

# ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

# 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) เริ่มต้นการดำเนินธุรกิจเมื่อปี พ.ศ. 2533 ด้วยการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือการ์ตูนลิขสิทธิ์จากประเทศญี่ปุ่นซึ่งได้รับความนิยมจากผู้อ่านตลอดมา จนปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายการ์ตูนลิขสิทธิ์จากประเทศญี่ปุ่นมากที่สุดรายหนึ่งของประเทศไทย ต่อมาบริษัทได้ขยายธุรกิจไปสู่การผลิตและจำหน่ายหนังสือประเภทนวนิยายจีนกำลังภายในและพ็อกเก็ตบุ๊คลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ อาทิ อังกฤษ อเมริกา เยอรมัน ญี่ปุ่น เกาหลี จีน อีกทั้งยังได้ขยายไปสู่การผลิตและจำหน่ายการ์ตูนลิขสิทธิ์จากประเทศอเมริกา จีน และเกาหลี ซึ่งสินค้าประเภทสิ่งพิมพ์ของบริษัทได้รับความนิยมจากผู้อ่านอย่างต่อเนื่องและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ปัจจุบันยังได้ขยายไปสู่ธุรกิจ E-book

จากความสำเร็จด้านธุรกิจสิ่งพิมพ์ บริษัทจึงได้ขยายไปสู่ธุรกิจมัลติมีเดีย โดยในปี พ.ศ. 2545 บริษัทได้เริ่มผลิตรายการวิทยุกีฬาและสารบันเทิง 24 ชั่วโมง ในชื่อ “สปอร์ต เรดิโอ” ปัจจุบันออกอากาศทางสถานีวิทยุ FM 96 MHz และยังรับฟังรายการได้ทางเว็บไซต์ [www.smmsport.com](http://www.smmsport.com) ปัจจุบัน “สปอร์ต เรดิโอ” ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในแวดวงคนรักกีฬาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

และเมื่อปี พ.ศ. 2553 บริษัทได้ขยายไปสู่การผลิตสื่อโทรทัศน์ดาวเทียมในชื่อ “SMMTV” สถานีข่าวกีฬา “รู้ลึก รู้จริง รู้ทุกสิ่งกีฬาโลก” นำเสนอรายการกีฬาหลากหลายรูปแบบตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจุบันสามารถรับชมรายการของ SMMTV ได้ทางจานดาวเทียมระบบ C-Band (จานดำ) ความถี่ 3545 Symbol Rate V30000 รวมทั้งเคเบิลทีวีทั่วประเทศ, เว็บไซต์ [WWW.SMMSPORT.COM](http://WWW.SMMSPORT.COM) และแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือระบบ iOS และ Android

นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2553 บริษัทยังได้เริ่มขยายธุรกิจไปสู่ด้าน New Media โดยนำเสนอข้อมูลข่าวสารในแวดวงกีฬาและสารบันเทิงในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์เผยแพร่ทางเว็บไซต์ ได้แก่ [www.thaileagueonline.com](http://www.thaileagueonline.com) นำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลไทยทุกลีก ต่อมาบริษัทเปิดเว็บไซต์ [www.smmsport.com](http://www.smmsport.com) ให้เป็นศูนย์รวมคอนเทนต์ด้านกีฬาทั่วโลก นอกจากนี้บริษัทยังให้บริการข้อมูลกีฬาทางระบบ 1900 อีกด้วย

จากการที่บริษัทมีสื่อหลากหลายประเภท บริษัทจึงได้ดำเนินธุรกิจขายโฆษณาทั้งโฆษณาสิ่งพิมพ์ และโฆษณาสื่อมัลติมีเดียทั้งวิทยุ โทรทัศน์ดาวเทียม และเว็บไซต์

ในปี 2558 บริษัทได้เริ่มดำเนินธุรกิจขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา โดยบริษัทได้รับความไว้วางใจจากสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย หรือ Asian Volleyball Confederation (AVC) ให้เป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันไปทั่วโลก และสิทธิ์ในการบริหารสิทธิประโยชน์ทางการตลาดทั่วทวีปเอเชีย ในการแข่งขันวอลเลย์บอลทุกรายการที่อยู่ภายใต้การรับรองของ AVC ทั้งประเภทชายและหญิง และทั้งในร่มและชายหาด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 – 2562 รวมระยะเวลา 4 ปี

## ทิศทางการดำเนินธุรกิจ

บริษัทเป็นผู้นำด้านการผลิตหนังสือ โดยเฉพาะนวนิยายจีน การ์ตูนญี่ปุ่น และการ์ตูนไทย มาโดยตลอด และยังคงนโยบายรักษาตลาดและความเป็นผู้นำต่อไป แต่เพื่อให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว บริษัทจะเพิ่มความระมัดระวังในการพิจารณาซื้อลิขสิทธิ์หนังสือเพื่อมาจัดพิมพ์ และเพิ่มสิทธิการดำเนินงานเผยแพร่ไปสู่การผลิตในรูปแบบ E-book ด้วย

นอกจากธุรกิจหนังสือที่บริษัทเชื่อมั่นว่าจะยังคงเป็นธุรกิจสร้างรายได้แล้ว ธุรกิจมัลติมีเดียทางด้านกีฬา หรือ SMM SPORT ซึ่งบริษัทได้ขยายงานและพัฒนาไปสู่ความเป็นผู้นำทั้งสื่อวิทยุกีฬา “FM96 สปอร์ต เรดิโอ”, สื่อโทรทัศน์ดาวเทียมกีฬา “SMMTV : Sports Channel” และเว็บไซต์กีฬา WWW.SMMSPORT.COM ฯลฯ อาจกล่าวได้ว่า สื่อของบริษัททั้งสามสื่อนี้ต่างมีความแข็งแกร่งในตัวเอง มีการดำเนินงานที่สอดคล้องประสานกัน และเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน จนสามารถก้าวขึ้นสู่สื่อกีฬาชั้นนำของประเทศ

บริษัทได้ก้าวสู่การเป็นผู้ถือสิทธิ์ถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา โดยได้รับสิทธิ์ถ่ายทอดสดไปทั่วโลกการแข่งขันวอลเลย์บอลในร่มและชายหาดจากสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย เป็นระยะเวลา 4 ปี นับจากปี 2016-2019 และยังได้รับสิทธิรายการใหญ่อีกหลายรายการจากสมาคมกีฬา วอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย และบริษัทพร้อมจะขยายธุรกิจนี้ไปยังประเภทกีฬาอื่นๆ เพิ่มขึ้นในอนาคต

**วิสัยทัศน์ (Vision)** SMM จะเป็นผู้นำในการผลิตสื่อคุณภาพ เพื่อสร้างความสุขให้คนไทย

**พันธกิจ (Mission)** SMM จะดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตสื่อชั้นนำของประเทศ นำเสนอสื่ออันเป็นสารประโยชน์และสร้างความสุขให้กับคนไทยทุกเพศ ทุกวัย โดยพัฒนาขึ้นเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน มีผลงานเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง และสามารถสร้างผลตอบแทนที่น่าพอใจในระยะยาว

## กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจากสังคมโลกในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงโดยตลอดและรวดเร็วขึ้นเรื่อยๆ บริษัทจึงต้องวิเคราะห์ให้ได้ว่าสื่อใดจะเป็นสื่อที่ประชาชนให้ความนิยมในอนาคต เพื่อบริษัทจะสามารถผลิตสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทคงอยู่ได้อย่างยั่งยืนและเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ โดยมุ่งเน้นผลิตสื่อต่างๆ ที่สามารถฟังฟังและเก็ทกันซึ่งกันและกัน เพื่อความแข็งแกร่งในการสร้างรายได้และผลกำไรสูงสุด โดยเน้นกลยุทธ์ทางการตลาดดังนี้

### ธุรกิจหนังสือ

1. บริษัทเป็นผู้นำตลาดในการผลิตหนังสือนวนิยายจีนกำลังภายใน จึงใช้จุดแข็งนี้ต่อยอดธุรกิจ โดยการผลิตนวนิยายจีนกำลังภายในหลากหลายแนวมากขึ้น เพื่อต่อยอดจากฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่
  2. ปรับแผนการเลือกซื้อลิขสิทธิ์และแผนการผลิต โดยปรับยอดพิมพ์และจำนวนเรื่องให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดให้มากขึ้น และเลือกซื้อลิขสิทธิ์เฉพาะเรื่องที่มีกระแสมากขึ้น
  3. เพิ่มการผลิตหนังสือ Co-Novel ซึ่งเป็นหนังสือแนวใหม่ในรูปแบบลายเส้นการ์ตูน โดยความร่วมมือของกองบรรณาธิการสำนักพิมพ์สยามอินเตอร์บุ๊ค กองบรรณาธิการสำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์ และการ์ตูนไทยสตูดิโอ เพื่อนำเสนอกลุ่มลูกค้าที่อายุมากขึ้นและต้องการคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับวัย
  4. เพิ่มคอนเทนต์หนังสือการ์ตูนไทยในรูปแบบของ E-book โดยคัดเลือกเรื่องที่ได้รับคามนิยม และจัดจำหน่ายคู่กับหนังสือเล่ม
- ขายลิขสิทธิ์หนังสือการ์ตูนไทยไปยังต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น หลังจากทีการ์ตูนไทยสตูดิโอได้ขายลิขสิทธิ์ผลงานเพื่อลงขายใน Webtoon ของประเทศเกาหลี และคาดว่าจะได้รับการติดต่อจากประเทศอื่นๆ เพิ่มเติมในอนาคต
5. เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัทและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น ทั้งเว็บไซต์, facebook, LINE, Youtube และเว็บบอร์ดต่างๆ รวมทั้งขายสินค้าผ่านช่องทาง E-Commerce ต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น Lazada, NSTORE, Batorastore เป็นต้น

### ธุรกิจมัลติมีเดีย

1. สร้างสรรค์และนำเสนอรูปแบบและเนื้อหารายการหรือคอนเทนต์ให้ถูกใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างฐานผู้ชมหรือเรียกความนิยมจากกลุ่มเป้าหมาย
2. พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของการออกอากาศให้มีความคมชัด ได้มาตรฐานระดับสูงทั้งภาพและเสียง
3. จัดโรดโชว์ประชาสัมพันธ์สื่อมัลติมีเดียของบริษัท โดยมีสินค้าของลูกค้าร่วมกิจกรรมด้วย
4. รักษาฐานเดิมของลูกค้ากลุ่มเดิมไว้ โดยสร้างกิจกรรมและการตลาดระหว่างสถานีวิทยุ “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” และสถานีโทรทัศน์ “SMMTV” กับแผนรายการเพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับการขยายฐานลูกค้าใหม่
5. ปรับราคาสื่อโฆษณาเพื่อให้เข้ากับกลไกทางการตลาดและการแข่งขันการขายสื่อที่สูงขึ้น
6. จัดแพ็คเกจโฆษณาพ่วงกับการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า (แบรนด์สินค้า)
7. จัดอบรมให้ความรู้พนักงานขายสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย เนื่องจากผู้บริโภคนิยมเสพสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างมาก

## ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา

1. เติบโตขึ้นชื่อเสียงบริษัททั้งในด้านความสามารถในการดำเนินงานและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสหพันธ์กีฬา, สมาคมกีฬา รวมทั้งสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ
2. สร้างสรรค์รูปแบบการแข่งขันกีฬาวอลเลย์บอลรายการใหม่ๆ ที่น่าสนใจเพื่อเป็นโอกาสทางการค้า
3. ใช้สื่อของบริษัทที่มีอยู่ในการประชาสัมพันธ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันและการจัดกิจกรรมของบริษัท
4. เน้นสร้างกิจกรรมคุณภาพเพื่อรักษาลูกค้าเดิมและสร้างสรรค์โครงการใหม่ๆ ที่น่าสนใจเพื่อเสนอลูกค้า
5. ขยายสิทธิการถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมไปสู่กีฬาประเภทอื่นๆ นอกจากกีฬาวอลเลย์บอล

## ธุรกิจย่อย

1. รักษาคุณภาพงานผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งในส่วนของเนื้อหาคอนเทนต์และคุณภาพงานพิมพ์ เพื่อรักษาลูกค้าเดิม รวมทั้งมองหาลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่ม
2. คัดเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องสำอาง อาหารและเครื่องดื่ม ฯลฯ ที่มีคุณภาพจากบริษัทผู้ผลิตต่างๆ และตรงกับกลุ่มผู้บริโภคของบริษัทมาจัดจำหน่าย รวมทั้งผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อออนไลน์ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจสินค้า
3. ขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องสำอาง อาหารและเครื่องดื่ม ฯลฯ สู่ร้านตัวแทนหรือร้านขายยาให้ครอบคลุมทั่วประเทศ และหาโอกาสเพิ่มช่องทางการจำหน่ายไปสู่ต่างประเทศ
4. ศึกษาความสนใจและความนิยมของผู้บริโภคต่อสินค้าเมอร์ชันทิสส์ เพื่อเจรจาซื้อลิขสิทธิ์การผลิตและจำหน่าย

## เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทยังคงดำเนินธุรกิจเดิม แต่ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามภาวะให้ทันต่อโลกาภิวัตน์ โดยเฉพาะธุรกิจหนังสือ ซึ่งหดตัวลงทั้งในจำนวนการผลิตและการขาย แต่ปรับรูปแบบของหนังสือเล่มให้สวยงาม มีคุณค่าต่อการเก็บรักษา ผลิตอย่างประณีตมากขึ้น รวมทั้งการเลือกซื้อลิขสิทธิ์ก็ต้องพิจารณาอย่างรอบด้านยิ่งขึ้นเช่นกัน พร้อมกับการเร่งขยายการขาย E-book ให้กว้างขวาง ทั้งนี้บริษัทเชื่อว่าหนังสือเล่มจะไม่หายไปจากชีวิตประจำวันของคนในสังคม แต่จะหดตัวลงหาก E-book ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นกว่าปัจจุบัน และจะสามารถทดแทนรายได้ที่ขาดหายไปได้

บริษัท ก้าวสู่ระดับอินเตอร์ในฐานะบริษัทตัวแทนการขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา

บริษัทจะเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องสำอาง ยาแผนโบราณ อาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแก่ประชาชนทุกวัย โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งจะกลายเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ในอนาคต โดยให้ปี 2560 เป็นปีเริ่มต้นธุรกิจอย่างจริงจัง

บริษัทจะรักษาและเพิ่มขีดความสามารถของสื่อในธุรกิจมัลติมีเดียที่นอกจากจะเลี้ยงตนเองและมีกำไรได้แล้ว จะยังเป็นกลไกหนุนธุรกิจต่างๆ ของบริษัทให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้นไปด้วย โดยเสริมรายได้ทางสื่อออนไลน์ หรือ Social Network Advertising มากขึ้น



## โครงการในอนาคต

ในรอบปี 2559 ที่ผ่านมา เกิดความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างมาก พร้อมกับภาวะตกต่ำทางเศรษฐกิจ ส่งผลผลกระทบต่อธุรกิจหลายประเภท โดยธุรกิจสื่อเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบ และปรากฏผลกระทบให้เห็นอย่างชัดเจน อาทิ การปิดตัวของนิตยสารหลายฉบับ, การปิดลดสาขาของร้านหนังสือ, การปรับการวางสินค้าในร้านขายหนังสือ, การลดงบประมาณในสื่อต่างๆ ฯลฯ

แม้บริษัทจะตระหนักล่วงหน้าว่าจะเกิดความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และเตรียมการรับมือกับสถานการณ์นี้ แต่พัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสารสู่ดิจิทัลและภาวะเศรษฐกิจตกต่ำที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ส่งผลให้รอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีผลการดำเนินงานขาดทุน

สำหรับในปี 2560 โครงสร้างการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะยังคงแบ่งออกเป็น 2 สายงานหลัก คือ ธุรกิจหนังสือ และธุรกิจ SPORT & MULTIMEDIA แต่บริษัทได้ปรับช่องทางการขายสินค้าและเสริมโอกาสการหารายได้มากยิ่งขึ้น ได้แก่

1. การเน้นการขายหนังสือผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งการ Pre Order (จองซื้อก่อนพิมพ์), Subscription (การเป็นสมาชิกหนังสือชุดโดยจ่ายเงินล่วงหน้า), การขายหนังสือเก่าเรื่องยาวหลายเล่มจบในราคาพิเศษผ่านเว็บไซต์
2. การจัดออกบูธจำหน่ายหนังสือราคาพิเศษทุกไตรมาส เพื่อลดภาวะสต็อกสินค้าคงคลัง
3. การจัดพิมพ์หนังสือในจำนวนพอเหมาะสำหรับสภาพเศรษฐกิจ เพื่อลดต้นทุนและลดความเสี่ยง
4. การเพิ่มความสำคัญของส่วนงานขายสิทธิถ่ายทอดสดกิจกรรมกีฬาในสายงานธุรกิจ SPORT & MULTIMEDIA มากยิ่งขึ้นด้วยการเป็นผู้บริหารสิทธิรายการแข่งขันกีฬาเดิมและสร้างสรรค์รายการแข่งขันกีฬาใหม่ๆ เพิ่มเติม โดยบริษัทเน้นกีฬาโอลิมปิกเป็นหลัก
5. การเพิ่มธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอื่นๆ อาทิ สินค้ากลุ่มสุขภาพ, สินค้านำเข้าเพื่อขายผ่านสื่อวิทยุ “FM96 สปอร์ต เรดิโอ”, สื่อโทรทัศน์ “SMMTV : Sports Channel” และเว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM ของบริษัท เป็นการหารายได้ทดแทนยอดขายโฆษณาที่ลดลงจากการลดการใช้โฆษณาของสินค้า

บริษัทมีความเชื่อมั่นว่า แผนงานดังกล่าวจะส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัทให้ดีขึ้น แม้ว่าในไตรมาส 1 และ 2 ของปี 2560 บริษัทจะยังได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากปี 2559 ก็ตาม



## พัฒนาการที่สำคัญในปี 2559

- ดำเนินงานถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดการแข่งขันวอลเลย์บอล AVC

SMMSPORT ได้รับความไว้วางใจจากสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย หรือ AVC ให้เป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลทุกรายการที่อยู่ภายใต้การรับรองของ AVC ทั้งประเภทชายและหญิง และทั้งในร่มและชายหาดไปทั่วโลก และสิทธิในการบริหารสิทธิประโยชน์ทางการตลาดทั่วทวีปเอเชีย ตั้งแต่ปี 2016 ถึง 2019

ในปี 2559 SMMSPORT ได้ดำเนินการถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอล AVC รวม 13 รายการ ดังนี้



