปัญหา และอุปสรรค

การที่ตลาดโฮมเอ็นเตอร์เทนเมนต์มีขนาดใหญ่และยังมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสินค้ามีราคาลดลง ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่าย และเป็นสิ่งบันเทิงที่มีราคาต่ำ ทำให้เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมทั้งในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด การเติบโตของธุรกิจดังกล่าวก่อให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจผลิตและจำหน่ายแผ่นภาพยนตร์ รวมถึงตลาดสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ อย่างไรก็ตามการที่ผู้ประกอบการจะดำรงความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจนี้ได้ขึ้นกับปัจจัยดังต่อไปนี้

- การมีลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ ลิขสิทธิ์ถือเป็นวัตถุดิบสำคัญที่มีอยู่อย่างจำกัดในการผลิตแผ่นภาพยนตร์ ปัจจุบันผู้ประกอบการแต่ละรายได้ใช้วิธีการต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ ซึ่งรวมถึงการแข่งขันด้านราคา ความสามารถในการจำหน่ายสินค้าภายใต้ลิขสิทธิ์ให้ประสบความสำเร็จเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองราคาลิขสิทธิ์ รวมถึงการดำรงความสัมพันธ์ทางการค้ากับผู้ขาย/ผู้ผลิตลิขสิทธิ์ และการหันมาเป็นผู้ผลิตภาพยนตร์เพื่อถือครองลิขสิทธิ์เอง

- ช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกระจายสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและทันเวลา โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายของตนเอง หรือมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดจำหน่าย ตัวแทนจัดจำหน่าย และร้านค้าหรือธุรกิจที่เป็นคู่ค้า การที่ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถสร้างยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ถือเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งในการประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายแผ่นภาพยนตร์ที่อยู่ในสภาวะการแข่งขันสูง

- การปราบปรามสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ตลาดสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ อย่างไรก็ตามการที่ภาครัฐและภาคเอกชนให้ความสำคัญในการปราบปรามสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ อาทิ เช่น การตรวจจับ โรงงานผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ การส่งเสริมของภาครัฐและเอกชนในการต่อต้านสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ การลดราคาสินค้าของผู้ประกอบการที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องเพื่อให้ราคาสินค้าไม่มีความแตกต่าง เป็นต้น มีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องสามารถแข่งขันในธุรกิจนี้ได้เป็นอย่างดี

- คุณภาพของสินค้าและบริการ คุณภาพของสินค้าทั้งในส่วนของคุณภาพและแผนภาพดนตรี มีส่วนสำคัญที่กำหนดความสำเร็จในการจำหน่ายแผ่นภาพดนตรีนั้นๆ การมีลิขสิทธิ์ภาพดนตรีที่มีคุณภาพทั้งในเนื้อหา ภาพ และเสียง ประกอบกับการผลิตแผ่นที่มีคุณภาพมีภาพและเสียงที่คมชัด นอกจากจะสร้างยอดขายให้กับสินค้านั้นๆ แล้วยังเป็นการสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ประกอบการด้วย

สำหรับบริษัท ในฐานะผู้ประกอบการในธุรกิจจำหน่ายแผ่นภาพดนตรี ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจโฮมเอ็นเตอร์เทนเมนต์กว่า 35 ปี มีการจัดหาลิขสิทธิ์ภาพดนตรีทั้งไทยและต่างประเทศ เพื่อนำมาผลิตเป็นแผ่นภาพดนตรีในรูปแบบบลูเรย์ ดีวีดี จัดจำหน่ายใน Shop แมงป่อง ซึ่งเป็นที่รู้จักและยอมรับของลูกค้าทั่วไปมาตลอด โดยบริษัท มุ่งนโยบายในการดำรงความสามารถในการแข่งขันดังนี้

1) การมีลิขสิทธิ์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย ปัจจุบันบริษัท มีลิขสิทธิ์ภาพดนตรีจากค่ายผู้ผลิตภาพดนตรีชั้นนำ การมีประสบการณ์ในธุรกิจ การมีทีมงานในการจัดหาลิขสิทธิ์ การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัท สามารถจัดหาและจัดการลิขสิทธิ์ที่มีอยู่ให้สามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง