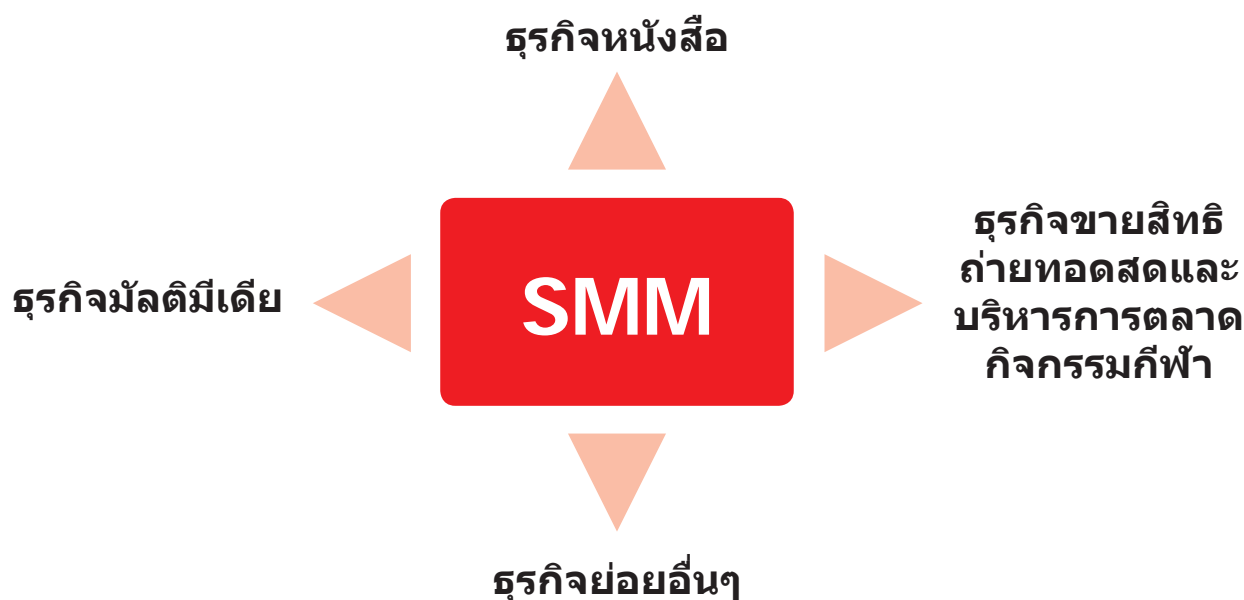
ลำดับ	วันที่แข่งขัน	รายการ	สถานที่จัดการแข่งขัน
1	1-3 มีนาคม	"SMM" Asian-U21 "Est cola Beach Volleyball Championship 2016"	จังหวัดกำแพงเพชร ประเทศไทย
2	25-28 มีนาคม	"SMM" 2016 Asian Sr. Beach Volleyball Championship	ซิตีอี ประเทศออสเตรเลีย
3	9-11 เมษายน	"SMM" AVC Beach Tour, "Est cola" 1" Satun Pak Bara Open"	จังหวัดสตูล ประเทศไทย
4	14-16 เมษายน	"SMM" AVC Beach Tour, "Est cola" 17" Samila Open"	จังหวัดสงขลา ประเทศไทย
5	6-8 พฤษภาคม	"SMM" 1" Asian U17 "Est cola" Beach Volleyball Championships (M&W)	จังหวัดระยอง ประเทศไทย
6	12-14 พฤษภาคม	AVC Continental Cup Beach Volleyball (M&W)	จังหวัดกาฬสินธุ์ ประเทศไทย
7	20-22 พฤษภาคม	"SMM" 1" Asian U19 Beach Volleyball Championships (M&W)	ศาลาพลับพลา ประเทศไทย
8	9-17 กรกฎาคม	"SMM" 18" Asian Men's U20 Volleyball Championship	เกาะสมุย ประเทศไทย
9	23-31 กรกฎาคม	"SMM" 18" Asian Women's U19 "Est cola" Volleyball Championship	จังหวัดนครราชสีมา ประเทศไทย
10	23-31 สิงหาคม	"SMM" 2016 Asian Men's Club Volleyball Championship	เมืองบุรีรัมย์ ประเทศไทย
11	3-11 กันยายน	"SMM" 2016 Asian Women's Club Volleyball Championship	ปทุมธานี ประเทศไทย
12	14-20 กันยายน	"SMM" AVC Cup for Women	วังมัจฉา ประเทศไทย
13	22-28 กันยายน	"SMM" AVC Cup for Men	จังหวัดนครปฐม ประเทศไทย



และในฐานะผู้ดูแลสิทธิการถ่ายทอดสดและบริหารกิจกรรมการตลาดของ AVC บริษัทได้ขายสิทธิการถ่ายทอดสดให้ บริษัท ทริปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด หรือ “ไทยรัฐทีวี” ให้เป็นผู้ดำเนินการถ่ายทอดการแข่งขันวอลเลย์บอล Asian Volleyball Confederation (AVC) 2016 – 2019 ในฐานะ “Official Broadcaster” ในประเทศไทย และบันทึกเทปภาพถ่ายทอดการแข่งขันวอลเลย์บอล Asian Volleyball Confederation (AVC) 2016 – 2019 เพื่อแพร่ภาพแพร่เสียงออกอากาศในประเทศไทยทางช่องรายการโทรทัศน์ ไทยรัฐทีวี จำนวนอย่างน้อย 11 รายการต่อปีของรายการแข่งขันทั้งหมด แต่ทั้งนี้บริษัทยังคงสิทธิการถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลเอเชียทางโทรทัศน์กีฬาดาวเทียม SMMTV รวมทั้งสื่อต่างๆ ของบริษัท นอกจากนี้บริษัทได้ขายสิทธิถ่ายทอดสดในต่างประเทศ (บางประเทศ) ให้แก่เอเจนซี่ระดับโลก อาทิ IMG และ AL KASS เพื่อเป็นตัวแทนขายสิทธิถ่ายทอดสดการแข่งขันไปยังประเทศต่างๆ ซึ่งได้รับความสนใจและการตอบรับมากมาย



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ



ในปี 2559 การประกอบธุรกิจของ บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย

### 1. ธุรกิจหนังสือ

- ผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือประเภทต่างๆ
- ขายโฆษณาหนังสือ

### 2. ธุรกิจมัลติมีเดีย

- สถานีวิทยุกีฬา “FM96 สปอร์ต เรดิโอ”
- สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมกีฬา “SMMTV : Sports Channel”
- สื่อกีฬาออนไลน์ SMMSPORT
- ขายโฆษณาสื่อมัลติมีเดีย

### 3. ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา

- ขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา
- จัดกิจกรรมต่างๆ

### 4. ธุรกิจย่อยอื่นๆ

- รับจ้างผลิตสิ่งพิมพ์
- จัดจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ
- ผลิตและจำหน่ายสินค้าเมอร์ชานไดส์
- อื่นๆ

# โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทจำแนกตามประเภทของธุรกิจ  
สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557, 2558 และ 2559

(หน่วย : บาท)

รายได้ตามประเภทของธุรกิจ	ปี 2559		ปี 2558		ปี 2557	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
<b>ธุรกิจหนังสือ</b>						
- รายได้ขายหนังสือ	164,332,471.06	99.57	360,821,476.82	96.94	437,454,609.14	94.93
- รายได้โฆษณาหนังสือ	716,644.90	0.43	11,407,577.10	3.06	23,366,112.17	5.07
<b>รวมรายได้ธุรกิจหนังสือ</b>	<b>165,049,115.96</b>	<b>42.35</b>	<b>372,229,053.92</b>	<b>72.41</b>	<b>460,820,721.31</b>	<b>72.43</b>
<b>ธุรกิจมัลติมีเดีย</b>						
- รายได้โฆษณาสื่อวิทยุ	28,304,614.69	50.66	39,724,104.10	52.77	64,618,394.30	61.50
- รายได้โฆษณาสื่อโทรทัศน์	17,233,846.22	30.84	23,692,512.12	31.47	26,962,974.80	25.66
- รายได้บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์/Internet	10,334,655.99	18.50	11,863,356.77	15.76	13,488,193.63	12.84
<b>รวมรายได้ธุรกิจมัลติมีเดีย</b>	<b>55,873,116.90</b>	<b>14.34</b>	<b>75,279,972.99</b>	<b>14.64</b>	<b>105,069,562.73</b>	<b>16.52</b>
<b>ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา</b>						
- รายได้ขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดด้านกีฬา	120,258,110.97	89.67	-	-	-	-
- รายได้จัดกิจกรรม	13,861,084.12	10.33	36,638,339.92	100.00	27,375,794.48	100.00
<b>รวมรายได้ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา</b>	<b>134,119,195.09</b>	<b>34.42</b>	<b>36,638,339.92</b>	<b>7.13</b>	<b>27,375,794.48</b>	<b>4.30</b>
<b>ธุรกิจย่อยอื่นๆ</b>						
- รายได้รับจ้างผลิตหนังสือ	14,433,840.00	65.68	13,737,460.00	63.81	10,668,172.00	41.48
- รายได้ให้เช่าสินทรัพย์	3,222,073.94	14.66	4,236,236.00	19.68	9,558,110.43	37.16
- รายได้อื่นๆ	4,318,806.15	19.65	3,555,143.73	16.51	5,494,644.36	21.36
<b>รวมรายได้ธุรกิจย่อยอื่นๆ</b>	<b>21,974,720.09</b>	<b>5.64</b>	<b>21,528,839.73</b>	<b>4.19</b>	<b>25,720,926.79</b>	<b>4.04</b>
<b>รายได้อื่น</b>	<b>12,693,854.70</b>	<b>3.26</b>	<b>8,358,455.85</b>	<b>1.63</b>	<b>17,202,477.09</b>	<b>2.70</b>
<b>รายได้รวม</b>	<b>389,710,002.74</b>	<b>100.00</b>	<b>514,034,662.41</b>	<b>100.00</b>	<b>636,189,482.40</b>	<b>100.00</b>

## ธุรกิจหนังสือ

ภาพรวมธุรกิจหนังสือปี 2559 มีการหดตัวลงจากปี 2558 ค่อนข้างมาก โดยปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ธุรกิจหนังสือมาจากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศที่ชะลอตัว มาตรการลดค่าใช้จ่ายของบริษัทภาคเอกชนต่างๆ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงการที่สังคมก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว จึงทำให้หนังสือบางประเภทได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก เช่น นิตยสารที่มีการปิดตัวหลายฉบับ รวมทั้งหนังสือการ์ตูนที่มีการชะลอการซื้อลง สถานการณ์ดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อช่องทางจำหน่าย มีการปิดตัวของร้านหนังสือขนาดเล็ก, การลดสาขาของร้านหนังสือ chain ขนาดใหญ่ ส่งผลให้เกิดการคืนหนังสือกับบริษัทผู้ผลิตอย่างมาก อีกทั้งการเปลี่ยนสัดส่วนการวางสินค้าที่หน้าร้านหนังสือ มีการขายสินค้าประเภทอื่นๆ เพื่อเติมรายได้จากการขายหนังสือเพียงอย่างเดียว

ด้วยปัจจัยดังกล่าว ในปี 2559 บริษัทจึงได้ปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจหนังสือ โดยการค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อนของสินค้าที่มีอยู่ และพัฒนาสินค้าใหม่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มโอกาสการสร้างรายได้จากการต่อยอดทางธุรกิจจากคอนเทนต์เดิมที่ทางสำนักพิมพ์มีอยู่ โดยการดำเนินงานธุรกิจหนังสือในปี 2559 บริษัทได้มีการปรับแผนงานดังนี้

### 1. แผนการดำเนินงานแต่ละกลุ่มหนังสือ

#### กลุ่มนิตยสาร

จากการสำรวจข้อมูลทางการตลาด พบว่ากลุ่มหนังสือนิตยสารเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงอย่างมาก สำนักพิมพ์เองจึงได้ลดสัดส่วนการจัดจำหน่ายนิตยสารลง คงเหลือแต่นิตยสารที่มีฐานลูกค้าระดับล่าง ซึ่งผู้บริโภคยังไม่นิยมเสพข้อมูลทางดิจิทัล เช่น นิตยสารโหราศาสตร์ นอกจากนี้ยังเน้นการออกแบบนิตยสารเฉพาะกิจมากขึ้น แต่เป็นที่คาดหวังว่าบริษัทจะลดการพึ่งพิงรายได้จากหนังสือนิตยสารลงเรื่อยๆ



#### กลุ่มหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ก

จากการสำรวจข้อมูลทางการตลาด พบว่าหนังสือกลุ่มพ็อกเก็ตบุ๊กที่เป็นรูปแบบนวนิยายหรือหนังสือความรู้ ยังคงเป็นหนังสือกลุ่มเดียวที่ผู้บริโภคลดลงไปไม่มาก เพราะการบริโภคในรูปแบบดิจิทัลไม่เหมาะสมกับการอ่านอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จึงยังคงเลือกการบริโภคหนังสือในรูปแบบกระดาษเป็นหลัก

สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์บุ๊ค ยังเป็นสำนักพิมพ์ชั้นนำอันดับหนึ่งในการผลิตหนังสือนวนิยายจีนกำลังภายใน โดยมีนักแปลที่ผู้อ่านให้การยอมรับมากมายหลายท่าน โดยเฉพาะ น.นพรัตน์ เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นนักแปลนวนิยายจีนอันดับหนึ่งของประเทศมาช้านาน และด้วยชื่อเสียงดังกล่าวอันเป็นจุดแข็งทางธุรกิจ บริษัทจึงต่อยอดธุรกิจด้วยการจัดพิมพ์นวนิยายจีนหลากหลายแนวมากขึ้น เช่น แนวย้อนยุค, แนวรักโรแมนติก, แนวแอ็กชั่น และแนวสืบสวนสอบสวน พร้อมกับสร้างนักแปลหน้าใหม่ๆ ส่งผลให้เกิดยอดขายจากฐานลูกค้าเดิม รวมถึงการขายแนวเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ในตลาด โดยที่ผ่านมาจากการเพิ่มนวนิยายจีนแนวโรแมนติก ในนามสำนักพิมพ์บุปผาแห่งรัก ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้อ่าน ทั้งนี้ในอนาคตทางสำนักพิมพ์ยังได้มีการวางแผนการออกหนังสือในการจับกลุ่มลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสการขายและกระจายความเสี่ยง อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจหนังสือเติบโตอีกด้วย





### กลุ่มหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น

จากข้อมูลทางการตลาด พบว่าหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเข้ามาของสื่อดิจิทัลค่อนข้างมาก อันเนื่องมาจากมีเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศ มีการเผยแพร่การ์ตูนญี่ปุ่นละเมิดลิขสิทธิ์อย่างต่อเนื่อง ทางสำนักพิมพ์ไม่ได้นั่งนอนใจ และได้ทำงานร่วมกับสำนักพิมพ์ญี่ปุ่นมาโดยตลอดในการปราบปรามเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์ และได้ขยายไปสู่การผลิตและจัดจำหน่ายการ์ตูนญี่ปุ่นในรูปแบบดิจิทัล โดยทางสำนักพิมพ์ญี่ปุ่นได้ให้ความร่วมมือในการมอบลิขสิทธิ์จัดจำหน่ายในรูปแบบดิจิทัลให้กับบริษัทอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ทางสำนักพิมพ์ญี่ปุ่นยังมีความเข้าใจตลาดดิจิทัลไทยเป็นอย่างดีและได้ช่วยในการสนับสนุนการปราบปรามเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์ และช่วยสนับสนุนการผลิตคอนเทนต์ที่มีอยู่แล้วมาปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลให้กับทางสำนักพิมพ์ให้เร็วที่สุด ซึ่งเรื่องต่างๆ อาทิ วันพีซ, โชมะ ยอดนักปราง และโตเกียวกลุ การ์ตูนญี่ปุ่นเรื่องดังจะถูกนำมาจัดจำหน่ายในรูปแบบดิจิทัล ภายในไตรมาสแรกของปี 2560 เพิ่มโอกาสสร้างรายได้ในอนาคต



ส่วนในรูปแบบหนังสือเล่มนั้น จากข้อมูลทางการตลาดพบว่าธุรกิจร้านหนังสือการ์ตูน มีการปรับเปลี่ยนค่อนข้างสูงและมีสัดส่วนลดลง ทางสำนักพิมพ์จึงได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การผลิตและการเลือกซื้อลิขสิทธิ์ โดยทางฝ่ายการตลาดและสำนักพิมพ์ ได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับตลาดโดยการปรับยอดพิมพ์และจำนวนเรื่องให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากขึ้น ทั้งนี้กลยุทธ์นี้จะเป็นการควบคุมต้นทุนการผลิตได้เป็นอย่างมาก

ในการเลือกซื้อลิขสิทธิ์ สำนักพิมพ์ยังได้ทำงานร่วมกับฝ่ายการตลาดมากขึ้น ในการปรับเปลี่ยนแนวทางในการเลือกซื้อลิขสิทธิ์ นอกจากเน้นการเพิ่มเรื่องที่มีกระแสดังจริงๆ อาทิ โฮริมิยะ สาวมันกับนายมีดมน / ตัวแสบแอบเกรียน อูมารุจัง / โอตาคุ บั่นสะท้านโลก / คิกปิ่นกลคนฝ่าเหล่า / บากิ จอมระห่ำ แล้วทางสำนักพิมพ์ยังได้เน้นกลุ่มการ์ตูนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้ใหญ่มากขึ้นเพื่อรองรับกับกลุ่มตลาดนักอ่านที่มีการเติบโตไปกับตลาดโดยได้ลิขสิทธิ์เรื่องดังจากญี่ปุ่น อาทิ ชิมะโคซาคุ ภายใต้สำนักพิมพ์ Co-Novel ที่เน้นกลุ่มนักอ่านผู้ใหญ่ที่เป็นเนื้อหาการ์ตูนธุรกิจ โดยสำนักพิมพ์จะเพิ่มการเลือกซื้อลิขสิทธิ์กลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้นหลังจากที่ได้รับการตอบรับในตลาดค่อนข้างสูง อันเนื่องมาจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุที่เติบโตมากับการ์ตูนยังคงเลือกอ่านการ์ตูนในรูปแบบหนังสือเล่มเป็นหลัก