2) การมีช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจุบันบริษัท มีสาขารวม 37 สาขา กระจายอยู่ตามศูนย์การค้า และชุมชนที่สำคัญทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งบริษัท มุ่งนโยบายในการขยายสาขาเพิ่มขึ้น โดยพิจารณาอย่างรอบคอบถึงศักยภาพของทำเลที่ตั้ง และความสามารถในการทำกำไร จะทำให้บริษัท สามารถจำหน่ายสินค้าแก่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

3) การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การมีลิขสิทธิ์ที่ตรงตามความต้องการของตลาด ประกอบกับการใช้เทคโนโลยีในการผลิตให้สินค้าที่มีภาพและเสียงที่คมชัด ทำให้ผู้บริโภคสามารถไว้วางใจในสินค้าที่ผลิตจากบริษัท ว่ามีคุณภาพทั้งในด้านเนื้อหาและตัวสินค้า ก่อให้เกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าของบริษัท และสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องให้แก่บริษัท

4) การให้ความสำคัญกับการบริการ บริษัท ให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในตัวสินค้า สามารถแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี ตลอดจนมีบริการหลังการขายหากพบสินค้าชำรุดหรือบกพร่องจากการผลิต สามารถเปลี่ยนหรือคืนได้ในระยะเวลาที่กำหนด

#### 2.1.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

#### 2.1.5 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

### 2.2 การถือครองลิขสิทธิ์ผลิตและจำหน่ายเพลงสากล

#### 2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท คือ ลิขสิทธิ์เพลงเพื่อนำมาผลิต และจัดจำหน่ายในรูปแบบแผ่นซีดี ภายใต้ตราสินค้า MAXX MUSIC และ HARMONIC รวมถึงสินค้าเพื่อความบันเทิงในรูปแบบ ซีดี ภายใต้ตราสินค้าของคู่ค้ารายอื่นๆ

#### 2.2.2 การจัดหาผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่บริษัท จัดจำหน่าย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

## 1) สินค้าลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ

### 1.1 ขั้นตอนการจัดหาลิขสิทธิ์

บริษัทฯ จัดซื้อลิขสิทธิ์เพลงสากลจากผู้ผลิตชั้นนำในต่างประเทศอย่างต่อเนื่องมานานมากกว่า 10 ปี โดยลิขสิทธิ์เพลงดังกล่าวจะมีการต่ออายุสัญญาทุกๆ ปี ปัจจุบันมีลิขสิทธิ์เพลงที่ถือครองอยู่กว่า 10,000 เพลง และในแต่ละปีบริษัทฯ จะซื้อลิขสิทธิ์เพลงประมาณ 200-250 เพลง เพื่อนำมาผลิตเป็นอัลบั้มเพลง ในรูปแบบ ซีดี และวางจำหน่ายเพื่อรองรับเทศกาลต่างๆ อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ภายใต้แบรนด์ MAXX MUSIC และจัดซื้อลิขสิทธิ์เพลงสากลที่นำเพลงที่ได้รับความนิยมมาทำดนตรีแนวใหม่ และบันทึกเสียงคุณภาพระดับ 24-Bit มาผลิตและจำหน่ายในรูปแบบซีดีแผ่นทอง ภายใต้แบรนด์ HARMONIC ซึ่งก็ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

1.2 ขั้นตอนการผลิตสินค้า โดยการจ้างผู้ผลิตที่มีคุณภาพ และเป็นพันธมิตรทางการค้ากับบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตในรูปแบบแผ่นซีดี

## 2) สินค้าลิขสิทธิ์ภายใต้ตราสินค้าของคู่ค้ารายอื่น ๆ

บริษัทฯ มีการจัดซื้อสินค้าที่ไม่ใช่ตราสินค้าแมงป่อง (Non-Mangpong) ที่เป็นเพลงในรูปแบบแผ่นซีดี ดีวีดีคอนเสิร์ต ดีวีดีคาราโอเกะ และที่กำลังกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งคือ แผ่น Vinyl จากผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าทั้งนี้ที่ผ่านมาบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทเพลงให้กับบริษัท วอร์เนอร์ มิวสิก (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ยูนิเวอร์ซัล มิวสิก (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท บริษัท จี เอ็ม เอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

### 2.2.3 การตลาดและสภาวะการแข่งขัน

#### 1) การตลาด

- คัดเลือกเพลงที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังมาผลิตเป็นอัลบั้มรวมเพลงในรูปแบบ ซีดี
- เน้นการวางจำหน่ายเพื่อรองรับเทศกาลต่างๆ อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