กลุ่มหนังสือการ์ตูนไทย

จากข้อมูลทางการตลาดและเทรนด์ตลาดพบว่า การ์ตูนจากสำนักพิมพ์ Cartoonthai Studio ของบริษัทได้รับการตอบรับจากตลาดค่อนข้างดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด สืบเนื่องมาจากการยอมรับผลงานของนักวาดการ์ตูนไทย อีกทั้งการละเมิดลิขสิทธิ์บนเว็บไซต์มีน้อยมาก รวมถึงการผลิตคอนเทนต์ที่ได้รับการตอบรับที่ดีมาอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้สำนักพิมพ์ Cartoonthai Studio มีทิศทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามการปรับตัวให้ทันต่อตลาดและธุรกิจดิจิทัลยังคงมีความสำคัญในการเตรียมตัวรับผลกระทบที่กำลังจะตามมา ทางสำนักพิมพ์จึงได้มีการทำงานร่วมกับทีมการตลาดในการปรับกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. การปรับรูปแบบคอนเทนท์ให้เหมาะสำหรับนักอ่านที่มีอายุมากขึ้น เพื่อรองรับกับการเติบโตของผู้บริโภคที่เริ่มมีอายุมากขึ้นและมีกำลังซื้อสูงขึ้น
2. การเพิ่มคอนเทนท์ดิจิทัลในรูปแบบ E-book ของหนังสือการ์ตูนไทยเรื่องที่ได้รับความนิยมในตลาดและการจัดจำหน่ายควบคู่ของหนังสือเล่มและรูปแบบดิจิทัล
3. การนำคาแร็กเตอร์ตัวการ์ตูนมาต่อยอดผลิตสินค้าประเภทเมอร์ชานด์ไอส์ เพื่อเพิ่มโอกาสสร้างรายได้ในอนาคต
4. การขายลิขสิทธิ์การ์ตูนไทยไปยังต่างประเทศ ซึ่งทางสำนักพิมพ์ได้มีการขายผลงานลิขสิทธิ์การ์ตูนไทยในเวอร์ชันภาษาเกาหลี เพื่อลงขายใน Webtoon ของทางประเทศเกาหลี และคาดว่าจะได้รับการติดต่อจากประเทศอื่นๆ ตามมาอีกมากในอนาคต



## 2. แผนงานการผลิต E-book

ปัจจุบันความนิยมในการใช้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของคนในสังคมไทยเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมาก บริษัทจึงได้ขยายไปสู่การผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือรูปแบบดิจิทัล หรือ E-book ออกสู่ตลาดโดยเป็นการพัฒนาธุรกิจต่อยอดจากหนังสือการ์ตูนหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ก ที่บริษัทจัดพิมพ์ โดยในปี 2559 บริษัทผลิต E-book ออกสู่ตลาดจำนวนมากขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล โดยเน้นการสนับสนุนญี่ปุ่น และหนังสือนวนิยายจีนกำลังภายในเรื่องดัง โดยมีพันธมิตรทางการค้าที่แข็งแกร่ง ได้แก่ AIS และ OokBee จากนั้นได้มีการเพิ่มพันธมิตรทางการค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น อมรินทร์, ASIA BOOKS, B2S, Book Smile, 4DBook, Hytexts.com, MEB และมีการขยายช่องทางการวางจำหน่ายให้หลากหลายยิ่งขึ้นไม่ว่าจะเป็นทาง Apple Store, Android, Website และ Windows





### 3. การจำหน่ายหนังสือผ่านช่องทางใหม่

เนื่องจากในปัจจุบันยอดขายผ่านทางร้านหนังสือลดลงและเทรนด์ของการซื้อขายทางสื่อออนไลน์ไม่ใช่เรื่องที่เข้าถึงยากเหมือนในอดีต ทางบริษัทจึงได้มีการประเมินและพัฒนาช่องทางการขายใหม่ๆ ในรูปแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

- เปิดช่องทางให้ผู้บริโภคสั่งซื้อสินค้าโดยตรงกับทางสำนักพิมพ์มากยิ่งขึ้น เช่น สั่งซื้อผ่านเว็บไซต์สำนักพิมพ์, สั่งผ่านเฟซบุ๊ก, สั่งผ่าน LINE
- รับสั่งจองสินค้าโดยตรงกับทางสำนักพิมพ์ โดยไม่ผ่านตัวแทนจำหน่าย เช่น สินค้า Pre - Order
- ขายผ่านช่องทาง E-Commerce ต่างๆ เช่น [www.lazada.co.th](http://www.lazada.co.th), [NSTORE.net](http://NSTORE.net), [ecombothailand.com](http://ecombothailand.com), [www.batorastore.com](http://www.batorastore.com) ฯลฯ
- การเปิดการจำหน่ายหนังสือเล่มแบบ Clearance Sale สำหรับหนังสือเก่าทุกประเภทที่ไม่มีความเคลื่อนไหวในตลาด เพื่อลดภาระการเก็บสต็อกสินค้าคงเหลือในคลังสินค้า ด้วยรูปแบบการขายมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งทีมการตลาดมีแผนงานจัดไตรมาสละ 1 ครั้ง



การที่สำนักพิมพ์มีรูปแบบการขายใหม่ๆ เกิดขึ้นนี้ อันเนื่องมาจากพฤติกรรมการซื้อหนังสือและการเข้าร้านหนังสือของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคสามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มหลักดังนี้

#### กลุ่มลูกค้าเข้าร้านหนังสือเป็นประจำ

- ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เข้าร้านหนังสือเป็นประจำอยู่แล้ว และไม่มีการวางแผนล่วงหน้าว่าจะซื้อหนังสืออะไร ความต้องการซื้อหลายๆ ครั้งเกิดขึ้นแบบเฉพาะหน้าเป็นหลัก
- การเลือกซื้อสินค้าส่วนใหญ่จะไปเลือกที่ร้านหนังสือเป็นหลักโดยจะเริ่มจากโซนแนะนำสินค้าก่อน แล้วจึงจะไปโซนที่ซื้ออยู่เป็นประจำเพื่อดูหนังสือเล่มใหม่ๆ ว่ามีออกหรือไม่
- การเลือกไปซื้อหนังสือที่ร้านค้าที่สะดวกเดินทาง เช่น ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน
- การติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ส่วนใหญ่กลุ่มนี้จะติดตามข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์และเฟซบุ๊กของสำนักพิมพ์ หรือเฟซบุ๊กของนักเขียนที่ติดตามผลงาน
- ลูกค้ากลุ่มนี้จะทราบข้อมูลเกี่ยวกับงานหนังสือ ซึ่งหากหนังสือที่ติดตามออกวางจำหน่ายใกล้กับงานหนังสือ อาจจะรอไปซื้อในงานหนังสืองานใหญ่ประจำปี
- ลูกค้ากลุ่มนี้ค่อนข้างเลือกซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก หนังสือที่ติดอันดับขายดี หรือหนังสือแนะนำไม่ค่อยมีผลในการตัดสินใจเท่าไรนัก ลูกค้ากลุ่มนี้จะเชื่อจากการได้ทดลองอ่านเองเป็นหลัก
- ซื้อหนังสือเพื่อสะสม เช่น เล่มเก่ายังอ่านไม่จบก็จะซื้อเล่มใหม่อีก

#### กลุ่มลูกค้าที่อ่านหนังสือแต่ไม่เข้าร้านหนังสือ

- ลูกค้ากลุ่มนี้ค่อนข้างมีความชำนาญเกี่ยวกับการซื้อสินค้าออนไลน์มาก
- ลูกค้ากลุ่มนี้จะมีการวางแผนล่วงหน้าในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง
- ลูกค้ากลุ่มนี้จะเข้าร้านหนังสือน้อยครั้ง โดยจะหาข้อมูลผ่านทางออนไลน์เป็นหลัก
- การติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ส่วนใหญ่จะติดตามข้อมูลจากเฟซบุ๊กของสำนักพิมพ์ หรืออาจจะดูจากรีวิวของบุคคลที่น่าเชื่อถือหรือติดตาม
- การเลือกซื้อหนังสือค่อนข้างมีแนวที่หลากหลาย

ทั้งนี้ฝ่ายการตลาดได้นำข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่วิเคราะห์นี้มาวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่บริษัทต่อไป



## ธุรกิจมัลติมีเดีย

บริษัทได้เริ่มขยายธุรกิจจากสื่อสิ่งพิมพ์ไปสู่สื่อมัลติมีเดียเมื่อปี พ.ศ. 2545 โดยเริ่มผลิตรายการวิทยุกีฬาและสารบันเทิง 24 ชั่วโมงในชื่อ “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” จนปัจจุบัน “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ได้รับการยอมรับจากผู้ฟังอย่างกว้างขวางในแวดวงคนรักกีฬาจนเป็นสถานีวิทยุกีฬาชั้นนำของประเทศ และเมื่อปี พ.ศ. 2553 บริษัทได้ขยายไปสู่การผลิตสื่อโทรทัศน์ดาวเทียมในชื่อ “SMMTV” สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมกีฬา “รู้ลึก รู้จริง รู้ทุกสิ่งกีฬาโลก” นำเสนอรายการกีฬาหลากหลายรูปแบบตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจุบัน “SMMTV” ถือเป็นสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมกีฬาชั้นนำของประเทศ มีผู้ติดตามชมรายการเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนั้นในปี พ.ศ. 2553 บริษัทยังได้เริ่มขยายธุรกิจด้าน New Media โดยนำเสนอข้อมูลข่าวสารในแวดวงกีฬาและสารบันเทิงในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์เผยแพร่ทางเว็บไซต์ [thaileagueonline.com](http://thaileagueonline.com) ซึ่งมีผู้รักกีฬาฟุตบอลติดตามจำนวนมาก ต่อมาในปี พ.ศ. 2554 บริษัทได้เปิดเว็บไซต์ [smmonline.net](http://smmonline.net) เพื่อให้เป็นศูนย์รวมบริการเว็บไซต์ต่างๆ ของบริษัท และในปี พ.ศ. 2557 ได้มีการปรับรูปแบบและเปลี่ยนชื่อเว็บไซต์หรือ URL มาเป็น [SMMSPORT.COM](http://SMMSPORT.COM) เว็บไซต์ที่เน้นการนำเสนอคอนเทนต์กีฬาโดยเฉพาะ ทั้งกีฬาไทยและต่างประเทศเพื่อตอบสนองแฟนกีฬาที่เข้าชมเว็บไซต์เดียวจะได้รับข่าวสารและสาระเกี่ยวกับกีฬาทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว ครบถ้วน และเชื่อถือได้

### • สถานีวิทยุกีฬา “FM96 สปอร์ต เรดิโอ”

สถานีวิทยุกีฬา “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” คลื่นวิทยุกีฬาและสารบันเทิง 24 ชั่วโมง อัดเทปข่าวสารด้านกีฬาไทยและต่างประเทศ ตารางการแข่งขัน รายงานผลการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ ทั่วโลก นอกจากนี้ยังนำเสนอเนื้อหาสาระอื่น ๆ นอกจากกีฬา เช่น ข่าวสารบ้านเมือง ความรู้เรื่องรถยนต์ รายการวาไรตี้ ฯลฯ “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงกรมการรักษาดินแดน FM 96 MHz นอกจากนี้ยังได้เพิ่มช่องทางการรับฟังทางเว็บไซต์ [WWW.SMMSPORT.COM](http://WWW.SMMSPORT.COM) ซึ่งผู้ฟังสามารถติดตามรับฟังรายการสดด้วยระบบเสียงที่เหมือนการออกอากาศสดทางวิทยุตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้งยังสามารถดาวน์โหลด Sport Radio App เพื่อติดตามรับฟังรายการวิทยุสดจาก “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ทางโทรศัพท์มือถือระบบ iOS และแอนดรอยด์ นอกจากนี้แฟนรายการยังได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและติดตามกิจกรรมของ “สปอร์ต เรดิโอ” ได้ทางเฟซบุ๊ก “Sport Radio Thai”

**96SPORT RADIO**  
คลื่นกีฬา และสารบันเทิง



คลื่นกีฬาและสารบันเทิง

# SMM SPORT RADIO

ติดตามสปอร์ต เรดิโอ ตลอด 24 ชั่วโมง

ผ่านทาง Application  และ  



ในปี 2559 มีการแข่งขันกีฬารายการใหญ่ให้ติดตามคือ การแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ที่ประเทศฝรั่งเศส ระหว่างวันที่ 10 มิถุนายน-10 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 ซึ่ง “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ได้เกาะติดตามความเคลื่อนไหว และรายงานสดการแข่งขันให้แฟนกีฬาชาวไทยได้รับฟัง พร้อมส่งนักข่าวไปเกาะติดสถานการณ์ที่ประเทศฝรั่งเศส รายงานข่าวความเคลื่อนไหว บรรยากาศของการแข่งขันให้ผู้ฟังรายการได้ติดตามเสมือนอยู่ติดขอบสนาม

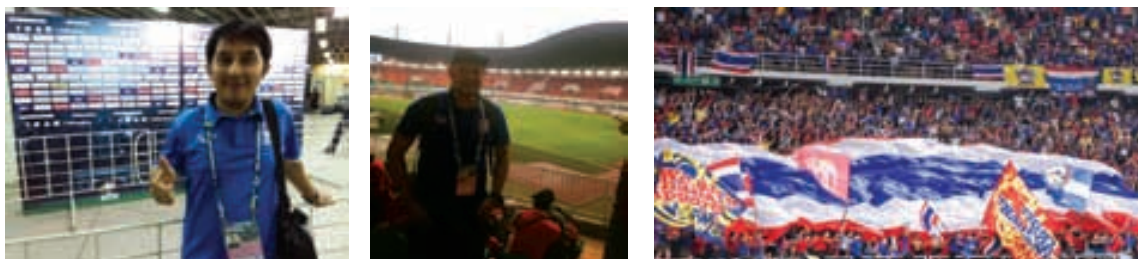


ต่อด้วยมหกรรมกีฬาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของมวลมนุษยชาติ “โอลิมปิก เกมส์ 2016” ณ กรุงริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล ระหว่างวันที่ 5-21 สิงหาคม พ.ศ. 2559 “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ได้จัดทีมข่าวติดตามความเคลื่อนไหวการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก 2016 โดยเฉพาะ และส่งนักข่าวไปติดตามความเคลื่อนไหวแต่ละสมาคมกีฬาของไทยที่ส่งนักกีฬาเข้าร่วมการแข่งขัน ตั้งแต่ก่อนเริ่มการแข่งขัน ระหว่างการแข่งขัน และหลังจบการแข่งขัน โดยรายงานถึงความพร้อม โปรแกรมการแข่งขัน ผลการแข่งขัน อัปเดตเหรียญรางวัล และติดตามเบื้องหลังการแข่งขันของทัพนักกีฬาไทย ให้แฟนกีฬาชาวไทยได้ติดตามรับฟังอย่างใกล้ชิด

นอกจากนี้ “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ยังคงติดตามการแข่งขันฟุตบอลโลกยุโรปอย่างต่อเนื่อง ทั้งพรีเมียร์ลีกอังกฤษ, บุนเดสลีกา เยอรมัน, กัลโช เซเรียอา อิตาลี, ลาลีกา สเปน, ยูฟ่าแชมเปียนส์ลีก, ยูโรปาลีก ด้วยการรายงานสดการแข่งขันจากนักพากย์มืออาชีพ อาทิ คม - อธิคม ภูเก้าล้วน ผู้มีลีลาการพากย์อันเร้าใจ, ไต้เตี๋ย - ชูธรรม ทรรคนสฤษดิ์, ยอดขวัญ - ธนวุฒิ เทพหัสดิน ณ อยุธยา เป็นต้น และมีการนำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหววงการฟุตบอลและกีฬาต่างประเทศอื่นๆ ที่น่าสนใจ

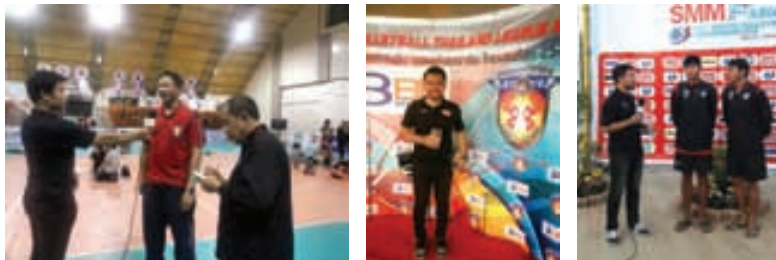


ด้านกีฬาในประเทศไทย “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ยังคงติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหว และรายงานสดการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกฤดูกาล 2016 โดย “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ถือเป็นสถานีวิทยุแห่งแรกที่มีการรายงานสดการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกมาตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา โดยในปี 2559 นอกจากการรายงานสดการแข่งขันทางสถานีวิทยุแล้ว “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ยังส่งนักข่าวไปติดตามถึงขอบสนามที่มีการแข่งขัน รายงานบรรยากาศก่อนเกม และสรุปเกมการแข่งขัน อัปเดตรายชื่อ 11 ผู้เล่นตัวจริง รายงานสดผลการแข่งขัน รายละเอียดผู้ทำประตู ใบเหลือง ใบแดง บนเว็บไซต์ [www.smmsport.com](http://www.smmsport.com) เพื่อให้แฟนบอลไทยได้รับทราบข้อมูลที่ละเอียดแบบเจาะลึกมากยิ่งขึ้น รวมทั้งอัปเดตการแข่งขันฟุตบอลดิวิชั่น 1 และลีกภูมิภาคอีกด้วย



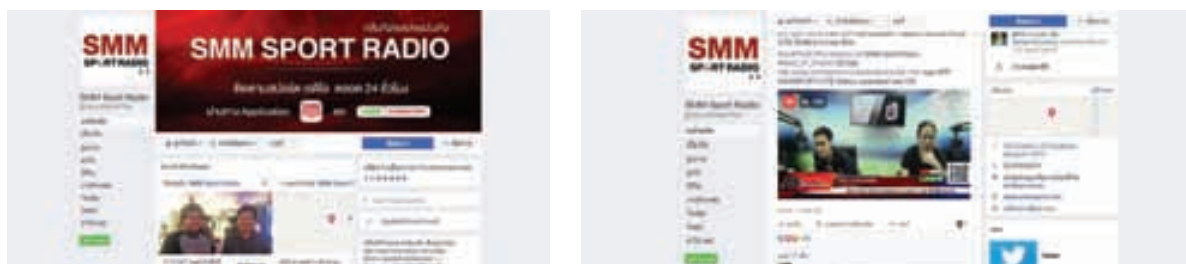
สำหรับฟุตบอลทีมชาติไทยนั้น “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ได้มีการติดตามรายงานข่าว และรายงานสดการแข่งขัน โดยเฉพาะทีมชาติไทยชุดใหญ่ในการแข่งขันฟุตบอลโลก 2018 รอบคัดเลือกโซนเอเชีย รอบ 3 ด้วยการส่งนักข่าวไปเกาะติดการฝึกซ้อมและวันแข่งขันที่จัดแข่งในประเทศไทย

นอกจากนี้ยังมีกีฬาที่เรียกกระแสแฟน ๆ ในประเทศไทยได้ไม่แพ้ฟุตบอล ก็คือ วอลเลย์บอล เมื่อ SMMSPORT ได้รับลิขสิทธิ์จากสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งประเทศไทยในการถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลในทวีปเอเชียไปทั่วโลก และสิทธิบริหารการตลาดในรายการแข่งขันของ AVC ทุกระดับ ทั้งในร่มและชายหาด เป็นเวลา 4 ปี ระหว่างปี 2016-2019 โดยเริ่มปี 2559 เป็นปีแรก “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” มีทีมข่าวสายวอลเลย์บอลเพื่อรายงานข่าวโดยเฉพาะ และเพิ่มช่องทางการติดตามข่าวสารกับรายการ “VOLLEYBALL WEEKLY” ซึ่งออกอากาศทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 11.00-12.00 น. ให้ผู้ฟังได้ติดตามข่าวสารวอลเลย์บอลในรอบสัปดาห์