#### 2) ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายสินค้าเพลงให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางจำหน่ายของบริษัทฯ ดังข้อ 2.1.3 (3.1)

#### 3) สภาวะการแข่งขัน

ในปี 2556 ผู้ประกอบการในธุรกิจเพลงปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจด้วยการแบ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบตามแนวเพลงเพื่อผลิตผลงานที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาช่องทางการให้บริการผ่านทางสื่อดิจิทัลต่างๆ ด้วยราคาที่คุ้มค่ามากขึ้น อีกทั้งยังให้ความสำคัญในการจัดคอนเสิร์ตของศิลปินที่ได้รับความนิยมในภูมิภาคต่างๆ นอกจากนี้ยังสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการต่างชาติในการขยายตลาดเพลงไทยไปยังต่างประเทศ อาทิ จีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เป็นต้น

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจเพลงมีการเติบโตได้แก่

- เป็นสินค้าที่สร้างความบันเทิงให้กับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย และทุกอาชีพในราคาไม่สูง และสามารถหาซื้อได้สะดวก
- มีการดำเนินธุรกิจครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการผลิตและสร้างสรรค์งานเพลง การตลาด การจัดจำหน่ายทั้งการค้าส่งและค้าปลีก การส่งเสริมการขาย การจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์

- สามารถขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจบันเทิงประเภทอื่นได้ อาทิ ธุรกิจโทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ และคอนเสิร์ต เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมเพลงก็ยังคงมีความเสี่ยง ดังนี้

- การละเมิดลิขสิทธิ์โดยนำผลงานเพลงไปดัดแปลงเลียนแบบ แล้วนำออกจำหน่ายในราคาถูก ยังคงมีอยู่ทั่วไปเป็นจำนวนมาก
- การทำสำเนาเพลงด้วยตนเองโดยใช้อุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์สามารถกระทำได้ง่าย ส่งผลกระทบต่อรายได้และการเติบโตของธุรกิจ
- มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมการขายเพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับในตลาด
- การย้ายสังกัดของศิลปินและทีมงานผลิตที่มีคุณภาพส่งผลกระทบต่อการตลาด
- พฤติกรรมและความนิยมในการฟังเพลงของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ก่อให้เกิดความไม่แน่นอนทางธุรกิจ

สำหรับบริษัทฯ ในฐานะผู้มีประสบการณ์ในการจำหน่ายสินค้าเพื่อความบันเทิงมากกว่า 35 ปี โดยเฉพาะสินค้าประเภทเพลงซึ่งถือเป็นสินค้าชนิดแรกที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย และมีนโยบายในการดำรงความสามารถในการแข่งขันด้วยการจำหน่ายสินค้าเพลงสากลรวมฮิตภายใต้ตราสินค้า MAXX MUSIC และ HARMONIC อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าผ่าน Shop แมงป่องทุกสาขา

#### 2.2.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

#### 2.2.5 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### 3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

##### ความเสี่ยงในการลงทุนลิขสิทธิ์

เนื่องจากรายได้จากการจำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์แมงป่อง ทั้งภาพยนตร์และเพลงถือเป็นรายได้หลักของ บริษัทฯ โดยลิขสิทธิ์ภาพยนตร์และเพลงดังกล่าวอาจทำรายได้น้อยกว่าที่ตั้งเป้าหมายหรือคาดการณ์ไว้ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงในการลงทุนดังกล่าวจึงมุ่งเน้นลงทุนในลิขสิทธิ์ที่เป็นที่ต้องการของลูกค้า มีค่าลิขสิทธิ์ที่สมเหตุสมผล สามารถให้ผลตอบแทนต่อการลงทุน แก่บริษัทฯ ได้อย่างรวดเร็ว ยกเลิกการซื้อลิขสิทธิ์ที่มีราคาสูงเกินกว่าความสามารถในการสร้างผลกำไร เป็นผลให้ลดความเสี่ยงลงในขณะที่ยังคงจำหน่ายสินค้าดังกล่าวด้วยการเป็นผู้ค้าปลีกผ่าน Shop แมงป่อง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขายและจัดจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ผ่านสาขาและช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มรายได้และผลตอบแทนจากการลงทุนในลิขสิทธิ์ดังกล่าว