#### พัฒนาการที่สำคัญของ “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ในปี 2559

- เพิ่มช่องทางการรับฟังนอกจากคลื่น FM 96.0 MHz. ทางเว็บไซต์ [www.smmsport.com](http://www.smmsport.com), แอปพลิเคชัน SMM SPORT LIVE โดยสามารถรับชมและรับฟังได้ทาง ไลฟ์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ SMM SPORT RADIO
- เพิ่มแบนด์วิดท์ (Bandwidth) ในการฟังออนไลน์ เพื่อรองรับจำนวนผู้ฟังทางออนไลน์ที่มีเพิ่มมากขึ้น
- เพิ่มช่องทางการพูดคุยกับแฟนรายการนอกจากการส่ง SMS โดยสามารถรับข้อมูลข่าวสาร และพูดคุยผ่านทางเฟซบุ๊ก แฟนเพจ SMM SPORT RADIO ซึ่งปัจจุบันมีผู้ติดตามกว่า 3 แสนไลค์
- ปรับปรุงคุณภาพเสียงในการออกอากาศให้มีความคมชัดมากยิ่งขึ้น



สปอร์ต เรดิโอ มีแฟนรายการผู้ชื่นชอบกีฬาติดตามรับฟังเป็นจำนวนมาก จึงได้จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างทีมงานสปอร์ต เรดิโอ และผู้ฟังรายการ อาทิ กิจกรรมพาแฟนผู้ฟังรายการไปท่องเที่ยวต่างจังหวัด ร่วมเล่นเกมชิงรางวัล ฯลฯ



### • สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม SMMTV

ในปี พ.ศ. 2553 บริษัทได้เริ่มดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมในชื่อ “SMMTV” สถานีข่าวกีฬา รู้ลึก รู้จริง รู้ทุกสิ่ง กีฬาโลก ออกอากาศ 24 ชั่วโมง ด้วยศักยภาพในการเป็นผู้นำด้านสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุกีฬา พร้อมด้วยทีมงานที่มีคุณภาพทั้งความสามารถและประสบการณ์ “SMMTV” ออกอากาศแบบ Free To Air ทั่วประเทศผ่านการรับสัญญาณดาวเทียมไทยคม 5 ทางจานดาวเทียมระบบ C-Band (จานดำ) ความถี่ 3545 MHz V30000 ผู้ชมสามารถติดตามชมรายการของ SMMTV ได้หลายช่องทางทั้งจานดาวเทียมระบบ C-Band (จานดำ) และกล่องรับสัญญาณดาวเทียม อาทิ PSI ช่อง 225, GMM Z ช่อง 44, SUNBOX ช่อง 100, INFOSAT ช่อง 166, LEOTECH ช่อง 166, THAISAT ช่อง 166, IDEA SAT ช่อง 272, DYNASAT ช่อง 274, QSAT ช่อง 271 ทางเคเบิลทีวีทั่วประเทศ รวมทั้งช่องทางออนไลน์ True life, เว็บไซต์ [www.smmsport.com](http://www.smmsport.com), เฟซบุ๊ก smmtv และแอปพลิเคชันบน สมาร์ทโฟน

SMMTV : Sports Channel เป็นสถานีโทรทัศน์ข่าวกีฬาที่น่าเสนอข้อมูล ข่าวสารกีฬา สาระ ความบันเทิงในรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจและมีรูปแบบเฉพาะที่หาดูไม่ได้จากช่องฟรีทีวีพื้นฐานทั่วไป โดยผู้ชมทางบ้านสามารถร่วมสนุกในการถาม-ตอบ แสดงความคิดเห็น หรือร่วมเล่นเกมต่างๆ กับทางรายการได้แบบสดๆ (Live) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้รับชมทั่วไปในแง่ของการได้มีทางเลือกใหม่บนช่องทีวี เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมเฉพาะกลุ่มที่ต้องการรับชมรายการเฉพาะกลุ่ม เช่น รายการกีฬาทุกประเภททั้งไทยและต่างประเทศทั่วโลกที่หาชมได้ยากจากฟรีทีวีทั่วไป



An advertisement for SMMTV's "ON AIR AREA". It features a red map of Thailand on the left. The main text is in Thai, stating "ออกอากาศครอบคลุมทั่วประเทศ ผ่านทางสถานีดาวเทียม Satellite TV ระบบ C-Band (จานดำ) ความถี่ 3545 MHz Symbol Rate V30000". Below this, there are logos for various satellite providers: PSI (225), Z (44), S (100), Idea SAT (272), and TH (274) in the top row; and TH (100), LEOTECH (166), INFOSAT (166), and QSAT (271) in the bottom row. At the bottom, there are images of various electronic devices (smartphones, tablets, a laptop) displaying the SMMTV content, along with a small "SMM SPORT LIVE" logo. A list of bullet points in Thai describes the services: receiving sports programs via satellite or mobile, watching on the website www.smmtv.com, and watching live sports on the SMMSPORT LIVE app.



## พัฒนาการที่สำคัญของสถานีโทรทัศน์ SMMTV ในปี 2559

การดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม SMMTV ในปี 2559 ได้มีการวางแผนและปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานรวมถึงการพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม ประกอบด้วย

- การพัฒนาการผลิตรายการโทรทัศน์
- การพัฒนาระบบออกอากาศและสตูดิโอ
- การพัฒนาคุณภาพของการให้บริการ
- การพัฒนาระบบการทำงานของบุคลากร

### การพัฒนาการผลิตรายการโทรทัศน์

ภาพรวมของการผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม SMMTV ตลอดปี 2559 มีการปรับปรุงพัฒนามาโดยตลอด โดยเฉพาะรายการข่าวที่ออกอากาศสด เพื่อความฉับไวของข่าวสารในแวดวงกีฬา รวมถึงการถ่ายทอดสดกีฬาที่มีตลอดทั้งปี โดยเฉพาะกีฬาวอลเลย์บอลที่ได้รับการตอบรับจากแฟนกีฬาทั่วประเทศ และทำให้ออลเลย์บอลเป็นกีฬาได้รับความนิยมสูงสุดเป็นอันดับสองรองจากกีฬาฟุตบอล



การทำงานของ SMMTV ในส่วนของการผลิตรายการ ประกอบด้วย รายการสด รายการเทป และรายการถ่ายทอดสด

- **รายการสด** รายการออกอากาศสด นำเสนอข่าวสารแวดวงกีฬาทั้งไทยและต่างประเทศทั่วโลก
- **“สนามข่าวเที่ยงวัน”** นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวงการกีฬา รายงานผลการแข่งขันกีฬาไทยและต่างประเทศ ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 12.00-12.30 น.
- **“สนามข่าว 96”** นำเสนอข้อมูลข่าวสารทุกความเคลื่อนไหวของแวดวงกีฬาทุกชนิดทั้งไทยและต่างประเทศ และเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านได้เล่นเกมร่วมสนุกกับทางรายการโดยมีการแจกของรางวัล ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 19.30-21.00 น.
- **“สปอร์ตเบรก”** เสนอข่าวในแวดวงกีฬาต้นชั่วโมง ออกอากาศ ทุกวันต้นชั่วโมงเวลา 10.00 น. / 14.00 น. / 18.00 น. และ 22.00 น.
- **“คุยข่าวกีฬาไทย”** นำเสนอข่าวสารวงการกีฬาไทย โปรแกรมและผลการแข่งขัน พุดคุยแสดงความคิดเห็นในประเด็นข่าวสารที่น่าสนใจ วิเคราะห์เจาะลึกและวิพากษ์วิจารณ์วงการกีฬาเมืองไทยอย่างถึงพริกถึงขิง ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 16.00-17.00 น.

<b>“ตะลุยแข้งลูกหนัง”</b>	นำเสนอข้อมูลข่าวสารฟุตบอลไทยลีก 3 ต่างๆ ที่เกิดในรอบวัน การซื้อขายนักเตะ การย้ายทีมของนักเตะ ไฮไลต์ในแต่ละเกม พูดคุยถึงความพร้อมของแต่ละทีมกับทีมงานสต๊าฟโค้ช ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 14.30-16.00 น.
<b>“ขอบสนามลีกไทย”</b>	นำเสนอข่าวสารแวดวงฟุตบอลไทย ทั้งทีมชาติไทย, โตโยต้าไทยลีก, เอ็ม-150 แชมเปียนชิพ, ไทยลีก 3 ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.30-19.00 น.
<b>“ตะลุยแดนลูกหนังไทย”</b>	นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลไทย ทั้งทีมชาติไทย, ไทยลีก, เอ็ม-150 แชมเปียนชิพ และรวมทุกประเด็นร้อนในวงการฟุตบอลไทยตลอดวัน ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 22.00-23.00 น.
<b>“วอลเลย์บอลคอนเนอร์”</b>	นำเสนอข้อมูลข่าวสาร ผลการแข่งขัน ความเคลื่อนไหวของวงการกีฬา วอลเลย์บอลแบบเจาะลึกทั้งไทยและต่างประเทศ ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00-18.00 น.
<b>“คู่มือมวยไทย”</b>	สรุปผลและไฮไลต์คู่มือมวยแบบสดๆ ร้อนๆ จากเวทีมวยลุมพินี และราชดำเนิน ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 23.00-24.00 น.
<b>“มวยไทยรายวัน”</b>	นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวงการมวย เปิดโอกาสให้นักมวย ค่ายมวย หัวหน้าค่ายมวย รวมทั้งบุคคลในวงการมวยได้มีพื้นที่ในการสื่อสาร รายงานการชั่งน้ำหนักนักมวยทั้งเวทีมวยมาตรฐาน ลุมพินี ราชดำเนิน และมวยทีวีช่องหลักๆ ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 13.30-14.30 น. / เสาร์-อาทิตย์ เวลา 11.00-12.00 น.
<b>“เว็ลด์สปอร์ต”</b>	นำเสนอข้อมูลข่าวสารวงการกีฬารอบโลก ผลการแข่งขันกีฬาฟุตบอล บาสเกตบอล เทนนิส มวย อเมริกันฟุตบอล รถสูตรหนึ่ง (เอฟ 1) จักรยาน และอื่นๆ ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 19.00-19.30 น. / อาทิตย์ เวลา 14.00-15.00 น.
<b>“ยูโรลีก”</b>	นำเสนอเบื้องหลังเกมและผลการแข่งขันของฟุตบอลลีกใหญ่ต่างประเทศทั่วทุกลีกการแข่งขัน พร้อมเสนอความเคลื่อนไหวของฟุตบอลต่างประเทศ ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 00.00-01.00 น.
<b>“ฟุตบอลโฟกัส”</b>	นำเสนอพรีเมียร์ลีก ทรานสเน วิเคราะห์ วิวิจารณ์คู่แข่งในฟุตบอลต่างประเทศลีกต่างๆ แบบเจาะลึก ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 21.00-22.00 น. / เสาร์-อาทิตย์ เวลา 20.30-24.00 น.



#### • รายการบันทึกเทป

เป็นรายการที่มีการบันทึกเทปไว้ล่วงหน้า ความโดดเด่นคือ การนำรายการไฮไลท์กีฬาสำคัญมานำเสนอ อาทิ

#### “ฮอตเกมส์”

นำเสนอเทปการแข่งขันกีฬาสำคัญโดยเฉพาะฟุตบอลไทยในทัวร์นาเมนต์และรายการสำคัญ นำเทปเกมการแข่งขันกีฬาสำคัญของทีมชาติไทยมาให้ประชาชนได้รับชมโดยเฉพาะการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกที่จัดการแข่งขันโดย AVC ทุกรายการทั่วเอเชีย ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.00-07.00 น. และ 12.30-13.30 น.

#### “ดร.นุ้ย คูยกมส์”

วิเคราะห์วิจารณ์อย่างอารมณ์ดีและมีความขบขันแต่แฝงด้วยสาระและข้อมูลที่เป็นจริง ที่พิธีกรจะมาพูดถึงเบื้องหลังเกมสำคัญของฟุตบอลโดยเฉพาะลีกใหญ่ของต่างประเทศ ทั้งอังกฤษ สเปน และอิตาลี รวมถึงเยอรมันและฝรั่งเศส ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 21.00-21.15 น.

#### “สองผียังหงส์”

นำเสนอข่าวสารทีมสโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด และลิเวอร์พูล ในสไตล์พูดคุยนุกสนาน ออกอากาศ ทุกวันจันทร์ เวลา 01.00-02.00 น.



## • รายการถ่ายทอดสด

งานถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬากีฬาถือเป็นงานสำคัญของสถานีโทรทัศน์ SMMTV ที่นำกีฬาที่ได้รับความนิยมโดยเฉพาะกีฬา วอลเลย์บอลนำเสนอสู่สายตาแฟนกีฬาชาวไทย ตลอดปี 2559 ที่ผ่านมา มีการถ่ายทอดสดกีฬาวอลเลย์บอลทั้งในและต่างประเทศ หลายรายการ การถ่ายทอดสดกีฬาในประเทศ อาทิ

- รายการวอลเลย์บอลชายหาด ยูโรเค้ก วอลเลย์บอลอายุต่ำกว่า 12 ปี
- วิชยุทธการบินมินิ วอลเลย์บอล วอลเลย์บอลอายุต่ำกว่า 14 ปี
- วอลเลย์บอล แอร์เอเชีย วอลเลย์บอลอายุต่ำกว่า 16 ปี
- วอลเลย์บอล เอสโคล่า
- วอลเลย์บอล การไฟฟ้า ซึ่งถ้วยพระราชทาน ประเภท ก. และ ข. วอลเลย์บอลอายุต่ำกว่า 18 ปี
- วอลเลย์บอล ไทย-เดนมาร์ค ซูเปอร์ลีก 2016



นอกจากนี้ในปี 2559 ยังมีการแข่งขันกีฬาวอลเลย์บอลรายการสำคัญระดับเอเชีย ภายใต้การดำเนินงานของ AVC ซึ่งทาง สถานีโทรทัศน์ SMMTV ได้ดำเนินการถ่ายทอดสดทุกรายการ ประกอบด้วย

- วันที่ 25-28 มีนาคม 2559 “SMM” วอลเลย์บอลชายหาดชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ปี 2016 จากเมืองชิดนีย์ ประเทศ ออสเตรเลีย
- วันที่ 9-11 เมษายน 2559 “SMM” เอวีซี บีชทัวร์ - เอสโคล่า สตูล ปากบาราโอเฟ่น ครั้งที่ 1 จากชายหาด ปากบารา จ.สตูล
- วันที่ 14-16 เมษายน 2559 “SMM” เอวีซี บีชทัวร์ - เอสโคล่า สมิหลาโอเฟ่น ครั้งที่ 17 จากชายหาดสมิหลา จ.สงขลา



- วันที่ 12-14 พฤษภาคม 2559 วอลเลย์บอลชายหาดเอเชียน คอนติเนนตัลคัพ รอบรองชนะเลิศ รอบคัดเลือกวอลเลย์บอลชายหาด โอลิมปิก 2016 รอบรองชนะเลิศของทวีปเอเชีย จากจ.กาฬสินธุ์
- วันที่ 20-26 มิถุนายน 2559 วอลเลย์บอลชายหาดเอเชียน คอนติเนนตัลคัพ รอบชิงชนะเลิศ (รอบคัดเลือกวอลเลย์บอลชายหาด โอลิมปิก 2016 รอบชิงชนะเลิศของทวีปเอเชีย) จากเมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย
- วันที่ 9-17 กรกฎาคม 2559 “SMM” วอลเลย์บอลชายอายุไม่เกิน 20 ปี ชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ครั้งที่ 18 (รอบคัดเลือกชิงแชมป์โลก วอลเลย์บอลชายอายุไม่เกิน 21 ปี / ปี 2017) จากประเทศไต้หวัน
- วันที่ 23-31 กรกฎาคม 2559 “SMM” วอลเลย์บอลหญิงอายุไม่เกิน 19 ปี – เอสโคล่า ชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ครั้งที่ 18 (รอบคัดเลือกชิงแชมป์โลกวอลเลย์บอลหญิงอายุไม่เกิน 20 ปี / ปี 2017) จาก จ.นครราชสีมา
- วันที่ 23-31 สิงหาคม 2559 “SMM” วอลเลย์บอลสโมสรชายชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ปี 2016 (รอบคัดเลือกวอลเลย์บอลสโมสรชายชิงแชมป์โลก ปี 2017) จากเมืองเนบิฮอร์ ประเทศเมียนมาร์
- วันที่ 3-11 กันยายน 2559 “SMM” วอลเลย์บอลสโมสรหญิงชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ปี 2016 (รอบคัดเลือกวอลเลย์บอลสโมสรหญิงชิงแชมป์โลก ปี 2017) จากประเทศฟิลิปปินส์
- วันที่ 12-18 กันยายน 2559 “SMM” วอลเลย์บอลหญิงเอวีซีคัพ ปี 2016 (รอบคัดเลือก เวิลด์กรังด์ปรีซ์ 2017 ของทวีปเอเชีย) จากประเทศเวียดนาม



ทั้งหมดนี้คือรายการของสถานีโทรทัศน์ SMMTV ที่ผลิตนำเสนอต่อแฟนกีฬาให้รับชมอย่างครบครัน เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการเล่นกีฬา การออกกำลังกาย และเป็นกำลังใจให้กับนักกีฬาที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของชาติไทยในการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศต่อไป

### การพัฒนาระบบออกอากาศ และสตูดิโอ

บริษัทได้มีการพัฒนาปรับปรุงระบบออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ SMMTV ทั้งในส่วนของห้อง MCR และ SCR โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ได้มีการปรับระบบการออกอากาศใหม่ จากเดิมที่ส่งสัญญาณภาพแบบ SD (Standard Denition 4 : 3 ให้เป็นแบบ 16 : 9) รวมถึงเพิ่ม Bandwidth บนดาวเทียมจาก 3 MHz เป็น 3.5 MHz เนื่องจากเป็นรายการกีฬาที่ต้องมีการนำเสนอภาพที่มีความเคลื่อนไหวสูง
- ปรับปรุงห้องออกอากาศ SCR และ MCR ให้รองรับการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น
- วางระบบการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับระบบการออกอากาศให้มีความคล่องตัวมากขึ้น
- วางระบบการควบคุมการออกอากาศในส่วนของการรายการและคิวโฆษณาไม่ให้มีข้อผิดพลาดในการออกอากาศ
- วางระบบการบันทึกการออกอากาศ ที่สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ 90 วัน ตามกฎระเบียบของ กสทช. และเพื่อเป็นการยืนยันและส่งเทปออกอากาศให้กับลูกค้า เพื่อวางบิลเก็บเงินกับลูกค้า
- เพิ่มระบบแสงไฟในสตูดิโอ ทั้งรายการฉากจริงและฉากจำลอง





### การพัฒนาคุณภาพของการให้บริการ

1) บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของการผลิตรายการเพื่อออกอากาศเป็นอันดับแรก โดยมุ่งเน้นการผลิตรายการที่ดีมีคุณภาพได้มาตรฐานให้ผู้บริโภคได้รับชม ดังนั้นบริษัทจึงต้องคัดเลือกทีมงาน บุคลากรที่มีฝีมือมากด้วยประสบการณ์ในแวดวงการ ทำงานด้านการผลิตรายการ ตั้งแต่โปรดิวเซอร์ ครีเอทีฟ ทีมกล้อง ทีมงานควบคุมการผลิต ตลอดจนทีมงานตัดต่อและกราฟฟิกในระดับมาตรฐาน

2) ให้บริการด้วยอุปกรณ์ในสตูดิโอและระบบควบคุมการออกอากาศรายการทั้งหมดด้วยเครื่องมืออุปกรณ์แบบดิจิทัลในระดับ Broadcast Quality ที่สามารถควบคุมคุณภาพของสัญญาณภาพให้ได้มาตรฐาน ทั้งสี และความคมชัด แบบดิจิทัล เพื่อตอบสนองต่อการรับชมรายการที่ดีมีคุณภาพของผู้ชมทั่วประเทศ ทั้งภาพชัด เสียงคม สีสวยสดใสสมจริง ในระดับ Digital Broadcast Quality.

3) การบริหารงานการควบคุมการดำเนินงานภายใต้การกำกับดูแลของผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในการบริหารงานด้านสถานีโทรทัศน์มากกว่า 20 ปี ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของรายการ, การออกอากาศทางเทคนิค, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ภายใต้รูปแบบมาตรฐาน และภายใต้กรอบของกฎหมาย เช่น อย. หรือ สคบ. ทุกประการ

4) ด้วยการใช้ระบบส่งสัญญาณดาวเทียมจากหน่วยงานผู้เชี่ยวชาญด้านการให้บริการสัญญาณดาวเทียมอันดับหนึ่งของประเทศไทย คือ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) สามารถควบคุมคุณภาพของสัญญาณดาวเทียมในการออกอากาศได้อย่างเสถียรและมีประสิทธิภาพของระดับสัญญาณในระดับสูงตลอด 24 ชั่วโมง



## สื่อใหม่ (New Media)

ปัจจุบันสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทกับคนในสังคมโลกมากขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้ผลิตสื่อจึงต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอคอนเทนต์สู่ผู้บริโภคให้เหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล ในด้านของคอนเทนต์ด้านกีฬานั้นบริษัทได้ผลิตสื่อใหม่หลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว เข้าถึงง่าย โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ สื่อหลัก ได้แก่ เว็บไซต์ SMMSPORT.COM และกลุ่มโซเชียลมีเดีย

- สื่อหลัก เว็บไซต์ SMMSPORT.COM

SMMSPORT.COM เป็นเว็บไซต์ที่บริษัทพัฒนาขึ้นเพื่อนำเสนอคอนเทนต์กีฬาโดยเฉพาะทั้งกีฬาไทยและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของแฟนกีฬาที่เข้ามาที่ SMMSPORT.COM จะได้รับข้อมูล ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวในแวดวงกีฬาทั่วโลกได้อย่างสมบูรณ์ ถูกต้อง และทันเหตุการณ์ ด้วยสโลแกน “SMMSPORT ที่เดียวจบ ครบทุกกีฬา” นอกจากนี้ยังได้พัฒนา SMMSPORT ให้อยู่ในรูปแบบของแอปพลิเคชัน เพื่อตอบสนองกับความต้องการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของคนยุคปัจจุบันที่ส่วนใหญ่จะเข้าถึงข้อมูลด้วยอุปกรณ์พกพาส่วนตัว อาทิ โทรศัพท์มือถือ, แท็บเล็ต, โน้ตบุ๊ก และเพื่อเป็นการสร้างและตอกย้ำถึงแบรนด์ที่มีความชัดเจนและทันสมัย

# SMM SPORT



ในปี 2559 บริษัทมีการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานของเว็บไซต์ SMMSPORT.COM ในหลากหลายด้านดังนี้

- การปรับปรุงโฉมหน้าเว็บไซต์ให้มีความทันสมัย ดึงดูดความสนใจ
- จัดทำหมวดหมู่ของข่าวสาร ข้อมูล บนเว็บไซต์ (Website Category) เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา
- ปรับเพิ่มคุณภาพข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจโดยกองบรรณาธิการ ที่ประกอบด้วยบุคลากรที่มีประสบการณ์ ความรู้ ความเชี่ยวชาญในส่วนที่รับผิดชอบดูแล ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ฟุตบอลไทย, วอลเลย์บอล, มวย และกีฬาต่างประเทศ

- การพัฒนาช่องทางการเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น ด้วยการพัฒนาแอปพลิเคชัน SMMSPORT LIVE ให้มีความทันสมัย เนื้อหาครบถ้วน เทียบเท่ากับการเข้าชมทางเว็บไซต์ พร้อมเพิ่มฟีเจอร์ที่น่าสนใจ อาทิ รับฟังวิทยุออนไลน์จาก FM96 Sport Radio ได้แม้ขณะที่ผู้ใช้ไม่ได้เปิดแอปพลิเคชันค้างไว้ (background process), แจ้งเตือนรายการโปรด ผู้ใช้สามารถกำหนดให้แอปพลิเคชันแจ้งเตือนรายการที่ผู้ใช้งานใจ เพื่อไม่พลาดการรับฟังรายการโปรด, รายงานผลฟุตบอลสดจากเว็บไซต์สู่แอปพลิเคชัน รายงานสดวินาทีต่อวินาที แจ้งเตือนให้ไม่พลาดคู่สำคัญ

- โซเชียลมีเดียที่กำลังได้รับความนิยมในการเผยแพร่ข่าวสารจากเว็บไซต์หลัก โดยมีทีมงานคัดเลือกประเด็นข่าวที่น่าสนใจ หรืออยู่ในกระแสมาเสนออย่างสม่ำเสมอ ซึ่งช่วงที่ผ่านมามียอดการเข้าถึงจากช่องทางนี้เป็นตัวเลขที่สูงขึ้นเรื่อยๆ โดย SMMSPORT.COM มีจุดประสงค์ที่จะใช้โซเชียลมีเดียให้เฉพาะเจาะจงลงไปในความสนใจของแฟนกีฬา ซึ่งมีการตอบรับที่ดีจากผู้อ่านมากกว่าการนำข้อมูลข่าวสารไปรวมไว้ในจุดเดียว จึงมีการสร้างสื่อโซเชียลขึ้นมารองรับการเผยแพร่ข่าวสาร ทั้งเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) และทวิตเตอร์ (twitter)



## • โซเชียลมีเดีย

### เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage)

<b>SMMSPORT</b>	เจาะลึกข่าวสารความเคลื่อนไหวกีฬาทั่วโลก และเป็นเพจหลักในการโปรโมท เว็บไซต์ SMMSPORT.COM ยอดไลค์ปัจจุบัน 222,463 ไลค์
<b>SMM Sport Radio</b>	เน้นการไลฟ์สด (Facebook Live) จากห้องออนแอร์ FM96 สปอร์ต เรดิโอ และนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจจากเว็บไซต์ SMMSPORT.COM ยอดไลค์ปัจจุบัน 313,532 ไลค์
<b>SMM Volleyball</b>	เจาะลึกข่าวสารความเคลื่อนไหวของวงการกีฬาวอลเลย์บอลไทยและทั่วโลก ยอดไลค์ปัจจุบัน 487,764 ไลค์
<b>SMM Thailand Futsal</b>	นำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวของฟุตซอลไทยทุกลีกทุกระดับ รวมถึงประเด็นร้อนฟุตซอลทั่วโลก และนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจจากเว็บไซต์ SMMSPORT ยอดไลค์ปัจจุบัน 212,117 ไลค์
<b>SMM มวยไทยรายวัน</b>	นำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหว มวยไทย ทุกเวที ทุกศึก จากเว็บไซต์ SMMSPORT พร้อมรายงานทุกเรื่องราวที่น่าสนใจในวงการครบถ้วน ยอดไลค์ปัจจุบัน 119,030 ไลค์





### ทวิตเตอร์ (twitter)

@TL\_\_online

ยอดติดตาม ปัจจุบัน 469,000 คน

@volleythai

ยอดติดตาม ปัจจุบัน 119,000 คน

@SMM\_sportradio

ยอดติดตาม ปัจจุบันรวม 34,500 คน

ไลน์@smmsport

บริษัทสร้างบัญชีไลน์@smmsport อย่างเป็นทางการขึ้นมาเพื่อกระจายข่าวและแชร์ข่าวจากเว็บหลักไปยังบัญชีไลน์ ซึ่งทำได้หลายรูปแบบทั้งเขียนไว้ในไลน์และส่งข้อความส่วนตัวผ่านผลึกฟ้า หรือโปรแกรมกีฬาที่เป็นที่สนใจของแฟนกีฬาอย่างสม่ำเสมอ ในรอบปี 2559 เป็นการสร้างฐานของไลน์@ และเพิ่มไปถึงระดับหนึ่งก็จะเป็นพื้นที่ในการขายโฆษณาหรือสร้างธุรกิจจากไลน์@ ได้ด้วยการขายโฆษณาในรูปแบบต่างๆ

### ยูทูบ

การสร้างช่องยูทูบของ SMMTV ในนาม SMMTVHD เพื่อให้ผู้ชมอีกกลุ่มที่ติดตามข้อมูลข่าวสารในรูปแบบคลิปย้อนหลังหรือถ่ายทอดสด ได้มีทางเลือก ซึ่งการเปิดให้ติดตามในรูปแบบนี้ สามารถนำรายการจากโทรทัศน์ SMMTV มาออกอากาศสด หรือถ่ายทอดสดเฉพาะยูทูบก็ได้ เมื่อจบการแข่งขันถ่ายทอดสด ระบบจะเก็บเป็นไฟล์ดูย้อนหลังอัตโนมัติ ทั้งรายการสดและการชมย้อนหลัง

### กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสื่อใหม่

บริษัทให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ หรือสื่อออนไลน์ เช่นเดียวกับสื่อหลักอย่างสื่อโทรทัศน์ดาวเทียมกีฬา “SMMTV” และ สื่อวิทยุกีฬา “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” คือต้องนำเสนอข่าวสารที่ “ถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ” ให้ผู้คนติดตามผ่านช่องทางต่างๆ แต่ที่ต่างออกไป คือ ทำให้เกิดการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) เกิดการตอบโต้ระหว่างผู้ส่งสาร (SMMSPORT.COM) กับผู้รับสาร (แฟนฯ กีฬาที่เข้ามาติดตามข้อมูลข่าวสาร) หรือการตอบโต้ระหว่างผู้รับสาร (แฟนฯ กีฬาที่เข้ามาติดตามข้อมูลข่าวสาร) ด้วยกันเอง จุดนี้ได้สร้างความคุ้นเคยและความไว้วางใจกันจนเกิดการติดตามอย่างต่อเนื่องได้ในเวลาต่อมา ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการเจริญเติบโตของสื่อออนไลน์ในยุคปัจจุบันให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต

### แผนการพัฒนาสื่อใหม่

บริษัทมีแผนการพัฒนาสื่อใหม่ โดยการจัดทำ VOD (Video on demand) เพื่อให้เป็นคอนเทนต์เสริมสื่อออนไลน์ที่จะกลายเป็นเมนูยอดนิยม นอกจาก SMMSPORT.COM จะเดินหน้านำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นตัวอักษร (text) ประกอบภาพข่าวแล้ว กองบรรณาธิการยังพัฒนางานส่วนอื่นๆ ทั้งอัลบั้มภาพ (photo album) ที่เก็บรวบรวมเอาภาพกีฬาจากช่างภาพมืออาชีพของบริษัทที่ไปติดตามงานต่างๆ มารวบรวมบรรจุรวมไว้ให้คอกีฬาได้เลือกชมครบถ้วนแทบทุกรายการแข่งขัน, เรื่องราวที่น่าสนใจ รวมถึงการพัฒนา VOD (Video on demand) ระบบจัดเก็บข้อมูลวิดีโอขนาดใหญ่ โดยจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบ Video Server ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกชมรายการ เรื่องราวต่างๆ ที่ตนสนใจได้ทันที ซึ่งผู้ใช้สามารถควบคุมการเล่นได้ด้วยตนเองผ่านอินเทอร์เน็ต ที่กองบรรณาธิการ SMMSPORT.COM ปรับให้มีความหลากหลายในการนำเสนอ แต่ยังคงความเข้มข้นในการนำเสนอประเด็น, เรื่องราวที่มีความน่าสนใจ แปลกใหม่ และสร้างประโยชน์แก่แฟนกีฬา

ปัจจุบันทีมงาน SMMSPORT ได้ให้ความสำคัญในการผลิต VOD ที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวย, ฟุตบอลไทย และวอลเลย์บอล เป็นอันดับแรกๆ พร้อมแผนงานที่จะผลิตให้มีความครอบคลุมในทุกชนิดกีฬาในอนาคตต่อไป ภายใต้ลิขสิทธิ์ในการผลิตที่บริษัทถืออยู่ ด้วยเหตุนี้ทำให้การผลิต VOD เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารต่างประเทศ อาจยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่มากนัก อย่างไรก็ตามจากแนวโน้มการเติบโตทางการตลาดที่รวดเร็ว บริษัทจึงวางเป้าหมายที่จะผลิตและพัฒนา VOD ให้มีคุณภาพและปริมาณเพิ่มมากขึ้น โดยถือเป็นนโยบายหลักในการนำเสนอข่าวสารของ SMMSPORT.COM ต่อไปในอนาคต

### ขายโฆษณาสื่อมัลติมีเดีย

ปัจจุบันการขายโฆษณาสื่อโทรทัศน์ดาวเทียมและวิทยุ ซึ่งเป็นสื่อมัลติมีเดียหลักของบริษัทนั้นมียอดลดลง เนื่องจากโทรทัศน์ดาวเทียมได้รับผลกระทบจากทีวีดิจิตอล อีกทั้งปัจจุบันผู้บริโภคได้เปลี่ยนมาให้ความสนใจกับสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น เจ้าของสินค้าจึงเปลี่ยนไปใช้งบโฆษณากับทีวีดิจิตอลและสื่อออนไลน์มากขึ้น

บริษัทจึงได้ปรับแผนการขายโฆษณาโดยเพิ่มการขายโฆษณามากยิ่งขึ้น โดยการหารายได้โฆษณาจากเว็บไซต์ SMMSPORT.COM นั้น มีฝ่ายขายโฆษณาของบริษัทในพื้นที่ต่างๆ ดำเนินการหารายได้ ซึ่งช่วงที่ผ่านมาสามารถหารายได้ในระดับหนึ่งแต่อาจจะยังไม่สามารถสร้างเม็ดเงินก้อนใหญ่ได้ เนื่องจากยังอยู่ในช่วงการปรับตัว

อย่างไรก็ตามบริษัทเล็งเห็นได้ว่าลูกค้ามีความสนใจในการเลือกใช้สื่อชนิดนี้มากขึ้น เนื่องจากมีราคาถูก และยังสามารถเจาะลงไปในกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ซึ่งบริษัทยังมีแพ็คเกจที่น่าสนใจให้เลือกเพิ่มเติม ด้วยการนำสื่อวิทยุ, โทรทัศน์ดาวเทียม เข้ามาเชื่อมโยงเพิ่มเติม เพื่อให้ลูกค้าสามารถบรรลุเป้าหมายทางการตลาดที่ต้องการได้อย่างสมบูรณ์ และคุ้มค่ามากที่สุด นอกจากนี้มีฝ่ายขายโฆษณาของบริษัทโดยตรงแล้ว ยังมีการพัฒนาการขายด้วยโปรแกรมอัตโนมัติ ไม่ว่าจะเป็นของ Google หรือบริษัทอื่นๆ ที่สร้างระบบนี้ขึ้นมา เพื่อลงในหมวดหมู่ข่าวต่างๆ รวมทั้งโซเชียลก็ถือว่ามีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้อย่างต่อเนื่องด้วย

## ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา

การแข่งขันกีฬาเป็นกิจกรรมมวลชนที่ทรงอำนาจอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้วจะให้ความสำคัญต่อการเล่นกีฬาและการติดตามรับชมกีฬาเป็นอย่างมาก จากประสบการณ์ของการเสนอข่าวกีฬาผ่านสื่อต่างๆ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของกีฬาที่มีต่อมวลชนชาติ และรู้ดีว่าลิขสิทธิ์กีฬาที่มีมูลค่ามหาศาลในทุกประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศไทยที่มีช่องโทรทัศน์เพิ่มขึ้นจำนวนมากจากการประมูลทีวีดิจิตอล ซึ่งทุกช่องต้องการคอนเทนต์ จากผลการสำรวจวิจัยปรากฏว่า การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาเป็นคอนเทนต์ที่แข็งแกร่ง ผู้ชมให้ความสนใจติดตามชมถ่ายทอดสดอย่างมาก ต่างกับรายการบันเทิง ละครที่สามารถรับชมย้อนหลังได้ แต่การแข่งขันกีฬานั้นความสดเป็นเรื่องสำคัญที่สุด และกีฬายอดนิยมของคนไทยและหลายประเทศในเอเชียก็คือ ฟุตบอล และวอลเลย์บอล

ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงก้าวสู่การเป็นผู้ถือสิทธิ์คอนเทนต์กีฬา โดยการประมูลสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาด การแข่งขันวอลเลย์บอลระดับเอเชียจากสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย หรือ Asian Volleyball Confederation (AVC) เป็นเวลา 4 ปี นับจากปี 2016-2019



สิทธิ์ถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดที่บริษัทได้รับจากการเซ็นสัญญากับสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย ตลอดปี 2016 – 2019 ประกอบด้วย

1. สิทธิถ่ายทอดสดไปทั่วโลกการแข่งขันวอลเลย์บอลในร่มและชายหาด ทั้งประเภทชายและหญิง ที่จัดขึ้นภายใต้ลิขสิทธิ์ของ AVC จำนวนไม่น้อยกว่า 11 รายการต่อปี โดยไม่จำกัดจำนวนคู่ที่จะถ่ายทอดสด แต่บริษัทต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่าย อพลิงค์ขึ้นดาวเทียมในการถ่ายทอดสดข้ามประเทศ





2. สิทธิการขายผู้สนับสนุนการแข่งขัน (Sponsor) ของทุกรายการแข่งขันในแต่ละปี ไม่น้อยกว่า 11 รายการต่อปี โดยแบ่งเป็น

2.1 Title Sponsor (Main Sponsor)

2.2 Co-sponsor

2.3 A-board (ป้ายโฆษณาในสนามแข่งขัน)



ทั้งนี้รายได้ที่เกิดขึ้นจากการขายสิทธิทั้ง 2 ประเภทเป็นของบริษัททั้งสิ้น ไม่ต้องแบ่งรายได้ให้แก่สหพันธ์ฯ และไม่มีเพดานของการทำรายได้ บริษัทเพียงรับผิดชอบจ่ายค่าสิทธิแก่สหพันธ์ฯ และค่าเช่าสัญญาณถ่ายทอดสดเท่านั้น