##### ความเสี่ยงจากสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์

ปัญหาการลักลอบจำหน่ายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์และเพลงโดยรวมของประเทศ ซึ่งรวมถึงธุรกิจจัดจำหน่ายแผ่นภาพยนตร์และเพลงของบริษัทฯ ด้วย โดยอาจทำให้บริษัทฯ ต้องเสียโอกาสทางธุรกิจในแต่ละปี อย่างไรก็ตามการที่ภาครัฐและเอกชนได้มีการรณรงค์ต่อต้านสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ อาทิ เช่น การรวมตัวกันของผู้ประกอบการเพื่อต่อต้านการจำหน่ายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ การรณรงค์ปลูกจิตสำนึกให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องผ่านสื่อต่างๆ ของหลายฝ่าย และในส่วนของ การปราบปรามนั้น ภาครัฐก็มีบทบาทในการปราบปรามที่ชัดเจนและต่อเนื่องยิ่งขึ้น เชื่อว่าปัญหาดังกล่าวน่าจะมีแนวโน้มที่ลดลงได้ ในส่วนของ บริษัทฯ นอกจากจะดำเนินนโยบายร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนอื่นๆ แล้ว บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างสินค้าของบริษัทฯ กับสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ทำให้บริษัทฯ สามารถสร้างสรรคูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม โดดเด่น แตกต่างจากที่วางจำหน่ายในท้องตลาดทั่วไป และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องหลากหลาย รวมถึงการเข้าร่วมกับพันธมิตรและตัวแทนเจ้าของลิขสิทธิ์ เพื่อการปราบปรามผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ การให้ความร่วมมือและสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลชี้เบาะแส และสนับสนุนหน่วยงานดังกล่าวเพื่อจัดการกับสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์

##### ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน

แม้ในปัจจุบันลูกค้าเริ่มมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากการบริโภคสินค้าประเภทโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ซอฟต์แวร์ เป็นสินค้าประเภท Digital Content แต่ก็ยังมีลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่เป็นกลุ่ม Collector ซึ่งยังคงนิยมสินค้าประเภทโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์อยู่ เนื่องจากมี Packaging ที่สวยงาม สามารถหยิบ จับต้อง สัมผัสได้ สามารถเก็บเป็นที่ระลึกหรือของสะสมได้ มีคุณภาพของภาพและเสียงที่คมชัดกว่า รวมถึงมีราคาที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับคุณภาพที่ได้รับ

### **ความเสี่ยงจากการเกิดสินค้าล้าสมัย**

ปัจจุบันเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงสินค้าที่บริษัท จำหน่ายมีความหลากหลายและมีจำนวนรายการมาก จึงมีความเป็นไปได้สูงที่อาจจะมีสินค้าค้างสต็อกและได้รับความนิยมน้อยลง ซึ่งบริษัท ให้ความสำคัญกับการจัดการเรื่องดังกล่าว ด้วยการติดตามจำนวนสินค้าคงเหลืออย่างใกล้ชิด โดยจะควบคุมจำนวนสินค้าคงเหลือให้เหมาะสมกับอายุสิทธิที่เหลือนอยู่ บริษัท ให้ความสำคัญทั้งในด้านการป้องกันและด้านการจัดการต่อกรณีสินค้าล้าสมัยค้างสต็อกจำนวนมาก ด้วยการเฝ้าติดตามความเคลื่อนไหวของสินค้าอย่างใกล้ชิด จัดให้มีเจ้าหน้าที่เฝ้าติดตามยอดขายและทำการโอนย้ายสินค้าจากสาขาที่ไม่ได้รับความนิยมไปยังสาขาที่ลูกค้านิยมซื้อ และในกรณีที่ยังคงมีสต็อกสินค้าที่ไม่ได้รับความนิยมเหลืออยู่ก็จะนำมาจัดรายการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ อย่างไรก็ดี เนื่องจากสินค้าที่บริษัท จำหน่ายมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป กล่าวคือ เป็นสินค้าที่ลูกค้านิยมซื้อเพื่อเก็บสะสมและในบางรายการจะมีคุณค่ามากขึ้นหากมีอายุมากขึ้น ดังนั้นบริษัท จะนำสินค้ารายการที่มีลักษณะดังกล่าวมาทำการสื่อสารให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับคุณค่า หรือรางวัลต่างๆ ที่เคยได้รับ รวมถึงอาจมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณค่าและสวยงามมากขึ้น ซึ่งสามารถสร้างความสนใจและได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