อนึ่ง สิทธิการถ่ายทอดสดการแข่งขันในประเทศไทย บริษัทได้ขายสิทธิฟรีทีวีให้แก่ไทยรัฐทีวี แต่ยังคงสิทธิถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ดาวเทียมไว้กับ SMMTV ซึ่งเป็นโอกาสให้ SMMTV สามารถเพิ่มรายได้ขายโฆษณา ขณะถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลรวมทั้งสร้างเรตติ้งที่ดีให้กับ SMMTV อีกด้วย

และนอกจากได้รับสิทธิจากสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งประเทศไทยแล้ว บริษัทยังได้รับสิทธิถ่ายทอดสดการแข่งขันรอบคัดเลือกวอลเลย์บอลชิงแชมป์โลก รวมถึงรายการใหม่ๆ อีกหลายรายการในอนาคตจากสมาคมกีฬาวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย และบริษัทพร้อมจะขยายงานไปยังกีฬาอื่นๆ ในอนาคต



นอกจากนี้บริษัทยังดำเนินธุรกิจจัดกิจกรรมให้กับองค์กร หน่วยงาน อาทิ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.), สมาคมกีฬาต่างๆ และสินค้าต่างๆ โดยส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ การฝึกอบรมการเล่นกีฬาประเภทต่างๆ การฝึกอบรมผู้ฝึกสอนกีฬา การณรงค์เรื่องการออกกำลังกาย เสริมสร้างสุขภาพ รวมทั้งกิจกรรมสาระบันเทิง โดยในปี 2559 ประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

- **การแข่งขันวอลเลย์บอล ไทย-เดนมาร์ก ซูเปอร์ลีก 2016 : วันที่ 23-28 มีนาคม 2559**

**การแข่งขันวอลเลย์บอล ไทย-เดนมาร์ก ซูเปอร์ลีก 2016** เป็นการแข่งขันของทีมวอลเลย์บอลลีกอาชีพ “ไทยแลนด์ลีก ประจำปี 2016” ตั้งแต่อันดับ 1 ถึงอันดับ 6 ทีมหญิง และอันดับ 1-6 ทีมชาย เข้าร่วมการแข่งขัน ทั้งประเภทชายและหญิง ในการแข่งขันวอลเลย์บอลระดับประเทศที่รวมสุดยอดซูเปอร์สตาร์ นักตบลูกยางชั้นนำของไทย อาทิ ปลื้มจิตร ถินขาว, กัปตันกีฬ วิลาวรรณย์ อภิญาพงศ์, ทัดดาว นิกะแจ้, อัจฉราพร คงยศ ฯลฯ และในปี 2559 ได้มีการเชิญทีมสโมสรหญิงจากต่างประเทศเข้าร่วมการแข่งขัน 2 ทีม คือ ฟิลิปปีนส์ และฮ่องกง รวม 14 ทีม มาร่วมชิงเงินรางวัลรวม 2 ล้านบาท ผลการแข่งขันวอลเลย์บอล ไทย-เดนมาร์ก ซูเปอร์ลีก 2016 ทีมสโมสรบางกอกกล๊าส ครองแชมป์ในประเภทหญิง และในประเภททีมชาย สโมสรนครราชสีมา ครองแชมป์ และตลอดช่วงการแข่งขันได้รับการตอบรับจากผู้ชมอย่างล้นหลามแน่น MCC HALL เดอะมอลล์บางกะปิ



- **งานแถลงข่าว “ไทยรัฐทีวี รัับสิทธิถ่ายทอดสดวอลเลย์บอล AVC 2016 – 2019”**

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ห้องปาริชาติ โรงแรมโกลเด้น ทิวลิป ซอฟเฟอริน มีการจัดงานแถลงข่าว “ไทยรัฐทีวี รัับสิทธิถ่ายทอดสดวอลเลย์บอล AVC 2016 – 2019” โดยมี **มร.เอชชา ฮัมซา** รองประธานสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย, นายสมพร ใช้บางยาง นายกสมาคมกีฬาวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย, **ร.ท.ชาญฤทธิ์ วงษ์ประเสริฐ** เลขาธิการสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย, **นางธาทิพย์ ศิริพวงค์** ผู้บริหาร บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน), **นายวิฑูรย์ นรินทรราย** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน), และ**นายวัชร วัชรพล** ประธานเจ้าหน้าที่บริหารธุรกิจ สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ร่วมแถลงข่าวการที่ “ไทยรัฐทีวี” ก้าวเข้ารับสิทธิในครั้งนี้ โดยมีนักวอลเลย์บอลทีมชาติไทย อาทิ ปลื้มจิตร ถินขาว, อัจฉราพร คงยศ และปิยะนุช เป้นน้อย พร้อมด้วยสื่อมวลชนมาร่วมเป็นสักขีพยานเป็นจำนวนมาก

**บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)** ในฐานะผู้ดูแลสิทธิการถ่ายทอดสดและบริหารจัดการการตลาดของ AVC เป็นระยะเวลา 4 ปี (2016-2019) จะดำเนินการถ่ายทอดสดการแข่งขันทุกรายการที่ได้รับการรับรองของสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชียมาให้ชาวไทยได้ชมกันอย่างจุใจและถือเป็นเรื่องดีที่ “ไทยรัฐทีวี” ช่องทีวีดิจิทัลระดับคุณภาพจะเข้ามาผนึกกำลังอีกแรงในการถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น แฟนวอลเลย์บอลชาวไทยจะได้ชมการถ่ายทอดสดวอลเลย์บอล AVC ทุกระดับทั้งที่จัดในประเทศไทยและต่างประเทศ ทั้งหมดไม่น้อยกว่า 10 รายการผ่านทางช่อง “ไทยรัฐทีวี” และผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ในช่องทางออนไลน์





#### • งานแถลงข่าว “ทรู ถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลระดับชาติ ประจำปี 2559”

สมาคมกีฬาวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย ได้มอบความไว้วางใจให้กับ บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) หรือ SMM ได้รับสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารจัดการตลาดการแข่งขันกีฬาวอลเลย์บอลในประเทศไทย โดยจัดการแถลงข่าว “ทรู ถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลระดับชาติ ประจำปี 2559” ขึ้น เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2559 เวลา 14.00 น. ณ โรงแรมโกลเด้นทิวลิป ซอฟเฟอริน เพื่อยืนยันถึงความตั้งใจ และร่วมสนองนโยบายของสมาคมกีฬาวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย ที่จะมีส่วนในการรับชมและติดตามการแข่งขันวอลเลย์บอลระดับชาติ ที่ทำการแข่งขันในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถรับชมผ่านทางทรูฟรียูดีจีทีวีส ช่อง 24 และทีวีดิจิตอลในระบบ HD ทรู วิชั่น สำหรับการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาวอลเลย์บอลระดับชาติครั้งนี้ จะมีการถ่ายทอดสดรายการวอลเลย์บอลทุกรายการภายในประเทศ วิทยุการบินฯ มินิวอลเลย์บอล, วอลเลย์บอลยุวชน แอร์เอเชีย, วอลเลย์บอลยุวชน เอสโคล่า, วอลเลย์บอลเยาวชน PEA, วอลเลย์บอลเยาวชน ซีเล็คทูนา, ประชาชน ข., ประชาชน ก., ยูโรแค็ก ไทยแลนด์ บีช รวมทั้งรายการอาชีพ ไทย-เดนมาร์ค ซูเปอร์ลีก รวมแล้วกว่า 100 นัด



• **งานแถลงข่าว “การแข่งขันวอลเลย์บอลชายชิงแชมป์โลก 2018 รอบคัดเลือกโซนอาเซียน”**

เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2559 ณ ห้องบุหงา โรงแรมโกลเด้น ทิวลิป ซอฟเฟอริน นายสมพร ไร่บางยาง นายกสมาคมกีฬา วอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย, นายสุพล อำภาวณิช อุปนายกสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทยนครปฐม พร้อมด้วย นายสุรินทร์ กฤตยาพงศ์พันธุ์ รองกรรมการผู้จัดการและผู้บริหารแทน รักษาการกรรมการผู้จัดการ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 และนายปราชญ์ไชยคำ รอง กรรมการผู้จัดการบริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ร่วมกันแถลงข่าว “การจัดการแข่งขันวอลเลย์บอลชายชิงแชมป์โลก 2018 รอบคัดเลือกโซนอาเซียน” ที่จะมีขึ้นระหว่างวันที่ 7-9 ตุลาคม 2559 ณ จังหวัดนครปฐม มีทีมเข้าร่วมการแข่งขันทั้งหมด 3 ทีม ได้แก่ พม่า เวียดนาม และไทย โดยจะมีทีมชนะเลิศ 1 ทีมเพื่อไปแข่งขันต่อไปในรอบคัดเลือกรอบสุดท้ายในปี 2017 ก่อนที่จะหา ตัวแทนไปทำการแข่งขันในรายการวอลเลย์บอลชายชิงแชมป์โลก 2018 ต่อไป

ในการถ่ายทอดสดการแข่งขันครั้งนี้ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้เข้าร่วมเป็นพันธมิตรในการถ่ายทอดสดการแข่งขัน ให้คนไทยทั่วประเทศได้รับชมและเชียร์ทีมชาติไทยครบทุกแมตช์ผ่านทางช่อง 28 (ช่อง 3SD) นอกจากนี้ยังมีอีกหนึ่งรายการที่ช่อง 3 ร่วมเป็นผู้ถือสิทธิ์กับ SMM ในการถ่ายทอดสดทัวร์นาเมนต์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลกนั่นก็คือ การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงชิงแชมป์โลก 2018 รอบคัดเลือกรอบสุดท้ายของเอเชีย ที่ประเทศไทยจะรับเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันในช่วงปลายปี 2017 ซึ่งแฟนวอลเลย์บอล ชาวไทยจะได้รับชมการแข่งขันของทีมหญิงไทยแบบครบทุกนัดผ่านทางหน้าจอ ช่อง 3 ทั้ง 4 ช่อง ได้แก่ ช่อง 13, ช่อง 28, ช่อง 33 และช่อง 3



• **การแข่งขันวอลเลย์บอลชายหาด BANGKOK AIRWAYS – BEACH VOLLEYBALL 2016**

บริษัท กรุงเทพการบิน จำกัด (มหาชน) หรือสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส ได้มอบหมายให้ บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการจัดการแข่งขันวอลเลย์บอลชายหาด รายการ Bangkok Airways-Beach Volleyball 2016 สถานที่จัดการแข่งขัน ณ ชายหาดทรายขาว หน้าโรงแรม เคซี แกรนด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา เกาะช้าง จ.ตราด ในระหว่างวันที่ 13-16 ตุลาคม 2559 สำหรับการจัดแข่งขันครั้งนี้จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด โดยใช้กีฬา วอลเลย์บอล ชายหาดเป็นสื่อ แบ่งการแข่งขันเป็นประเภทนักเรียน (อายุไม่เกิน 15 ปี) ทีมชายและหญิง ทีมละ 2 คน และประเภทบุคคลทั่วไป (อายุ 15 ปีขึ้นไป) ทีมชายและหญิง ทีมละ 2 คน โดยทีมที่ชนะเลิศ และรองชนะเลิศ อันดับที่ 1 และ 2 จะได้รับเงินรางวัล พร้อม ถ้วยรางวัล





#### • การแข่งขันกรีฑา IDEMITSU Thailand Grand Prix 2016

สมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ร่วมกับ บริษัท น้ำมันอพลโล (ไทย) จำกัด และ บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นเจ้าภาพการจัดการแข่งขันกรีฑา รายการ “IDEMITSU Thailand Grand Prix 2016” ประเภทวิ่ง 100 เมตร และ 400 เมตร โดยแบ่งการแข่งขันออกเป็นประเภททั่วไป คัดสรรจากทั่วประเทศไทย, ประเภทอายุต่ำกว่า 18 ปี ใช้เกณฑ์คัดเลือกจากสถิติที่สมาคมกรีฑา เก็บรวบรวมมาตลอดทั้งปี และประเภทดาวรุ่ง เปิดรับนักกีฬาหน้าใหม่ที่ไม่เคยแข่งขันกรีฑาในระดับนานาชาติ สำหรับการแข่งขันจะมีขึ้นใน 4 ภูมิภาคของไทย เริ่มสนามแรกภาคกลาง ที่สนามศุภชลาศัย กรุงเทพฯ วันที่ 10-11 ธันวาคม 2559 สนามที่ 2 ภาคเหนือ ที่สนามกีฬาจังหวัดพิษณุโลก วันที่ 17-18 ธันวาคม 2559 ต่อด้วยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่สนามกีฬางัดการบริบาลส่วนจังหวัดขอนแก่น วันที่ 7-8 มกราคม 2560 และที่สนามสุดท้ายภาคใต้ สนามกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี วันที่ 28-29 มกราคม 2560



#### แผนงานการดำเนินธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา

เพื่อให้รายได้ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา เป็นไปตามเป้าหมาย บริษัทจึงได้กำหนดแผนงานดังนี้

1. เปร่งสร้างชื่อเสียงบริษัททั้งในด้านความสามารถ การดำเนินงานและความสัมพันธ์ อันดีกับสมาคม, สหพันธ์กีฬา และประเทศต่างๆ รวมทั้งโทรทัศน์ช่องต่างๆ
2. ศึกษาและสร้างสรรคูปแบบการแข่งขันกีฬาวอลเลย์บอล รายการใหม่ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อเป็นโอกาสทางการค้า
3. จัดแพ็คเกจการขายสปอนเซอร์ที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้า ทั้งป้ายโฆษณาในสนามและอื่นๆ
4. ขยายเครือข่ายการติดต่อกับโทรทัศน์ช่องต่างๆ ในต่างประเทศเพื่อขายลิขสิทธิ์สัญญาณภาพถ่ายทอดสดการแข่งขันให้กับประเทศต่างๆ
5. ใช้สื่อต่างๆ ที่มีอยู่ช่วยโปรโมทประชาสัมพันธ์กีฬาวอลเลย์บอลให้ยิ่งใหญ่ โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของธุรกิจ
6. มองหาโอกาสก้าวไปสู่กีฬาประเภทอื่นๆ
7. เน้นสร้างกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ เพื่อรักษาลูกค้าเดิม และคิดโครงการใหม่ๆ เพื่อเสนอให้แก่ลูกค้า โดยใช้สื่อของบริษัทที่มีอยู่ผนึกกำลังการโปรโมทประชาสัมพันธ์ให้งานเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้รายได้เป็นไปตามเป้าหมาย

## ธุรกิจย่อยอื่นๆ

### 1. ธุรกิจรับจ้างผลิตสิ่งพิมพ์

จากประสบการณ์และความสามารถของทีมงานธุรกิจหนังสือของบริษัทเป็นที่ยอมรับโดยกว้างขวาง บริษัทจึงได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ดูแลการผลิต รวมทั้งการจัดทำนิตยสารขององค์กรชั้นนำของประเทศไทย ได้แก่

- นิตยสาร all, นิตยสาร HUG : นิตยสารรายเดือนของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



- นิตยสาร KTB SME Focus : นิตยสารราย 2 เดือนของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)



ธุรกิจรับจ้างผลิตมีความชัดเจนในเรื่องผลกำไร แม้จะไม่มากนักแต่ก็เป็นรายได้เสริมให้กับบริษัท

## 2. ธุรกิจสินค้าเพื่อสุขภาพ

บริษัทคำนึงถึงการเปลี่ยนโครงสร้างประชากร จึงได้วางแผนเริ่มธุรกิจสินค้าเพื่อสุขภาพ อาทิ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, ยาแผนโบราณ และเครื่องสำอาง ให้เป็น New Product ของบริษัทในปี 2560 เพื่อทดแทนยอดขายหนังสือที่หดตัว โดยเริ่มต้นด้วยการเปิดตลาดร้านขายยาทั่วประเทศ ควบคู่กับการทำ Call Center และใช้สื่อของบริษัท ทั้งวิทยุ FM96 สปอร์ต เรดิโอ, SMM TV และสื่อออนไลน์ SMM SPORT เป็นสื่อประชาสัมพันธ์

รายการสินค้าเพื่อสุขภาพที่บริษัทจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

- |                |  |
|----------------|--|
| 1. โอชาติวา    | ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันรำข้าวและจมูกข้าว         |
| 2. เทพสยามโอสถ | ยาบรรเทาโรคผิวหนังทวารหนัก                         |
| 3. 2BG Capsule | ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับผู้ชาย                    |
| 4. Power 5     | ผลิตภัณฑ์สมุนไพรดูแลผิว สำหรับผู้ที่มีปัญหาผิวแห้ง |





### 3. ธุรกิจสินค้าเมอร์ชันทันโดล์

จากการที่บริษัทมีสื่อมัลติมีเดียทั้งโทรทัศน์, วิทยุ และสื่อออนไลน์ ซึ่งเสนอข่าวกีฬาทั้งในประเทศและต่างประเทศ พบว่าฟุตบอลเป็นกีฬายอดนิยมของคนไทย และทีมสโมสรฟุตบอลของไทยที่คนชื่นชอบติดตามเชียร์มากที่สุดทีมหนึ่งก็คือ ทีมสโมสรเมืองทองยูไนเต็ด แชมป์ 4 สมัยของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ลีกฟุตบอลสูงสุดของประเทศไทย โดยสโมสรเมืองทองฯ มีนักฟุตบอลทีมชาติอยู่ในสังกัดถึง 9 คน จึงเป็นเหตุให้แฟนบอลชาวไทยให้ความสนใจติดตามอย่างมาก

บริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสทางการค้าจึงทำสัญญาผลิตสินค้าที่ระลึกลิขสิทธิ์สโมสรเมืองทองฯ ออกจำหน่ายในปี 2560 เป็นต้นไป โดยโฆษณาโปรโมทขายสินค้าผ่านสื่อมัลติมีเดียของบริษัทซึ่งตรงกลุ่มเป้าหมายกับลูกค้า



\* ภาพจำลองมิใช่สินค้าจริง

#### แผนงานการดำเนินธุรกิจย่อย

1. รักษาคุณภาพงานผลิตทั้งในส่วนของเนื้อหากองบรรณาธิการและการพิมพ์ อีกทั้งมองหาลูกค้ารายใหม่เพิ่มเติม
2. ค้นหาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยาแผนโบราณ เครื่องสำอาง ที่มีคุณภาพจากบริษัทต่างๆ รวมทั้งพิจารณาสินค้าให้ตรงกับกลุ่มกับผู้บริโภคของบริษัท และที่สำคัญคือ การผลิตงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งทางโทรทัศน์, วิทยุ และเว็บไซต์ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ อีกทั้งเปิดตลาดร้านขายยาเพื่อวางจำหน่ายให้กว้างไกลทั่วประเทศ
3. ศึกษาวิจัยความสนใจของผู้บริโภคว่าสินค้าเมอร์ชันทันโดล์ประเภทใดที่นิยมซื้อ เพื่อเจรจาขอลิขสิทธิ์การผลิตและจำหน่ายในเบื้องต้นได้รับสิทธิในภาพรวมว่าสามารถทำได้ทุกประเภท



# การตลาดและการแข่งขัน

## ธุรกิจหนังสือ

ภาพรวมธุรกิจหนังสือในปี 2559 มีการหดตัวลงต่อเนื่องจากปี 2558 โดยสาเหตุหลักมาจากสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศชะลอตัวเกิดปัจจัยลบหลายด้าน เช่น การปิดตัวของธุรกิจต่างๆ ทั้งในภาคอุตสาหกรรม และภาคเอกชน, มาตรการลดค่าใช้จ่ายของบริษัทภาคเอกชนต่างๆ, การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ฯลฯ ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ส่งผลถึงการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของประชาชนที่ต้องคิดให้รอบคอบมากยิ่งขึ้น จึงทำให้หนังสือบางประเภทได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก เช่น นิตยสารที่มีการปิดตัวลงหลายเล่ม และหนังสือการ์ตูนที่มีการชะลอการซื้อลงอย่างเห็นได้ชัด รวมถึงสังคมในปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคการสื่อสารดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ การรับรู้ข่าวสารและข้อมูลต่างๆ จากโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตนั้นสะดวกและรวดเร็ว ส่งผลให้คนอ่านหนังสือหรือนิตยสารลดลงอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติและงานมหกรรมหนังสือระดับชาติซึ่งเป็นงานใหญ่ของธุรกิจหนังสือมีจำนวนคนเข้าร่วมงานลดลงมากในปี 2559 แสดงให้เห็นว่าธุรกิจหนังสือได้รับผลกระทบค่อนข้างมากจากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และกระทบต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ตั้งแต่สายส่งร้านหนังสือ สำนักพิมพ์ แม้กระทั่งนักเขียนและนักแปล

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีการปรับตัวมากที่สุด ถึงแม้ว่างบประมาณผ่านสื่อนิตยสารและหนังสือพิมพ์จะลดลง แต่หนังสือพิมพ์ประเภท Free Copy กลับได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถทำได้ในหลายรูปแบบ เช่น Concept Magazine, Advertorial เป็นต้น และบางเล่มก็เปลี่ยนไปใช้การจัดอีเวนต์ด้วย สะท้อนความแข็งแกร่งในด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาหรือคอนเทนต์ที่แตกต่างจนกลายเป็นจุดเด่นได้ในที่สุด

### นิตยสาร

สภาวะตลาดนิตยสารไม่มีการขยายตัวเพิ่ม แต่ปรับตัวลดลงเนื่องจากพฤติกรรมของผู้อ่านเปลี่ยนไปนิยมใช้บริการสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นเพราะสะดวกและได้รับข่าวสารรวดเร็วกว่า และที่สำคัญไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย อีกทั้งนิตยสารยังต้องพึ่งพิงรายได้จากโฆษณาแต่เม็ดเงินโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญโดยเฉพาะสื่อนิตยสาร เจ้าของสินค้าต่างลดการใช้งบโฆษณาทางสื่อนิตยสารเปลี่ยนไปใช้สื่อประเภทออนไลน์แทน เนื่องจากปัจจุบันมีสื่อออนไลน์ที่ครอบคลุมหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโฆษณารูปแบบต่างๆ ในโซเชียลเน็ตเวิร์ค อย่าง เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ หรือเทคโนโลยี 3G ล้วนเป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นมาและส่งผลกระทบต่อความนิยมของสื่อกระดาษอย่างหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ทำให้ตั้งแต่ปี 2558 มีนิตยสารชื่อดังในประเทศไทยหลายฉบับที่ทยอยปิดตัวลง ส่วนบางฉบับที่ยังอยู่ก็ต้องเปลี่ยนวิธีทำธุรกิจรูปแบบใหม่ ดังนั้นผู้ผลิตนิตยสารยังคงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดด้วยการนำข้อมูลไปผูกติดกับสื่อออนไลน์ หรือบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์หลายแห่งเปลี่ยนมาทำ “สิ่งพิมพ์แจกฟรี” หรือ Free Copy เพื่อเพิ่มช่องทางการขายได้ หลังได้เห็นความสำเร็จจากหนังสือพิมพ์แจกฟรีที่สามารถทำกำไรให้ธุรกิจได้

### หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ก

หนังสือกลุ่มพ็อกเก็ตบุ๊กที่เป็นรูปแบบนวนิยายหรือหนังสือความรู้ทั่วไป เป็นหนังสือกลุ่มเดียวที่ความนิยมของนักอ่านลดลงไม่มาก เนื่องจากการอ่านหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กหรือนวนิยายที่มีเนื้อความจำนวนมากในรูปแบบดิจิทัลเป็นเวลานานๆ จะกระทบต่อสายตา นักอ่านกลุ่มนี้จึงยังคงเลือกอ่านพ็อกเก็ตบุ๊กในรูปแบบหนังสือเล่มเป็นหลัก

### หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น

หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นเป็นอีกประเภทของหนังสือที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเข้ามาของสื่อดิจิทัลเนื่องจากมีเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น ซึ่งเป็นปัญหาอันดับต้นๆ ของการละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศไทย แต่นั่นอาจหมายถึงความ

นิยมในหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นไม่ได้ลดลงเพียงแต่เปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิม

ดังนั้นในปี 2559 สำนักพิมพ์และร้านหนังสือต่างๆ จึงต้องปรับรูปแบบหรือปรับรูปแบบการจัดร้านหนังสือให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การขายสินค้า ลดจำนวนสาขา เปลี่ยนสัดส่วนการวางสินค้าที่หน้าร้าน และการเพิ่มการขายสินค้าประเภทอื่นนอกจากหนังสือ

อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจหนังสือให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยการค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจและปรับรูปแบบสินค้าเพื่อให้ทันต่อโลกยุคดิจิทัล และเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้จากการต่อยอดทางธุรกิจจากคอนเทนต์เดิมที่บริษัทมีอยู่ ในอนาคตแม้ว่าจำนวนหนังสือรูปแบบสิ่งพิมพ์อาจจะลดลง หรือปรับเปลี่ยนขนาด แต่เชื่อว่าสื่อสิ่งพิมพ์ยังไม่หายไป แต่จะเป็นการนำเสนอควบคู่ไปกับสื่อออนไลน์ แม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนแปลงไปแต่สื่อก็ยังคงอยู่ เพราะปัจจัยสำคัญที่กำหนดความเป็นไปของสื่อคือ ผู้บริโภคที่ยังต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั่นเอง

## ธุรกิจมีเดีย

### สื่อโทรทัศน์

การเกิดขึ้นของช่องทีวีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมและเคเบิลทีวี เนื่องจากจำนวนช่องโทรทัศน์ที่เพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว ทำให้เกิดการแย่งชิงงบประมาณซึ่งเป็นรายได้ที่ต้องพึ่งพิงของสื่อโทรทัศน์ รวมทั้งเกิดการแข่งขันสูงด้านรูปแบบและเนื้อหาของคอนเทนต์เพื่อดึงดูดผู้ชมให้มาติดตามชมรายการ อย่างไรก็ตามปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจทีวีดิจิทัลบางรายประสบภาวะขาดทุนจนถึงปิดตัวไปเนื่องจากไม่สามารถรับภาระต้นทุนที่สูงมากได้

อย่างไรก็ตามสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักอยู่ ถึงแม้ว่างบประมาณการใช้สื่อจะลดลงโดยเฉพาะเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมที่มีการเติบโตลดลงอย่างมาก ในขณะที่โทรทัศน์ช่องเดิมเติบโตลดลงเล็กน้อย อย่างไรก็ตามทีวีดิจิทัลมีการเติบโตเพิ่มขึ้น ถือว่าเป็นโอกาสของช่องทีวีดิจิทัลที่จะสร้างสรรค์และนำเสนอเนื้อหารายการหรือคอนเทนต์ให้ถูกใจกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เพราะผู้บริโภคเปลี่ยนไปหาทีวีดิจิทัลที่มีหลากหลายช่องและเลือกเนื้อหาในการรับชมได้มากกว่า

ปัจจุบันช่องทีวีดิจิทัลได้รับความสนใจจากผู้ชมมากขึ้น แต่สำหรับเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมได้รับผลกระทบจากการแข่งขันแย่งชิงลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่ฟาดอย่างพริ้วเมียร์ลิก รวมถึงการเรียงช่องตามร่างประกาศฯ ที่ กสทช.กำหนดออกมานั้นส่งผลกระทบต่อกลุ่มเคเบิลทีวีรายย่อยที่มีจำนวนช่องน้อยๆ ซึ่งมีกว่า 100 ราย จากจำนวนเคเบิลโอเปอเรเตอร์ทั่วประเทศกว่า 200 ราย ถือเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ปี 2559 ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมต้องปรับตัวแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น

สำหรับสัดส่วนผู้ชมของรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน และช่องรายการเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม ภาพรวมของความเคลื่อนไหวในการรับชมของรายการในปี 2559 มีการรับชมของรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในสัดส่วนที่มากกว่าช่องรายการเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม และพบแนวโน้มการรับชมของรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินที่มีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่การรับชมของรายการ เคเบิลและดาวเทียมนั้นมีแนวโน้มลดลง โดยแนวโน้มลักษณะดังกล่าวนี้ คาดว่าเป็นผลมาจากการมีช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินให้ประชาชนได้เลือกชมมากขึ้นจากการมีช่องรายการจำนวนมาก รวมไปถึงการแข่งขันกันในการผลิตเนื้อหารายการ เพื่อสร้างฐานผู้ชมหรือเรียกความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายที่รุนแรงขึ้นในตลาดกิจการทีวีดิจิทัลในปัจจุบัน อีกทั้งการรับชมของรายการทีวีดิจิทัลนั้นก็สามารถให้รรถรสในการรับชมได้มากกว่า จากการใช้เทคโนโลยีการผลิตเนื้อหารายการที่ทันสมัยและการมีคุณภาพของระบบความคมชัดสูง (HD) ดีกว่าการรับชมของรายการเคเบิลทีวีหรือทีวีดาวเทียม อีกทั้งเจ้าของช่องรายการดิจิทัลใหม่บางช่องนั้นก็เป็นผู้ประกอบการช่องรายการเคเบิลทีวีหรือทีวีดาวเทียมมาก่อน ประชาชนจึงเปลี่ยนมารับชมช่องดิจิทัลใหม่ทดแทนรายการของช่องเคเบิลทีวีหรือทีวีดาวเทียมได้โดยไม่ยาก ส่งผลให้การรับชมของเคเบิลทีวีหรือทีวีดาวเทียมของประชาชนมีแนวโน้มที่ค่อยๆ ลดลง

อย่างไรก็ตามสถานีโทรทัศน์ “SMMTV : Sports Channel” เป็นทีวีดาวเทียมที่เป็นช่องข่าวกีฬาโดยเฉพาะและมีคู่แข่งในประเภทเดียวกันน้อยมากทั้งทีวีดิจิทัล เคเบิลทีวี หรือทีวีดาวเทียม อีกทั้งสถานีโทรทัศน์ “SMMTV : Sports Channel” มีทีมงานที่แข็งแกร่ง มีความสามารถในการสร้างสรรค์และนำเสนอคอนเทนต์กีฬาได้อย่างเจาะลึกทันเหตุการณ์ จึงเป็นจุดแข็งสำคัญในการดำเนินงานให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้จากผลการสำรวจ The Nielsen Company บริษัทวิจัยความนิยมผู้บริโภคสื่อโทรทัศน์และวิทยุระดับโลก พบว่า “SMMTV” ได้รับการจัดอันดับความนิยมอยู่ในอันดับที่ 8-10 จากทีวีดาวเทียมกว่า 100 ช่อง และเป็นสถานีโทรทัศน์กีฬาดาวเทียมอันดับ 1 ของประเทศ

### สื่อวิทยุ

ปัจจุบันประชากรไทยเข้าถึงการรับฟังวิทยุลดลงเรื่อยๆ ในแต่ละปี โดยอาจเกิดมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากการมีสื่อในรูปแบบอื่นที่สามารถรับชมหรือรับฟังได้มากขึ้น เช่น การรับชมคลิปวิดีโอย้อนหลัง หรือการเล่นเกมออนไลน์ที่เข้ามาทดแทนการรับฟังวิทยุของประชาชน พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเสพสื่อวิทยุจึงใช้เวลาลดลง สวนทางกับสื่อดิจิทัลที่ผู้บริโภคใช้เวลามากขึ้น ที่ผ่านมาสื่อวิทยุอาจได้รับผลกระทบจากกระแสของทีวีดิจิทัล ทีวีดาวเทียม รวมถึงสื่อใหม่ที่ขยายตัวขึ้นเข้ามามีพื้นที่แย่งความสนใจจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง แต่ธุรกิจนี้ก็ยังมีโอกาสเลื่อนไหวจากการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ นอกจากนี้สื่อวิทยุยังคงเป็นสื่อที่เข้าถึงในกลุ่มต่างจังหวัดได้ดี โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักของสื่อวิทยุ

ผู้ประกอบการสื่อวิทยุจึงต้องปรับแผนการดำเนินธุรกิจโดยหากลยุทธ์ที่จะชิงความสนใจผู้ฟังจากสื่อออนไลน์ หรือไม่ก็เพิ่มช่องทางการเผยแพร่คอนเทนต์ผ่านสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ นอกจากสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง กำหนดกระแส หรือการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ในปี 2559 การปรับตัวของผู้ประกอบการวิทยุชัดเจนขึ้นจากการรับฟังผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เมื่อ 1-2 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันผู้ประกอบการวิทยุแข่งขันกันรักษฐานผู้ฟังกลุ่มเดิมไว้ โดยสร้างกิจกรรมและการตลาดระหว่างคลื่นวิทยุกับผู้ฟังเพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับการขยายฐานผู้ฟังกลุ่มใหม่โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียน นักศึกษา เนื่องจากสื่อวิทยุยังมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังวัยทำงานได้ดี รวมถึงสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า (แบรนด์สินค้า) ด้วย

สำหรับการใช้โฆษณาวิทยุวิทยุ นั้น พบว่าการวางแผนโฆษณาผ่านวิทยุช่วงปีที่ผ่านมาเปลี่ยนไปจากการขยายตัวของสื่อใหม่ๆ และพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้การวางแผนโฆษณาผ่านวิทยุสั้นลง จากเดิมที่วางแผนโฆษณาเป็นปีเหลือเพียง 3-6 เดือน ภาพรวมการแข่งขันของธุรกิจวิทยุในช่วงปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ยังคงไม่ได้ลงทุนเพิ่ม แต่จะรักษาพื้นที่การแข่งขันของตัวเองไว้ เนื่องจากอยู่ระหว่างการรอความคืบหน้าของวิทยุดิจิทัล

อย่างไรก็ตาม “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” เป็นสถานีวิทยุกีฬาที่ยังมีแผนรายการติดตามรับฟังอย่างเหนียวแน่น จากผลการสำรวจ The Nielsen Company บริษัทวิจัยความนิยมผู้บริโภคสื่อโทรทัศน์และวิทยุระดับโลก พบว่า “FM96 สปอร์ต เรดิโอ” ได้รับการจัดอันดับความนิยมอยู่ใน 10 อันดับต้นจาก 40 สถานีวิทยุคลื่นเอฟเอ็มของประเทศ จึงยังคงมีแนวโน้มที่ดีในการเติบโตทางธุรกิจต่อไป

## ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการแพร่ภาพและเสียงในปัจจุบัน (Broadcast Technology) ได้ช่วยให้การส่งสัญญาณ และแพร่ภาพเนื้อหารายการโทรทัศน์มีประสิทธิภาพมากขึ้น เทคโนโลยีการแพร่ภาพที่ทันสมัยนี้ทำให้ประชาชนจากทั่วทุกมุมโลกสามารถร่วมรับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา รายการแข่งขันกีฬาฟุตบอล วอลเลย์บอล บาสเกตบอล ฯลฯ ได้อย่างพร้อมเพรียงกัน รายการกีฬาเกือบทุกประเภทจึงกลายเป็นเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจากประชาชนทั่วโลกอย่างล้นหลาม จนทำให้มูลค่าของสิทธิในการแพร่ภาพและเสียงรายการกีฬาเหล่านี้เพิ่มสูงขึ้น จะเห็นได้ว่าสิทธิการถ่ายทอดสดกีฬาที่ได้รับความนิยมและเป็นที่น่าสนใจได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มระดับการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการสื่อและโทรทัศน์ในยุคปัจจุบัน หากบริษัทใดมีเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่น่าสนใจ เช่น การแพร่ภาพรายการกีฬาที่ได้รับความนิยม บริษัทนั้นก็จะมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าบริษัทคู่แข่ง

สิทธิการถ่ายทอดสดกีฬาที่ได้รับความนิยมและเป็นที่น่าสนใจได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มระดับการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการสื่อและโทรทัศน์ในยุคปัจจุบัน ซึ่งทั้งผู้ซื้อ (ผู้ประกอบการช่องรายการ ผู้ประกอบการสื่อโทรทัศน์ ผู้ประกอบการโทรคมนาคม) และผู้ขาย (สหพันธ์กีฬา, สมาคมกีฬา, สโมสรกีฬา) ต่างมีความต้องการที่จะซื้อและขายสิทธิดังกล่าว และถึงแม้ว่าสิทธิการแพร่ภาพและเสียงจะมีมูลค่ามหาศาล แต่ผู้ซื้อก็ไม่มีความลังเลที่จะลงทุนเพื่อครอบครองสิทธินั้น เนื่องจากเล็งเห็นแล้วว่า การถ่ายทอดเนื้อหารายการที่ประชาชนชื่นชอบอย่างเช่นรายการกีฬาจะช่วยเพิ่มความต้องการให้แก่ช่องรายการของตนและสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

ปัญหาหลักของธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดกีฬา คือ การลักลอบการส่งสัญญาณรายการกีฬา ไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจหรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อเจ้าของสิทธิในการแพร่ภาพและเสียง โดยเฉพาะรายได้จากการโฆษณาระหว่างการถ่ายทอดสดรายการกีฬา ซึ่งการได้เป็นเจ้าของสิทธิในสัญญาณการแพร่ภาพและเสียงนั้นต้องมีการลงทุนและจ่ายเงินซื้อในมูลค่าสูง ดังนั้นฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงต้องร่วมมือกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการนำสัญญาณการถ่ายทอดสดไปออกอากาศโดยมิได้รับอนุญาต หรือการแก้ไขกฎหมายให้ทันสมัยมากขึ้นเพื่อให้สามารถคุ้มครองสิทธิในการแพร่ภาพและเสียงได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้สถานีโทรทัศน์ “SMMTV : Sports Channel” มีทีมงานที่แข็งแกร่งมีความสามารถในการดำเนินงานถ่ายทอดสดที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง จึงได้รับความไว้วางใจจากสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย (AVC) และสมาคมกีฬาวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย ให้เป็นผู้รับสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดการแข่งขันกีฬาวอลเลย์บอลทั้งในร่มและชายหาดรายการใหญ่หลายรายการ และบริษัทยังได้ติดต่อเจรจากับเอเจนซี่ระดับโลกเพื่อเป็นตัวแทนขายสิทธิถ่ายทอดสดไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกอีกด้วย จึงคาดว่าธุรกิจนี้จะสามารถสร้างรายได้ให้บริษัทได้อย่างแน่นอน