### **ความเสี่ยงจากการที่สินค้าสูญหาย**

จากการที่บริษัท ดำเนินธุรกิจค้าปลีกโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ซอฟต์แวร์ โดยมี Shop กระจายอยู่ทั่วประเทศเป็นจำนวนมาก และสินค้าที่จำหน่ายมีขนาดเล็กจึงมีความเสี่ยงในการสูญหายของสินค้าได้ เช่นเดียวกับธุรกิจค้าปลีกโดยทั่วไป ซึ่งบริษัท ก็มีความตระหนักและระมัดระวังในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างมาก ด้วยการเฝ้าระวังโดยพนักงานสาขาเอง ตลอดจนจัดให้มีการติดตั้งระบบกล้องวงจรปิดในทุกสาขา และมีเจ้าหน้าที่คอยตรวจสอบเฝ้าระวังทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้บริษัท ยังได้มีการจัดทีมตรวจนับสินค้าเข้าตรวจนับสินค้าทุกสาขาอย่างน้อยสัปดาห์ละ 8 ครั้งต่อปี ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มความแม่นยำในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นให้พนักงานสาขามีความระมัดระวังในการดูแลสินค้ามากขึ้นด้วย

### **ความเสี่ยงในการลงทุนสาขา**

ณ สิ้นปี 2556 บริษัท มี Shop รวมทั้งสิ้น 37 สาขา กระจายอยู่ในศูนย์การค้าชั้นนำทั่วประเทศ ซึ่งสามารถทำรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในปี 2556 เป็นจำนวน 457.70 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 84.01 ของรายได้รวม ทั้งนี้ ในปี 2556 บริษัท มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการและควบคุมคุณภาพการให้บริการของจุดจำหน่ายของบริษัท ที่มีอยู่ทั่วประเทศให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยการเฝ้าติดตามยอดขายและความสามารถในการสร้างผลกำไรของแต่ละสาขาอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ บริษัท มีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับสินค้าโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ เช่น กล้องรับสัญญาณทีวีดาวเทียม แผ่นเกมส์ อุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าแล้ว ยังเป็นการขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่อีกด้วย สำหรับการขยายสาขาใหม่นั้น บริษัท มีนโยบายในการขยายสาขาเฉพาะในทำเล และศูนย์การค้าที่มีศักยภาพ มีกำลังซื้อ สามารถสร้างผลกำไรได้

นอกจากนี้การที่บริษัท มีประสบการณ์และความชำนาญในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการมีสินค้าที่มีความหลากหลายทั้งภาพยนตร์และเพลงที่เป็นลิขสิทธิ์ของบริษัท เอง และลิขสิทธิ์ของพันธมิตรทางการค้า รวมถึงการ

ดำเนินการลดค่าใช้จ่ายลงด้วยมาตรการต่างๆ บริษัทฯ จึงเชื่อว่าจะสามารถสร้างความเติบโตของผลประกอบการให้กับบริษัทฯ ได้

### **ความเสี่ยงจากการต่อสัญญาเช่าพื้นที่/สัญญาเช่าร้านค้า**

จากการช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านสาขาต่างๆ เป็นช่องทางหลักในการสร้างรายได้ให้แก่บริษัทฯ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เช่าซึ่งเป็นสัญญาเช่าระยะสั้น 1-3 ปี หากบริษัทฯ ไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่า หรือมีอัตราค่าเช่าและค่าบริการปรับตัวสูงขึ้นเมื่อมีการต่ออายุสัญญา จะทำให้รายได้และกำไรสุทธิของบริษัทฯ ลดลงได้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจมายาวนาน มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับและต้องการของลูกค้า จึงได้รับสิทธิการต่อสัญญาก่อนจากผู้ให้เช่า และที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามสัญญาเช่าอย่างเคร่งครัดและไม่เคยถูกยกเลิกสัญญาเช่า จึงทำให้เชื่อว่าจะได้รับการต่อสัญญาเช่าต่อไปในอนาคต ในอีกด้านหนึ่งการทำสัญญาเช่าแบบสัญญาเช่าระยะสั้นเป็นการลดความเสี่ยงหากผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย บริษัทฯ อาจพิจารณาไม่ต่อสัญญาเช่า เพื่อให้ผลประกอบการดีขึ้น และบริษัทฯ สามารถหาพื้นที่ใหม่ที่มีศักยภาพและมีโอกาสสร้างผลประกอบการที่ดีให้แก่บริษัทฯ แทนได้