## การจัดหาผลิตภัณฑ์

### การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัทนั้น บริษัทไม่มีโรงพิมพ์เป็นของตนเองแต่ใช้การว่าจ้างโรงพิมพ์ภายนอก 2-3 แห่ง เพื่อจัดพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภทของบริษัทซึ่งมียอดการผลิตสิ่งพิมพ์รวมทุกประเภทเฉลี่ย 1 ล้านเล่มต่อเดือน ซึ่งโรงพิมพ์ที่บริษัทว่าจ้างสามารถรองรับปริมาณการผลิตที่บริษัทต้องการได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้บริษัทยังใช้บริการร้านแยกสีทำเพลท ร้านเคลือบเงาปกหนังสืออีกด้วย

### การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่นำมาใช้ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัท ได้แก่ กระดาษ คิดเป็น 30% ของต้นทุนรวม ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงราคาตามสภาวะเศรษฐกิจ แต่บริษัทได้มีการติดตามและวางแผนการจัดซื้อล่วงหน้า และจัดเก็บสต็อกไว้ในปริมาณที่คาดว่าจะเพียงพอต่อการผลิต บริษัทจึงไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ โดยมีการสั่งซื้อจากบริษัทที่เป็นผู้จำหน่ายจากภายในประเทศทั้งหมด

รายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบกระดาษ

- บริษัท ผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด
- บริษัท อี.พี.ซี.คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- บริษัท เล้าฮั่วเซี่ยง จำกัด
- บริษัท สุรศิริ จำกัด
- บริษัท วัฒนบุญและบุตร จำกัด

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงของบริษัทที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญมีดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงจากสถานะเศรษฐกิจชะลอตัว

บริษัทอาจได้รับความเสี่ยงจากสถานะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวของประเทศและหนี้สินภาคครัวเรือนที่มีแนวโน้มสูงขึ้น รวมทั้งความไม่แน่นอนทางการเมือง ส่งผลให้รายได้ของบริษัทไม่เป็นไปตามเป้า อย่างไรก็ตามฝ่ายบริหารของบริษัทได้วางแผนการบริหารจัดการธุรกิจของบริษัทให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานะตลาดในทุกธุรกิจเพื่อให้มีผลกระทบต่อบริษัทน้อยที่สุด

#### 2. ความเสี่ยงจากตลาดสื่อสิ่งพิมพ์หดตัว

เนื่องจากปัจจุบันแนวโน้มที่ผู้บริโภคเสพสื่อสิ่งพิมพ์กระดำน้อยลงและเปลี่ยนไปสนใจสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ตลาดสื่อสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะสื่อนิตยสารได้รับผลกระทบมากกว่าสื่ออื่น ทำให้นิตยสารหลายฉบับในตลาดต้องปิดตัวลง นิตยสารของบริษัทก็ได้รับผลกระทบและปิดตัวลงด้วยเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามบริษัทได้พัฒนา E-book และแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ซึ่งคาดว่าบริษัทจะสามารถจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นในช่องทาง E-book ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้นอย่างแน่นอน

#### 3. ความเสี่ยงจากการเปิดช่องทีวีดิจิทัล

จากการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบทีวีดิจิทัลเป็นการเปิดโอกาสและผลักดันให้ธุรกิจสื่อโทรทัศน์มีการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น บริษัทซึ่งดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมกีฬา “SMMTV : Sports Channel” ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอคอนเทนต์เกี่ยวกับกีฬาโดยเฉพาะ จึงมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบจากการที่ช่องทีวีดิจิทัลเข้ามามีส่วนแบ่งในตลาดธุรกิจโทรทัศน์ โดยอาจถูกดึงบิโฆษณาและบุคลากรไป

เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด บริษัทจึงมุ่งเน้นให้ทีมงานของ “SMMTV” ยกระดับภาพรวมของเนื้อหารายการให้มีคุณภาพ มีความหลากหลาย และตรงกับความต้องการของคนดูมากที่สุด พร้อมกับปรับเปลี่ยนวิธีการโฆษณาที่หลากหลายเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ เพื่อให้ SMMTV สามารถครองความนิยมในกลุ่มผู้ชมที่ชอบรายการกีฬา

#### 4. ความเสี่ยงจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง

บริษัทตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในสังคมที่กำลังจะก้าวสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคตอันใกล้ บริษัทจึงเร่งพัฒนาสื่อออนไลน์อย่างเว็บไซต์ SMMSPORT.COM และพร้อมเพิ่มช่องทางการติดตามในธุรกิจโทรทัศน์และวิทยุผ่านระบบออนไลน์แบบเรียลไทม์ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการรับรู้ข่าวสารที่สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมุ่งพัฒนาธุรกิจ E-book และแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

## 5. ความเสี่ยงจากการให้สินเชื่อ

บริษัทมีความเสี่ยงจากการให้สินเชื่ออันเกิดจากการที่คู่สัญญาไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญาซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัท เพื่อป้องกันความเสี่ยงเกี่ยวกับสินเชื่อดังกล่าว บริษัทได้มีการควบคุมการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าและสอบทานฐานะการเงินของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นฝ่ายบริหารของบริษัทจึงเชื่อว่าบริษัทจะไม่ได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญา

## 6. ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินฝากสถาบันการเงิน เงินเบิกเกินบัญชี เงินกู้ยืมระยะสั้น และเงินกู้ยืมระยะยาวที่มีดอกเบี้ยจากสถาบันการเงิน และหนี้สินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด หรือมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาดในปัจจุบัน ดังนั้นฝ่ายบริหารของบริษัทเชื่อว่าความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยของบริษัทจะอยู่ในระดับต่ำจึงมิได้ใช้ตราสารอนุพันธ์ทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว

## 7. ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

บริษัทมีนโยบายในการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่อาจเกิดขึ้น โดยการจัดเตรียมวงเงินสินเชื่อที่คาดว่าจะเพียงพอในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งวงเงินดังกล่าวได้รับการอนุมัติจากธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง ดังนั้นฝ่ายบริหารของบริษัทเชื่อว่าบริษัทจะไม่มีความเสี่ยงด้านสภาพคล่องเนื่องจากบริษัทสามารถปฏิบัติตามภาระผูกพันได้เมื่อครบกำหนดและจัดหาเงินได้เพียงพอตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสมได้

## 8. ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีสินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ซึ่งไม่ได้ทำสัญญาเพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อย่างไรก็ตามฝ่ายบริหารของบริษัทเชื่อว่าไม่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญต่องบการเงินของบริษัท ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนจึงอยู่ในระดับต่ำ

## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### ทรัพย์สินถาวร

ทรัพย์สินถาวรของบริษัทประกอบด้วย ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ต่างๆ โดยแบ่งเป็นรายละเอียดดังต่อไปนี้

มูลค่าทางบัญชีสุทธิของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (หน่วย : ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	70.22	ค้ำประกันการระดมสินเชื่อ จำนวน 350 ล้านบาท กับธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน)
อาคาร	เจ้าของกรรมสิทธิ์	23.58	
ยานพาหนะ	เจ้าของกรรมสิทธิ์	4.99	-
เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	3.36	-
เครื่องตกแต่งสำนักงาน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	1.25	-
ค่าสินทรัพย์และอุปกรณ์ เครื่องตกแต่งร้านค้า	เจ้าของกรรมสิทธิ์	1.04	-
เครื่องจักร อุปกรณ์	เจ้าของกรรมสิทธิ์	33.92	-
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	เจ้าของกรรมสิทธิ์	-	-
<b>รวม</b>		<b>138.36</b>	

### สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ ลิขสิทธิ์ ทั้งหนังสือการ์ตูน พ็อกเก็ตบุ๊ก และนวนิยายเงินกำลังภายใน ซึ่งมีอายุสัญญาเฉลี่ย 3 - 5 ปี และสามารถต่ออายุได้เสมอเมื่อสัญญาหมด โดยคิดค่าลิขสิทธิ์ตามสัดส่วนจำนวนพิมพ์ขั้นต่ำที่กำหนด ซึ่งราคามาตรฐานอยู่ที่ร้อยละ 5-9 ของราคาคoversปกตามจำนวนพิมพ์ขั้นต่ำที่สัญญาแต่ละฉบับกำหนด แต่อาจมีการต่อรองกันได้โดยเฉพาะกับบริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์ที่เป็นที่รู้จักคุ้นเคยกันมานาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความนิยมของหนังสือแต่ละเรื่อง

รายละเอียดจำนวนพิมพ์ขั้นต่ำโดยเฉลี่ยของหนังสือแต่ละประเภทมีดังต่อไปนี้

- หนังสือการ์ตูน 5,000 เล่ม
- พ็อกเก็ตบุ๊ก 3,000 เล่ม
- นวนิยายเงิน 8,000 เล่ม
- นิตยสาร 10,000 เล่ม



## นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

-ไม่มี-

## งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทเป็นโจทก์ได้ยื่นฟ้องเรียกค่าเสียหาย จาก บริษัท เอ็ม.เอฟ.อี.ซี. จำกัด (มหาชน) ในฐานะเป็นจำเลยในคดีแพ่ง จากการที่จำเลยผิดสัญญาไม่สามารถติดตั้งและส่งมอบงานด้านคอมพิวเตอร์ให้กับบริษัท ศาลชั้นต้นพิจารณาแล้วเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2555 โดยวินิจฉัยว่าสัญญาพิพาทเป็นสัญญาต่างตอบแทน และเมื่อสัญญาเลิกกันทั้งสองฝ่ายจึงต้องกลับคืนสู่ฐานะเดิม จึงให้จำเลยชำระเงิน 570,000.-บาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี แก่บริษัทนับตั้งแต่วันที่ 3 กรกฎาคม 2551 เป็นต้นไป จนกว่าจะชำระเสร็จสิ้น และให้บริษัทถอนการติดตั้งโปรแกรม FlexiER for Book ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของจำเลยออกจากระบบคอมพิวเตอร์ของบริษัท และให้ชำระเงินจำนวน 200,000.-บาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี นับจากวันที่ 10 ธันวาคม 2553 เป็นต้นไป จนกว่าจะชำระเสร็จ

ต่อมาจำเลยอุทธรณ์เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2556 และฟ้องแย้งเรียกค่าเสียหายจำนวน 4.75 ล้านบาท โดยบริษัทยื่นคำแก้อุทธรณ์เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2556 ปัจจุบันคดีความยังไม่สิ้นสุด

## 6. ข้อมูลทั่วไปของบริษัทและข้อมูลสำคัญอื่น

บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “SMM”)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 459 ซอยลาดพร้าว 48 ถนนลาดพร้าว แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107546000466
ทุนจดทะเบียน	:	361,172,111 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	323,174,844 บาท
โทรศัพท์	:	0-2694-3010
โทรสาร	:	0-2694-3030
เว็บไซต์	:	www.smm.co.th

### ลักษณะการดำเนินงานธุรกิจ

1. ผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน พ็อกเก็ตบุ๊ก นวนิยายกำลังภายใน รวมถึงนิตยสารต่างๆ
2. ผลิตรายการวิทยุ “สปอร์ต เรดิโอ” คลื่นวิทยุกีฬาสารบันเทิง 24 ชั่วโมง ออกอากาศทางสถานีวิทยุ FM 96 MHz และทางเว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM
3. ผลิตรายการโทรทัศน์ดาวเทียม “SMMTV” สถานีโทรทัศน์กีฬา 24 ชั่วโมง ออกอากาศทางจานดาวเทียมระบบ C-Band (จานดำ) ความถี่ 3545 Symbol Rate V30000 และกล่องรับสัญญาณดาวเทียม อาทิ PSI, IPM, SAMART, DYNASAT, INFO-SAT, QSAT, IDEA SAT, LEOTECH, True Vision, SUNBOX, GMM Z รวมทั้งเคเบิลทีวีทั่วประเทศ
4. ผลิตเว็บไซต์กีฬา WWW.SMMSPORT.COM และแอปพลิเคชัน SMMSPORT LIVE
5. ขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา
6. รับจัดกิจกรรม
7. รับจ้างผลิตสื่อสิ่งพิมพ์
8. จัดจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ
9. ผลิตและจำหน่ายสินค้าเมอร์ชานไดส์
10. ให้เช่าพื้นที่สำนักงาน และอื่นๆ

SIAM INTER COMICS



96SPORTRADIO  
คลื่นกีฬา และสารบันเทิง

SMMTV  
SPORT CHANNEL

**นายทะเบียนหลักทรัพย์**

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0-2009-9383

โทรสาร 0-2009-9476

**ผู้สอบบัญชี**

บริษัท สำนักงานปิติเสวี จำกัด

8/4 ชั้น 1, 3 ซอยวิภาวดี 44 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ 0-2941-3584-6, 0-2941-3656-7

โทรสาร 0-2941-3658

**ที่ปรึกษาทางการเงิน**

บริษัท แคปปิตอล พลัส แอดไวซอรี จำกัด

253 ชั้น 11 ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2260-6969

โทรสาร 0-2260-6977



## การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- ปี 2533 ก่อตั้ง บริษัท สยามคอมมิส จำกัด
- ปี 2536 เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท สยามคอมมิส จำกัด เป็น บริษัท สยามอินเตอร์คอมมิส จำกัด
- ปี 2545 เริ่มธุรกิจผลิตและดำเนินงานสถานีวิทยุกีฬา 24 ชั่วโมง “สปอร์ต เรดิโอ”
- ปี 2546 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 150,000,000 บาท เป็น 170,000,000 บาท  
เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท สยามอินเตอร์คอมมิส จำกัด เป็น บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด และ  
แปลงสภาพจากบริษัท จำกัด เป็น บริษัท จำกัด (มหาชน)
- ปี 2547 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 170,000,000 บาท เป็น 240,000,000 บาท เพื่อรองรับการเพิ่มทุน  
จากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก
- ปี 2551
- บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 240,000,000 บาท เป็น 372,000,000 บาท เพื่อรองรับการจัดสรร  
หุ้นเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม (SMM-W1) และจัดสรรให้กับกรรมการและพนักงานของบริษัท  
(ESOP-W1)
  - บริษัทออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญรุ่นที่ 1 ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท  
(SMM-W1) จำนวน 119,999,984 หน่วย
  - บริษัทออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพื่อจัดสรรให้แก่กรรมการและ  
พนักงานของบริษัท (ESOP-W1) จำนวน 12,000,000 หน่วย
- ปี 2553
- บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมในชื่อ “SMMTV” นำเสนอรายการข่าวกีฬา 24 ชั่วโมง  
ปัจจุบันออกอากาศผ่านจานดาวเทียมระบบ C-Band ความถี่ 3545 V30000, จานดาวเทียม PSI, เคเบิล  
ทีวีทั่วประเทศ หรือดูออนไลน์ได้ทางเว็บไซต์ รวมทั้งแอปพลิเคชัน iPad, iPhone, Android และ  
สมาร์ตโฟน
  - บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจสื่อใหม่ (New Media) โดยนำเสนอข้อมูลข่าวสารในแวดวงกีฬาในรูปแบบ  
ดิจิทัลคอนเทนต์เผยแพร่ทางเว็บไซต์ [www.thaileagueonline.com](http://www.thaileagueonline.com) ก่อนจะพัฒนาเพิ่มเติมเป็น  
[www.smm sport.com](http://www.smm sport.com)
- ปี 2554 บริษัทเปิด “ศูนย์ข่าวมัลติมีเดีย” เพื่อนำเสนอข่าวกีฬาและข่าวสำคัญอื่นๆ ผ่านสื่อมัลติมีเดียของ  
บริษัท อาทิ สถานีวิทยุ “FM96 สปอร์ต เรดิโอ”, สถานีโทรทัศน์ “SMMTV” และเว็บไซต์กีฬา

- ปี 2555
- บริษัทลดทุนจดทะเบียนจาก 372,000,000 บาท เป็น 240,050,003 บาท
  - บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 240,050,003 บาท เป็น 312,065,003 บาท เพื่อรองรับการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม (SMM-W2) และจัดสรรให้กับกรรมการและพนักงานของบริษัท (ESOP-W2)
  - บริษัทออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญรุ่นที่ 2 (SMM-W2) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท จำนวน 60,012,480 หน่วย
  - บริษัทออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพื่อจัดสรรให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท (ESOP-W2) จำนวน 12,002,500 หน่วย
  - บริษัทขยายศูนย์กระจายสินค้าเพิ่มอีก 1 แห่งเพื่อรองรับการขยายธุรกิจสิ่งพิมพ์
- ปี 2556
- บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 312,065,003 บาท เป็น 336,956,137 บาท เพื่อรองรับการจัดสรรหุ้นปันผลและรองรับการปรับสิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญรุ่นที่ 2 (SMM-W2) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทและใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพื่อจัดสรรให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท (ESOP-W2)
  - บริษัทจัดตั้งบริษัทย่อยในชื่อ “บริษัท มิติส คอนเทนท์ จำกัด” เพื่อรับโอนกิจการของบริษัทในธุรกิจสิ่งพิมพ์ การดำเนินการร้านหนังสือบู๊คเฟรนด์ และสำนักพิมพ์กลุ่มวัยรุ่น วัยทีน ด้วยทุนจดทะเบียน 20,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยบริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.70 ของทุนจดทะเบียน
- ปี 2557
- บริษัทลดทุนจดทะเบียนจาก 336,956,137 บาท เป็น 332,442,228 บาท จากการจัดสรรหุ้นปันผลและการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพื่อจัดสรรให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท (ESOP-W2)
- ปี 2558
- บริษัททำรายการจำหน่ายหุ้นสามัญในบริษัท มิติส คอนเทนท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย จำนวน 199,400 หุ้น ราคาขายหุ้นละ 100 บาท โดยจำหน่ายออกหมดทั้งจำนวนแล้ว
  - บริษัทลดทุนจดทะเบียนจาก 332,442,228 บาท เป็น 288,937,689 บาท จากการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 2 (SMM-W2)
  - บริษัทออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญรุ่นที่ 3 (SMM-W3) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท จำนวน 72,232,917 หน่วย
  - บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 288,937,689 บาท เป็น 361,172,111 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 3 (SMM-W3)
  - บริษัทลงนามสัญญากับสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย หรือ Asian Volleyball Confederation (AVC) ให้เป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดและสิทธิในการบริหารสิทธิประโยชน์ทางการตลาด ตั้งแต่ปี 2559 - 2562 รวมระยะเวลา 4 ปี