### **ความเสี่ยงจากการบริหารงานที่พึ่งพิงผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่**

ที่ผ่านมาธุรกิจของบริษัทฯ มีการดำเนินการและบริหารภายใต้กลุ่มของนางกิตติยาใจ ศรีเอกวิจิตร ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้ง ผู้ถือหุ้นใหญ่ และเป็นผู้บริหารสำคัญที่ทำให้ธุรกิจของบริษัทฯ มีการเติบโตและพัฒนามาจนถึงปัจจุบัน จึงมีความเสี่ยงจากการที่กลุ่มนางกิตติยาใจ ศรีเอกวิจิตร อาจลดสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ หรือออกจากการเป็นผู้บริหารของบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการบริหารและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้ อย่างไรก็ตามเนื่องจากนางกิตติยาใจ ศรีเอกวิจิตร เป็นผู้ก่อตั้งบริษัทฯ และเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ ที่ดำเนินธุรกิจมานานกว่า 35 ปี แสดงให้เห็นถึงความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจในการประกอบกิจการให้มีการเติบโตก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องในฐานะผู้บริหารและผู้ถือหุ้นใหญ่ที่มีเสียงข้างมากในกิจการ นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการจัดโครงสร้างองค์กรที่เป็นระบบและการจัดการให้มีลักษณะการดำเนินธุรกิจด้วยการกระจายอำนาจให้ผู้บริหารอื่นๆ มีส่วนร่วมในการบริหารและตัดสินใจ

## **3.2 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์**

### **ความเสี่ยงกรณีมีผู้บริหารเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่**

เนื่องจากบริษัทฯ มีผู้บริหารที่เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ นางกิตติยาใจ ศรีเอกวิจิตร (ผู้บริหารและพนักงาน) ซึ่งถือหุ้นในบริษัทฯ ณ วันที่ 7 มีนาคม 2557 จำนวน 292,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 33.27 ของจำนวนหุ้นที่เรียกชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งไม่ถึงร้อยละ 50 จึงไม่สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นในเรื่องต่างๆ ได้ อย่างไรก็ตามถึงแม้กลุ่มนางกิตติยาใจ ศรีเอกวิจิตร จะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่และมีคะแนนเสียงค่อนข้างมาก แต่กลุ่มนางกิตติยาใจ ศรีเอกวิจิตร ก็มีเจตนารมณ์ที่จะทำให้บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน เป็นอิสระและมีความโปร่งใส ให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ซึ่งผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้

ดังจะเห็นได้จากการที่บริษัทฯ ได้รับรางวัลชมเชยขององค์กรโปร่งใสครั้งที่ 3 ประจำปี 2555 ซึ่งจัดโดยสำนักป้องกัน การทุจริตภาครัฐวิสาหกิจและธุรกิจเอกชน ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (สำนักงาน ป.ป.ช.) และได้รับการประเมินผลอยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” ในปี 2551 และ 2552 จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ซึ่งจัดโดย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยได้รับความสนับสนุนจาก



สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้รับการประเมินผลอยู่ในเกณฑ์ “ดีเยี่ยม” จากโครงการประเมินคุณภาพการประชุมสามัญประจำปี ซึ่งจัดโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ร่วมกับ สมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย และสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ติดต่อกันมาตั้งแต่ปี 2551 และได้รับการประเมินผลอยู่ในเกณฑ์ “ดีเยี่ยม+สมควรเป็นตัวอย่าง” (100 คะแนนเต็ม) ในการประเมินผลประจำปี 2554

อย่างไรก็ดีแม้ในปี 2555-2556 โครงการฯ จะไม่ได้ประเมินบริษัท เนื่องจากอยู่ในหมวดพื้นฟูกิจการ แต่บริษัทฯ ก็ยังคงให้ความสำคัญต่อการประชุมสามัญประจำปี โดยได้คะแนนจากการประเมินตนเองอยู่ในระดับ “ดีเยี่ยม” ซึ่งบริษัทฯ ยังถือเป็นนโยบายที่จะรักษาระดับคุณภาพดังกล่าวให้พนักงานและผู้เกี่ยวข้องใช้เป็นมาตรฐานในการปฏิบัติงานของบริษัทฯ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีโครงสร้างการจัดการอันประกอบด้วยคณะกรรมการทั้งหมด 5 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริษัทฯ, คณะกรรมการตรวจสอบ, คณะกรรมการบริหาร, คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาผลตอบแทน ซึ่งกรรมการในแต่ละคณะประกอบด้วยบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ และมีการกำหนดขอบเขตหน้าที่ของการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน

#### **ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ มีขาดทุนสะสมจำนวนมาก อาจไม่สามารถจ่ายเงินปันผลในอนาคตอันใกล้**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 แม้บริษัทฯ จะมีผลกำไรสุทธิจำนวน 73,539,850.37 บาท แต่บริษัทฯ ยังมีผลขาดทุนสะสม จำนวน 1,117,751,222.31 บาท ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นได้ตามกฎหมาย และผู้ถือหุ้นมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับเงินปันผลตามนโยบายการจ่ายเงินปันผลที่กำหนดไว้

อย่างไรก็ดีบริษัทฯ มีแผนที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาด ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าการดำเนินการดังกล่าวจะสามารถทำให้บริษัทฯ สามารถทยอยลดขาดทุนสะสมได้

#### **ความเสี่ยงเนื่องจากหลักทรัพย์ไม่สามารถซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้**

หลักทรัพย์ของบริษัทฯ เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอนจากการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ มาตั้งแต่การเงินประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2551 เนื่องจากมีส่วนของผู้ถือหุ้นต่ำกว่าศูนย์ อย่างไรก็ตามปัจจุบันบริษัทฯ ได้ดำเนินการแก้ไขเหตุแห่งการเพิกถอนและได้ยื่นคำขอฟื้นเหตุต่อตลาดหลักทรัพย์ฯ แล้วโดยตลาดหลักทรัพย์ฯ อยู่ระหว่างพิจารณาคำขอฟื้นเหตุเพิกถอนของบริษัทฯ

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

##### 4.1 อาคาร และอุปกรณ์

หน่วย : พันบาท

รายการ	มูลค่าทางบัญชี		
	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2554
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	23,648	29,788	35,930
เครื่องตกแต่งอุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน	7,232	8,263	8,924
ยานพาหนะ	1,339	2,128	2,920
รวม	32,219	40,179	47,774

##### 4.2 สิทธิการเช่า

หน่วย : พันบาท

รายการ	มูลค่าทางบัญชี		
	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2554
สิทธิการเช่า	80,087	90,003	100,755

##### 4.3 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

หน่วย : พันบาท

รายการ	มูลค่าทางบัญชี		
	2556	2555	2554
ลิขสิทธิ์เพลงและภาพยนตร์-สุทธิ	14,475	16,361	26,807

บริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ภาพยนตร์และเพลงจากผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์และเพลง ทั้งนี้ ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์มีอายุอยู่ในช่วง 3-10 ปี บริษัทฯ มีการลงนามต่ออายุลิขสิทธิ์เพลงต่างประเทศทุกๆ ปี

##### 4.4 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

- ไม่มี -

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	บริษัท แมงปอง 1989 จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อ	MPG
ประเภทธุรกิจ	ถือลิขสิทธิ์และผู้จัดจำหน่ายบลูเรย์ ดิสก์ แผ่นดีวีดีภาพยนตร์ และแผ่นซีดีเพลง
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	59 ซอยลาดพร้าว 90 (ซอยป่านทิพา) ถนนลาดพร้าว แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
เลขทะเบียนบริษัท	0107546000440
Website	<a href="http://www.mangpong.co.th">http://www.mangpong.co.th</a>
โทรศัพท์	0-2514-7999
โทรสาร	0-2514-5500

ณ วันที่ 31 มกราคม 2556 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 3,311,880,336 บาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 3,311,880,336 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท และทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 877,751,185 บาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 877,751,185 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท

### บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
สถานที่ตั้ง	62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 4, 6-7 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	0-2229-2800
Call Center	0-2229-2888
โทรสาร	0-2654-5642
E-mail	TSDCallCenter@set.or.th
Website	<a href="http://www.tsd.co.th">http://www.tsd.co.th</a>

### ผู้สอบบัญชี

ผู้สอบบัญชี	นางณัฐสรณ์ สโรชนันท์จีน ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4563
	นายสุมิตร ขอไพบุลย์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4885
	นายชัยยุทธ อังศุวิทยา ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3885
สถานที่ตั้ง	สำนักงาน เอ.เอ็ม.ที. แอสโซซิเอท 49/27 อาคารสีลมพลาซ่า ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์	0-2234-1676, 0-2234-1678
โทรสาร	0-2237-2133